

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini dalam perkembangan globalisasi, perubahan/revolusi kualitas di dunia yang telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Perkembangan yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri jasa. Seperti jasa perbankan, asuransi, jasa transportasi, restoran, telekomunikasi, pariwisata dan perusahaan-perusahaan penyedia jasa profesional lainnya. Dengan semakin maju dan berkembangnya dunia bisnis pada era globalisasi sekarang ini, akan semakin mencerminkan situasi usaha yang kompetitif di mana persaingan antar perusahaan akan semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut secara menyeluruh memaksimalkan daya saing perusahaan. Peningkatan kualitas pelayanan disertai terjaminnya keamanan baik dalam proses maupun hasil akhir jasa perusahaan pada akhirnya akan menentukan daya saing di masa yang ketat persaingan.

Kaitan dengan pelayanan kepada pelanggan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersial maupun non komersial harus menyadari bahwa keberadaan pelanggan yang setia dan loyal merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Untuk mempertahankan perusahaan selalu diingat dan diminati pelanggan dengan cara mengembangkan pola layanan terbaik, antara lain dengan cara sebagai berikut:

1. Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasinya.
2. Berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan dari yang di harapkan.
3. Memperlakukan pelanggan dengan pola layanan terbaik.

Oleh karena itulah pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan, jika mampu memberikan pelayanan yang terbaik secara langsung atau tidak langsung layanan tersebut akan tersebar luas karena kepuasan yang dialami atau dirasakan pelanggan akan disampaikan pelanggan ke pelanggan lain secara berantai.

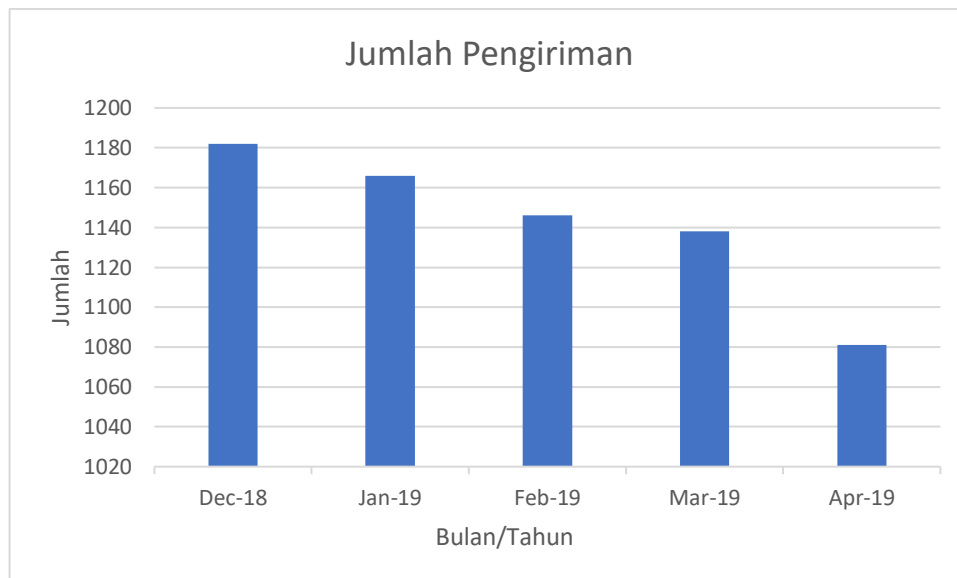
Layanan yang baik merupakan nilai daya tarik yang besar bagi pelanggan, sehingga layanan yang baik seringkali dapat digunakan sebagai alat untuk promosi yang menarik minat pelanggan karena dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan mempertahankan keberhasilan perusahaan dalam bidang jasa. Penting bagi pelanggan karena memberikan kombinasi untuk mengambil keputusan dalam menjamin untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan, penting bagi perusahaan karena akan memberikan kebanggaan perusahaan.

Pentingnya pelayanan pelanggan bagi perusahaan salah satunya dibidang jasa, dalam kegiatan ekonomi peranan industri jasa pengiriman barang semakin dibutuhkan karena dengan seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan untuk mempermudah kegiatan pendistribusian barang dalam hal ini *Aero Express* adalah nama usaha dari PT. Aerojasa Cargo yang merupakan salah satu anak perusahaan dalam kelompok usaha Aerowisata Group yang bergerak di bidang jasa transportasi darat, pariwisata, perhotelan, logistic dan jasa boga penerbangan dimana seluruh saham dimiliki oleh BUMN PT. Garuda Indonesia. PT. Aerojasa Cargo menerapkan kegiatan pelayanan kargo. Sasaran kualitasnya dalam bentuk pengakuan atas kinerja pelayanan perusahaan sesuai harapan pelanggannya. Pelayanan yang handal, aman, nyaman dan efisien serta konsisten merupakan sasaran yang hendak dicapai dengan melalui komunikasi timbal balik dengan pelanggan dan unsur terkait pelayanan.

