

BAB I

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini menjadikan kebutuhan setiap individu semakin kompleks ditambah pula dengan mobilitas yang tinggi menyebabkan kecepatan dalam memperoleh sesuatu menjadi penting. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk melihat dan merespon peluang serta tantangan yang ada.

Persaingan usaha dapat dimenangkan dengan cara menciptakan produk barang maupun jasa yang mampu memenuhi keinginan pelanggan. Pemenuhan keinginan tersebut dapat berupa penciptaan produk barang ataupun jasa yang memiliki kualitas yang bagus. Konsumen menjadikan kualitas sebagai aspek penting dalam pemilihan barang maupun jasa. Penilaian kualitas tersebut didasarkan pada kinerja dan nilai guna produk yang sesuai dengan harapan pelanggan atau konsumen.

Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas layanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara kepentingan pelanggan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Yamit (2010), Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan kepentingannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu kepentingan dan kinerja. Jika kinerja perusahaan lebih besar dari pada kepentingan pelanggan, maka pelanggan akan puas terhadap pelayanan perusahaan sedangkan, jika kepentingan pelanggan lebih besar dari pada kinerja perusahaan maka pelanggan akan tidak puas (kecewa) terhadap layanan perusahaan.

Untuk itu, setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan pelayanan perlu adanya pemahaman terhadap setiap keinginan para konsumen yang sangat diperlukan dalam pengukuran tingkat kepuasan dalam pelayanan. Untuk memenuhi hal tersebut perusahaan perlu mengetahui suara konsumen (*Voice Customer*), Kotler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2015:104) mengatakan ada empat metode untuk mengetahui suara para

konsumen yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shipping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan dalam menyampaikan produk berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang berkualitas merupakan komitmen dan tanggung jawab dari manajemen dan seluruh karyawan perusahaan. Salah satu usaha yang dilakukan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan adalah dengan mengadakan survei untuk mengetahui pendapat konsumen terhadap pelayanan yang diinginkan. Setiap konsumen sangat beragam keinginannya terhadap pelayanan, untuk itu perlu membuat prioritas dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kemampuan perusahaan demi tercapainya kepuasan konsumen.

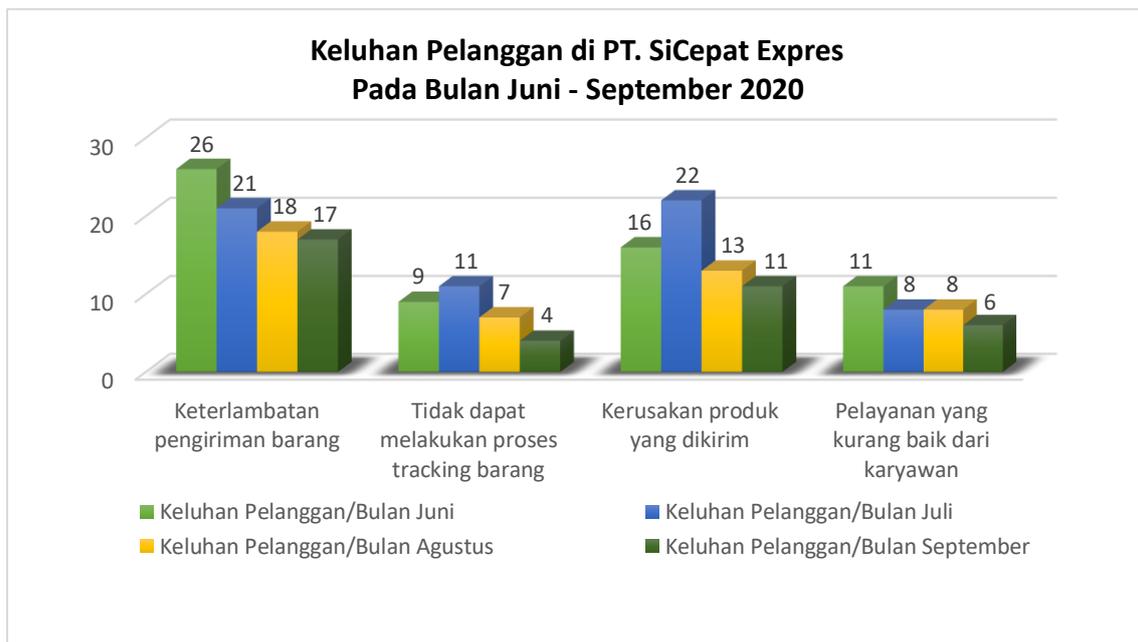
Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan dari penyedia jasa, salah satu ujung tombak dari perusahaan jasa pengiriman barang adalah ketepatan waktu dalam mengirim barang serta adanya jaminan barang yang dikirim tidak mengalami kerusakan selama menjalani proses pengiriman. Oleh karena itu dibutuhkan suatu sarana dan prasarana yang menunjukkan kegiatan pengiriman barang dan pelayanan demi terciptanya suatu ketepatan dan efektivitas dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggan.

