

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini persaingan yang ketat menciptakan tantangan bisnis yang semakin besar yaitu kompetisi yang semakin tinggi mengakibatkan para pelaku bisnis yang bergerak dibidang industri manufaktur maupun jasa pelayanan harus berperan aktif sehingga dapat menjadi pemain utama. Sikap yang paling tepat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang menggunakan strategi bersaing yang dapat diandalkan, salah satunya pengendalian dan peningkatan kualitas.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa, merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir. Perusahaan yang menjalankan jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir tersebut mampu bertahan dalam kondisi perekonomian di Indonesia. Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu kemampuan untuk melakukan berbagai kombinasi dan tanggapan atau rangkaian aktivitas yang berbeda bagi tiap konsumen sangat penting dilakukan bagi usaha jasa pengiriman barang. (Kotler P, 2009)

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting didalam meningkatkan kepuasan pelanggan, pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik dimasa yang akan datang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman dan kebijakan harga karena dua hal tersebut menjadipertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman jalur darat. Untuk meyakinkan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan perilaku loyalitas konsumen. Pemanfaatan loyalitas konsumen ini disebabkan oleh efek

STIMLOG Indonesia

jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan konsumen tetap menggunakan jasa perusahaan pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan 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 menunjang kegiatan pengiriman barang dan pelayanan demi terciptanya suatu ketepatan dan efektifitas dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggan. Disisi lain pelanggan atau konsumen yang saat ini berbasis pengetahuan lebih mudah dalam memahami dan mengetahui proses bisnis yang ada menjadikan konsumen yang semakin kritis sehingga memunculkan tingginya tuntutan dalam mendapatkan pelayanan jasa yang berkualitas. Hal ini menuntut perusahaan atau penyedia jasa agar memberikan pelayanan yang memiliki kualitas terbaik dan mempertahankan minat beli atau loyalitas konsumen. Keberadaan penyedia jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja dari arus pergerakan barang dari dan ke suatu wilayah lainnya. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman barang adalah sebagai perantara layanan transportasi barang dari tempat asal pengiriman ke tempat tujuan sehingga barang tersebut memiliki daya guna dan nilai yang lebih. Peran sebagai perantara layanan transportasi barang ini meliputi dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak yang dekat (dalam negeri) maupun jarak jauh (luar negeri).

PT. Speedmark Logistik Indonesia adalah sebuah perusahaan gabungan antara Speedmark Transportation Singapore, Princtonhall Hongkong (perusahaan yang berada dibawah Allport UK) dan PT. Speedmark Logistik Indonesia dibawah nama PT. Speedmark Transportation Indonesia.

PT Speedmark Logistik Indonesia ialah perusahaan jasa transportasi yang dapat memberi solusi seluruh kebutuhan logistic service, dengan menjadikan Speedmark Indonesia sebagai salah satu perusahaan jasa transportasi terpandang

dan mendominasi seluruh kebutuhan logistic service skala regional, nasional dan internasional, bukan hanya bertindak sebagai makelar bea cukai, namun juga sebagai forwarder lokal.

3

STIMLOG Indonesia

Di PT. Speedmark Logistik Indonesia peneliti menemukan sebuah permasalahan yang signifikan yaitu penurunan pengguna jasa dibulan Juli sampai dengan bulan Desember pada tahun 2019. Berikut adalah gambar grafik pengguna jasa pada bulan Juli sampai bulan Desember 2019.

Pada Gambar 1.1 menggambarkan grafik pengguna jasa pada bulan Juli sampai Desember 2019 sebagai berikut.

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Jasa Juli-Desember

(Sumber: PT. Speedmark Logistik Indonesia 2019)

Dari grafik diatas menjelaskan bahwa adanya sistem pelayanan di PT. Speedmark Logistik Indonesia yang berjalan tidak baik yang menyebabkan penurunan pengguna jasa pada bulan Juli sampai dengan Bulan Desember 2019, pada bulan Juli pengguna jasa terhitung sebesar 103 pengguna jasa, kemudian mengalami penurunan pada bulan Agustus menjadi 96 pengguna jasa, pada bulan September mengalami kenaikan pengguna jasa yaitu sebesar 140 pengguna jasa. Namun, pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember, PT. Speedmark Logistik Indonesia mengalami penurunan pengguna jasa yang signifikan yaitu 87 pengguna jasa pada bulan Oktober, 67 pengguna jasa pada bulan November, 47 pengguna jasa pada bulan Desember.

Seperti perusahaan jasa pada umumnya, PT. Speedmark Logistik Indonesia, selalu ingin memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan dan tentunya didukung dengan pengembangan karyawan yang efektif. Namun pada

103 96

140

87

67

kenyataannya, PT. Speedmark Logistik Indonesia masih memiliki banyak kekurangan, seperti hasil wawancara terhadap pengguna jasa. Dimana hasil wawancara tersebut tidak sedikit memberikan komentar negatif, misalnya dari segi fasilitas diketahui bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata ideal dalam penggunaannya. Sedangkan dari segi proses pelayanan, lambatnya pelayanan mengakibatkan kegiatan pengiriman menjadi terhambat, akibatnya proses pengiriman cukup memakan waktu dari waktu yang diharapkan

Dari hasil analisa pendahuluan diperoleh permasalahan tentang penurunan jumlah pengguna jasa di PT. Speedmark Logistik Indonesia, dengan terjadi penurunan tersebut diketahui adanya kendala pada kualitas pelayanan yang diberikan dan terjadi kesenjangan (Gap) antara persepsi dan harapan pelanggan. Oleh karena itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di PT.