PT. Aerojasa Cargo merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan publik, tetapi pada kenyataannya yang terjadi pada pelayanan publik ialah banyak keluhan dari masyarakat dapat membandingkan kualitas pelayanan dan harga yang diterima dari PT. Aerojasa Cargo dengan pelayanan dan harga yang diterima dari perusahaan pesaing. Perusahaan jasa pesaing seperti PT. Pos Indonesia, JNE, J&T, TIKI, Sicepat, Pahala Express, Pandu Logistic, First Logistic, dan DHL menawarkan nilai-nilai yang lebih dari yang diberikan oleh PT. Aerojasa Cargo

seperti harga, jangkauan pengiriman yang lebih luas, jaminan saat pengiriman paket dan sebagainya dan semakin maraknya pertumbuhan bisnis pengiriman jasa kargo, jika di biarkan dalam jangka waktu yang panjang akan mungkin kehilangan pelanggannya.

Perkembangan penggunaan jasa pengiriman pada PT. Aerojasa Cargo mulai dari Desember 2018 – April 2019 dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini.



Gambar 1. 1. Jumlah Penggunaan Jasa Kargo PT. Aerojasa Cargo

Sumber: PT. Aerojasa Cargo 2019

Tabel 1.1 jumlah penggunaan jasa kargo PT. Aerojasa Cargo menunjukkan jumlah penggunaan jasa kargo pada PT. Aerojasa Cargo dari bulan Desember 2018 sampai dengan April 2019. Pada bulan Desember 2018 pengguna jasa kargo PT. Aerojasa Cargo sebesar 1.182, pada Januari 2019 terdapat penurunan sebesar 1.166 pengguna jasa kargo dan pada bulan Februari 2019 sebesar 1.146 dan pada bulan Maret 2019 sebesar 1.138 pengguna jasa kargo kemudian penurunan ditunjukkan pada bulan April 2019 sebesar 1.081 pengguna jasa kargo.

Penurunan pengguna jasa kargo melalui PT. Aerojasa Cargo pada bulan April 2019 mengindikasikan minat konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman kargo melalui PT. Aerojasa Cargo mengalami penurunan. Penting bagi PT. Aerojasa Cargo untuk mencari terobosan baru dari segala aspek dalam kaitannya dengan jasa pengiriman. Tidak menutup kemungkinan PT. Aerojasa Cargo akan kehilangan pangsa pasar atau pelanggan apabila tidak memiliki inovasi baru untuk meningkatkan daya saing. Hal inilah menjadi tantangan terbesar PT. Aerojasa

Cargo saat ini apabila ingin tetap dijalur persaingan sebagai perusahaan jasa pengiriman kargo, beberapa pelayanan yang selama ini dilakukan atau diandalkan PT. Aerojasa Cargo mungkin perlu dikaji kembali, karena saat ini segala aspek hal dalam kehidupan berjalan semakin dinamis, terlebih yang berkaitan dengan persaingan. Satu hal yang berpengaruh dan menjadi pertimbangan penting dalam bidang jasa adalah keputusan memilih konsumen.

Preferensi pelanggan dalam pelayanan kargo, merupakan suatu pertimbangan berdasarkan tuntutan kebutuhan pengiriman barang yang aman, lancar dan terjangkau. Disadari pula bahwa preferensi pelanggan dipengaruhi oleh beberapa karakteristik yaitu karakteristik pribadi, harga dan psikologis.

Preferensi pelanggan berdasarkan pertimbangan karakteristik pribadi pelanggan juga mempengaruhi preferensi pelanggan terhadap pelayanan kargo. Beberapa pertimbangan yang mempengaruhi pribadi pelanggan terhadap pelayanan kargo. Pelanggan yang berpendapatan tinggi cenderung menggunakan kargo yang lebih mahal dikarenakan lebih cepat sampai. Gaya hidup dalam hal ini yaitu dapat terlihat dari pelanggan yang tidak lagi ingin repot untuk membawa barangnya naik langsung ke pesawat, tetapi lebih memilih untuk memasukannya dalam pelayanan kargo. Ada pula bagi pelanggan yang selalu melakukan pengiriman barang yang dulu menggunakan pengiriman barang yang sedikit lama, dengan gaya hidup ini cenderung menggunakan jasa penerbangan agar lebih aman dan cepat sampai.

Preferensi pelanggan menurut karakteristik tinjauan harga mempengaruhi pelayanan kargo dalam hal ini pengenalan biaya tarif pelayanan kargo yang terjangkau. Preferensi pelanggan yang memiliki ekonomi mapan berbeda dengan pelanggan yang memiliki ekonomi yang tidak mapan, sehingga alternatif-alternatif pengambilan keputusan yang berbeda dan sangat terbatas dibandingkan dengan pelanggan dengan ekonomi yang mapan yang cenderung tidak ingin repot.