SiCepat Express merupakan perusahaan ekspedisi yang berdiri sejak tahun 2014, dimana perusahaan pengiriman barang ini mengklaim bahwa barang kiriman akan sampai hanya dalam 15 Jam untuk wilayah Jabodetabek dan Bandung serta pengiriman 1 hari sampai untuk kota besar seluruh wilayah Indonesia. Hanya dalam tempo tiga tahun beroperasi, SiCepat Ekspres sudah merengsek masuk dalam lima besar perusahaan jasa ekspedisi di Tanah Air. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi jitu Perseroan yang memilih fokus pada pasar online shop dan e-commerce. Para partner tersebut terdiri dari marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, MatahariMall.com, Jakarta Notebook, Kogara Group, Adik Bayi.com, Sociola, Berrybenka dan lainnya. Sekitar 30% pasar SiCepat Ekspres dikontribusi oleh partner marketplace tersebut. Selebihnya merupakan online shop berbentuk usaha kecil.

Sistem pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan dapat menimbulkan keluhan-keluhan yang dilontarkan oleh pelanggan, jika hal itu dibiarkan tentu akan merugikan perusahaan yaitu kehilangan pelanggan juga menjadikan pengeluaran biaya untuk operasional jasa menjadi percuma. Kondisi itu masih dijumpai di lapangan yang mana keluhan-keluhan para konsumen terhadap pelayanan jasa pengiriman di PT. SiCepat Express bermacam-macam seperti keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di *tracking*, terjadinya kerusakan barang yang dikirim, dan perhatian karyawan yang kurang.

Adapun data keluhan pelanggan selama empat bulan terakhir dari bulan Juni 2020 sampai bulan september 2020 yaitu, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Grafik Pelanggan Yang Menyampaikan Keluhan Pada PT. SiCepat Express Selama Empat Bulan Tahun 2020



Dari hasil grafik diatas dapat dijelaskan bahwa ada permasalahan dalam sistem pelayanan di PT. SiCepat Express, yang menyebabkan banyaknya keluhan yang terjadi yang dapat menurunkan pengguna jasa dalam empat bulan terakhir yaitu pada bulan juni-september 2020, keluhan pada keterlambatan pengiriman barang dari bulan juni-september sebanyak 82 keluhan, keluhan tidak dapat melakukan *tracking* barang

sebanyak 31 keluhan, keluhan pada kerusakan produk yang dikirim yaitu sebanyak 62 keluhan dan keluhan pelayanan yang kurang baik sebanyak 33 keluhan.

Mengingat suatu permasalahan bisa terjadi kapan saja, maka PT. SiCepat Express harus menyiapkan strategi untuk membuat pengguna jasa tetap percaya dan selalu menggunakan jasa PT. SiCepat Express, salah satunya adalah penanganan keluhan pelanggan yang dijalankan oleh bagian Customer Service baik melalui jalur telepon, pengaduan lewat internet ataupun bertemu secara langsung, selain itu juga PT. SiCepat Express harus memastikan apakah pelayanan keluhan pelanggan yang diberikan telah berjalan efektif sesuai dengan Standard Operational Procedure untuk membuat pengguna jasa tetap selalu setia dalam menggunakan jasa PT. SiCepat Express, mengingat persaingan yang semakin ketat antara pesaing lain maka dibutuhkan komitmen yang kuat dari PT. SiCepat Express untuk tetap mempertahankan pelanggannya.