Speedmark Logistik Indonesia maka diperlukan perbaikan, baik internal maupun eksternal perusahaan tersebut. Salah satu cara untuk perbaikan peningkatan kualitas layanan, penulis mencoba menyelesaikan permasalahan yang terjadi guna meningkatkan kualitas layanan.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disimpulkan identifikasi masalah yang ada adalah :

1. Bagaimana kepuasan pelanggan atas kualitas layanan pada PT. Speedmark Logistik Indonesia?
2. Berapa nilai kesenjangan (Gap) antara layanan yang diberikan perusahaan dengan harapan konsumen?
3. Atribut-atribut kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan di PT. Speedmark Logistik Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi dan mengetahui kepuasan pelanggan atas kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Speedmark Logistik Indonesia.

5

STIMLOG Indonesia

2. Untuk mengetahui berapa nilai kesenjangan (Gap) antara layanan yang diberikan perusahaan dengan harapan konsumen

3. Untuk mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan di PT. Speedmark Logistik Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat yang dapat diperoleh dari pemecahan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Manfaat bagi Penulis

- a. Penulis dapat mengetahui apa tentang cara meningkatkan kualitas pelayanan guna memberi kepuasan terhadap konsumen, serta menambah wawasan tentang perencanaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diterapkan perusahaan jasa Freight Forwarder yaitu diperusahaan PT. Speedmark Logistik Indonesia.

- b. Menambah pengetahuan kepada penulis secara pribadi sekaligus menerapkan ilmu yang selama ini dipelajari dalam perkuliahan dan syarat kelulusan untuk mencapai gelar S1 Manajemen Transportasi Logistik (S.Log) di Sekolah Tinggi Manajemen Logistik Indonesia

2. Manfaat bagi Perusahaan

Bagi PT. Speedmark Logistik Indonesia sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Manfaat bagi pembaca

Diharapkan dapat menjadi pengetahuan yang nantinya pembaca dapat

memahami tentang analisa kepuasan pelanggan dan menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk menghindari adanya penyimpangan dari tujuan penulisan ini, maka penulis membuat batasan penelitian dari penulisan ini. Adapun batasan penelitian dari penulisan ini adalah :

6

STIMLOG Indonesia

1. Penelitian ini fokus pada kualitas pelayanan di PT. Speedmark Logistik Indonesia.
2. Penelitian ini menyebarkan kuesioner kepada pengguna jasa PT. Speedmark Logistik Indonesia yang berjumlah 74 responden.
3. Data yang diperoleh hasil dari observasi lapangan yaitu data selama enam bulan di 2019 (bulan Juli-Desember) dan menyebar kuesioner kepada para pengguna jasa di PT. Speedmark Logistik Indonesia dengan dimensi kualitas yang digunakan adalah: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.
4. Analisis permasalahan dengan menggunakan metode Service Quality (ServQual) untuk mendapatkan nilai kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi yang dilanjutkan dengan metode IPA (Importance Performance Analysis) guna mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya.

1.6 Lokasi Perusahaan

Tugas Akhir ini dilakukan sebagai hasil dari penelitian yang dilaksanakan oleh Penulis diperusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman cargo (Freight Forwarder). Adapun lokasi tempat Penulis melaksanakan observasi dan memperoleh data yang dibutuhkan untuk penyusunan Laporan data yang dibutuhkan untuk penyusunan laporan Tugas Akhir ini yaitu:

Nama Perusahaan : PT. Speedmark Logistik Indonesia

Alamat : PURI SENTRA NIAGA BLOK

A20/21, Jatiwaringin,

Kalimalang, Kec. Makasar,
Jakarta Timur, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 13620

Telp : (021) 8622130

7

STIMLOG Indonesia

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat pemecahan masalah, pembatas masalah, tempat dan waktu pelaksanaan kerja praktik dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjelaskan pokok-pokok masalah yang dinilai dapat diterapkan dalam menyelesaikan masalah khususnya mengenai makna dari ekspor-impor, perusahaan jasa, alur dan proses pengiriman dan juga metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang definisi tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dan deskripsi bagaimana peneliti melakukan penelitian dan penentuan masalahnya.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan tentang pengumpulan dan pengolahan data yang ditunjukkan untuk memecahkan masalah serta analisis dan pembahasan yang diharapkan mampu untuk menjawab masalah objek penelitian.

BAB V ANALISIS DATA

Bab ini berisi analisis yang merupakan jawaban dari hasil pengolahan data yang dianalisis dan dijabarkan lebih mendalam tentang hasil yang didapatkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diusulkan peneliti