Dalam karakteristik psikologis pelanggan mempengaruhi preferensi pelanggan dalam memilih pelayanan kargo yang dapat diandalkan, terpercaya dan terjangkau sehingga dalam hal ini karakteristik psikologis pelanggan sangat bereperan dalam memiliki kepercayaan untuk menetapkan pilihan menggunakan jasa kargo.

Preferensi pelanggan terhadap pelayanan kargo yang di terapkan oleh PT. Aerojasia Cargo dapat dilihat dalam pertimbangan kebutuhan jasa pengiriman

barang yang cepat, pertimbangan yang telah dipikirkan untuk menetapkan pilihan pelayanan kargo di PT. Aerojasa Cargo dan mengambil keputusan untuk menggunakan jasa pelayanan kargo dari PT. Aerojasa Cargo.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi pelanggan berdasarkan karakteristik pribadi, harga dan psikologis mempengaruhi preferensi pelanggan terhadap pemilihan jasa kargo pada PT. Aerojasa Cargo?
2. Diantara karakteristik tersebut, manakah yang dominan menjadi preferensi pelanggan terhadap pemilihan jasa kargo pada PT. Aerojasa Cargo?
3. Apakah terdapat pengaruh karakteristik harga sebagai moderator terhadap karakteristik pribadi dan psikologis?
4. Apakah terdapat pengaruh karakteristik harga sebagai penghubung atau mediator terhadap karakteristik psikologis dan pribadi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penyusunan laporan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh preferensi pelanggan berdasarkan karakteristik pribadi, harga dan psikologis terhadap pemilihan jasa kargo pada PT. Aerojasa Cargo.
2. Mengetahui preferensi pelanggan yang dominan terhadap pemilihan jasa kargo pada PT. Aerojasa Cargo.
3. Mengetahui pengaruh karakteristik harga sebagai variabel moderator diantara karakteristik pribadi dan karakteristik psikologis dalam keputusan memilih.
4. Mengetahu pengaruh karakteristik harga sebagai penghubung atau mediator diantara karakteristik pribadi dan karakteristik psikologis dalam keputusan memilih.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yang informasi bisa bermanfaat bagi mahasiswa dan perusahaan diantara lainnya adalah :

1. Untuk Peneliti

Untuk menambah pengetahuan mahasiswa/i dalam memilih pelayanan jasa kargo di PT. Aerojasa Cargo.

2. Untuk Masyarakat

Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang berminat mempelajari mengenai masalah yang relevan dalam penelitian ini.

3. Untuk Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi bagi PT. Aerojasa Cargo dalam memberikan pelayanan kargo kepada pelanggan.

1.5. Batasan Masalah

Dalam penyusunan tugas akhir ini diberikan pembatasan masalah agar pembahasan lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian sehingga penelitian ini hanya membahas mengenai preferensi pelanggan berdasarkan karakteristik pribadi, harga dan psikologi yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih penggunaan jasa kargo PT. Aerojasa Cargo.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir ini :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil studi yang dapat menghadirkan latar belakang permasalahan yang menjelaskan alasan-alasan yang melandasi penelitian ini dari preferensi pelanggan terhadap pemilihan jasa, yang mengacu pada Rumusan Masalah, dan Tujuan Penelitian yang merupakan pernyataan jawaban yang akan dicapai pada penelitian ini. Manfaat Penelitian menjelaskan potensi yang bisa diperoleh pada penelitian ini secara teoritis maupun praktis. Batasan Penelitian atau ruang lingkup penelitian melingkupi koridor isu yang spesifik. Sistematika Penulisan memberikan urutan untuk merampungkan dalam penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai Landasan Teori mengenai metode analisis jalur (*Path Analysis*) dan preferensi pelanggan dalam pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan tentang kerangka pemecahan masalah dan langkah-langkah penelitian. Kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian prosedur dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur secara sistematis agar dapat dilakukan dengan efektif. Langkah-langkah penelitian berisikan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk urutan pemecahan masalah dan diagram alir (*flowchart*) pemecahan masalah dalam penelitian ini di mulai dari survei pendahuluan, studi pustaka, studi lapangan, identifikasi masalah, tujuan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis, kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengumpulan data kuisioner dan pengolahan data menggunakan metode analisis jalur dengan model moderasi dan mediator .

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai analisis dari pengolahan data dengan menggunakan metode analisis jalur yang menyatakan bahwa karakteristik pribadi dan harga memberikan pengaruh terhadap keputusan memilih, sedangkan karakteristik psikologis tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan memilih.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan terhadap metode analisis jalur yang telah digunakan dalam pengolahan data terhadap keputusan memilih, dan saran bagi pihak perusahaan dan bagi peneliti.