Pada penelitian ini digunakan metode *Service Quality Fuzzy* dan *Quality Function Deployment* (QFD) dengan menggunakan pengukuran kualitas jasa dan matriks *House of Quality* (HoQ), yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar indeks kepentingan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang di berikan SiCepat Express. Analisis ini digunakan sebagai acuan penilaian konsumen dalam hal tingkat kepentingan terhadap kualitas pelayanan dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan. Maka penulis mengangkat topik penelitian dengan judul : **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SICEPAT EXPRESS MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY FUZZY dan QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) ”**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan SiCepat Express?
2. Berapa nilai kesenjangan (Gap) antara pelayanan oleh perusahaan dengan harapan konsumen?
3. Atribut-atribut kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan agar memenuhi harapan konsumen pada SiCepat Express?

4. Bagaimanakah strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan jasa berdasarkan analisis *Quality Functional Deployment*?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan SiCepat Express.
2. Untuk mengetahui nilai kesenjangan (*Gap*) antara layanan yang diberikan perusahaan dengan harapan yang diberikan konsumen.
3. Mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan pada SiCepat Express.
4. Mengetahui strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan jasa berdasarkan analisis *Quality Functional Deployment* (QFD).

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pemecahan masalah dalam meneliti tugas akhir, yaitu :

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi Penulis, sebagai syarat kelulusan dan merupakan kegiatan pengganti mata kuliah yang wajib di ambil dalam menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Logistik Indonesia dan Melatih kemampuan analisis dan proses mental intelektual dalam menemukan masalah yang terjadi dilapangan kerja .
3. Bagi Program Studi dan Manajemen Transportasi Logistik
 - a. Sebagai media untuk mengevaluasi kinerja mahasiswa program studi Manajemen Transportasi Logistik di Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia.
 - b. Sebagai tolak ukur menghasilkan lulusan terbaik yang siap terjun ke dunia kerja mendatang.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas, serta menghindari adanya penyimpangan dari tujuan penulisan ini, maka diperlukan adanya suatu pembatasan masalah agar pembahasan lebih tepat sasaran. Adapun pembatasan masalah tersebut antara lain :

1. Penelitian hanya dilakukan pada SiCepat Express.
2. Penelitian ini fokus pada kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan.
3. Model yang digunakan dalam penelitian adalah model lima dimensi kualitas jasa SERVQUAL FUZZY.
4. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan Kuesioner kepada *customer*.
5. Metode yang digunakan dalam pemecahan permasalahan adalah *Quality Functional Deployment (QFD)*.

1.5 Lokasi Penelitian

Lokasi perusahaan tempat penulis melakukan penelitian dan memperoleh data yang dibutuhkan untuk penyusunan Tugas Akhir , yaitu :

Nama Perusahaan : Sicepat Express Bandung Pusat
Alamat : Jl. Peta No.42, Pelindung Hewan, Kec. Astanaanyar,
Kota Bandung, Jawa Barat 40243
Telepon : (022) 42823593

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori pendukung yang relevan dalam pemecahan masalah yang diangkat.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai pola pikir yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian, pendekatan penelitian, pelaksanaan *survey*, pengumpulan dan pengolahan data, analisis hingga kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang pengumpulan data dan cara pengolahan data hasil pengamatan selama melakukan kerja praktik.

BAB V ANALISIS DATA

Bab ini berisi analisis terhadap hasil dari pengolahan data yang diperoleh dalam bab Pengolahan data.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari seluruh tahapan penelitian mulai dari proses pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis dalam menjawab tujuan penelitian. Selain itu diberikan juga saran untuk penelitian selanjutnya sehingga bermanfaat dalam rangka pengumpulan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini memberikan informasi mengenai dari mana saja bahan yang didapat dalam penelitian.

LAMPIRAN

Berisi tentang gambar maupun data yang diperoleh selama Tugas Akhir berlangsung.