

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang pelayanan merupakan sebuah tindakan krusial bagi semua perusahaan barang maupun jasa. Khususnya pelayanan pada perusahaan jasa akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang bersangkutan. Dari kepuasan akan menimbulkan rasa loyal pada perusahaan, dan secara tidak langsung akan berpengaruh bagi segala aspek perusahaan. Untuk setiap perusahaan jasa pastinya sudah memiliki strategi tersendiri dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Namun persaingan dunia bisnis jasa ini semakin panas, dengan munculnya ide dan inovasi yang bermunculan. Dikarenakan persaingan tersebut, maka perusahaan jasa harus lebih memperhatikan pelayanan kepada pelanggan dengan sangat serius (SEA Mokoagouw, 2018).

Pelayanan jasa ekspedisi pada jaman sekarang sangat menjadi prioritas pemakaian pelanggan, dikarenakan pelayanan yang ditawarkan beraneka ragam sesuai apa yang kita minta. Berbagai jenis pelayanan secara umum di setiap perusahaan jasa ekspedisi setidaknya ada *Same day*, *Regular*, *Cargo*. Pelanggan sendiri yang akan memilih pelayanan mana yang akan digunakan, dan pula perusahaan akan melakukan pelayanan sesuai yang pelanggan pilih (DS Donoriyanto, 2015).

Potensi pelanggan terhadap perusahaan jasa ekspedisi sangat besar. Dilihat dari intens nya berbagai kegiatan diskon dari berbagai *e-commerce*, *event* gratis ongkos kirim, persaingan saling cepat perihal pelayanan, serta kondisi *pandemic* dan *after pandemic* ini pun mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi pelanggan untuk memakai perusahaan jasa ekspedisi dalam kegiatan sehari – harinya (Hadion Wijodo, 2020).

Di kota Bandung sudah banyak cabang pelayanan jasa ekspedisi yang tersebar di berbagai penjuru kota kembang. Salah satu jasa ekspedisi yang sudah berdiri sejak lama dan menjadi pelopor *express industry courier* di Indonesia sejak 1964 yaitu PT XYZ. Oleh karena itu perusahaan ini memiliki lebih banyak pengalaman pengiriman dengan jaringan terluas di seluruh

Indonesia, yang bahkan memiliki lebih dari 250 kota tujuan pengiriman. Sedangkan cabang untuk seluruh Indonesia yang dimiliki sebanyak 33 cabang.

Perusahaan pelopor ekspedisi ini memiliki beberapa layanan, diantaranya *Same Day Delivery* (SSD), *Next Flight Out* (NFO), *Overnight Delivery* (OD), *Regular Delivery* (RD), *City Courier* (CC). Dengan beberapa pilihan layanan, pelanggan bebas menentukan layanan mana yang akan digunakan. Jenis jasa yang biasa dikirim berupa paket, dokumen, dan kargo. Contohnya jika paket seperti barang hasil pengrajin berupa gitar, bingkai foto dari olahan kertas bekas. Jika dokumen biasanya berupa surat dari perusahaan untuk perusahaan lain atau personal. Dan jika kargo biasanya berupa motor, sepeda, atau barang yang memiliki ukuran atau berat yang besar.

Ada beberapa kasus yang mengalami perbedaan waktu layanan dengan kenyataan, seperti layanan SSD yang waktu sampainya barang hampir mendekati RD. Ini menjadi pemicu berbagai respon dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. XYZ. Walaupun PT. XYZ. memiliki pelanggan yang tetap menggunakan jasanya, tidak menutup kemungkinan akan adanya transmigrasi pelanggan kepada kompetitornya. Beberapa keluhan yang terjadi pada tahun 2020 terakhir ini terhitung dari bulan Januari sampai Desember tercatat memiliki 129 kasus. Seperti yang tertera pada tabel berikut :

Tabel I.1 Daftar Keluhan Pelanggan PT XYZ Tahun 2020

Bulan	Keluhan	Jenis Keluhan
Januari	4	2 A, 2 C
Februari	3	3 A
Maret	4	1 A, 3 C
April	4	4 A
Mei	22	14 A, 2 B, 6 C
Juni	13	11 A, 2 C
Juli	15	9 A, 6 C
Agustus	17	16 A, 1 C
September	11	7 A, 4 C
Oktober	17	11 A, 6 C
November	11	2 A, 1 B, 9 C
Desember	8	6 A, 2 B

Sumber: Data yang diperoleh dari PT. XYZ. 2020

Keterangan jenis keluhan :

A = Kedatangan barang terlambat / tidak sesuai jenis layanan

B = Barang Hilang

C = *Packaging* dalam keadaan rusak / tidak utuh.

Berdasarkan Tabel 1.1 masih adanya keluhan perihal pelayanan yang diberikan oleh PT. XYZ. Mengingat bahwa pada aspek tempat yang sedikit kumuh dan terlihat sempit karena penumpukan barang menyatu dengan *office*.

Pada aspek pelayanan terdapat keluhan tentang kedatangan barang yang tidak sesuai layanan yang dijanjikan. Melihat dari Tabel 1.1, masalah keterlambatan barang dari 129 keluhan, ada 86 keluhan tentang keterlambatan barang sampai pada tujuan.

Selanjutnya ada aspek kesigapan dalam melayani keluhan atau kendala pelanggan terhadap PT. XYZ. sedikit sulit dalam hal melacak atau *tracking* barang yang pelanggan kirim atau dikirim oleh pelanggan lain. Lalu tidak jarang juga pegawai melakukan penumpukan pekerjaan karena beralasan agar sekali kerja.

Pada bagian asuransi terhadap pelanggan PT. XYZ. menerapkan sistem asuransi barang hilang atau rusak, tetapi pada kenyataannya asuransi tersebut tidak diberlakukan. Di 129 keluhan yang terdapat pada tabel keluhan 1.2, terdapat 43 keluhan barang rusak, kemasan rusak, dan barang hilang.

Pegawai atau pihak PT. XYZ sangat kurang dalam hal memperlakukan pelanggan. Misalnya adalah sulitnya menghubungi pihak *customer service* perusahaan untuk memberikan keluhan. Ini menandakan kurangnya empati yang ada di PT. XYZ.

Akibat dari terkumpulnya keluhan yang ada selama tahun 2020 maka PT. XYZ yang harusnya menjadi pendongkrak keberadaan dan meyakinkan pelanggan, tidak masuk ke *Top Brand Award*. Penilaian tersebut diadakan setiap tahun oleh *Top Brand Award* dengan melihat kekuatan merek di benak pelanggan, perilaku penjualan pelanggan dan keinginan pelanggan menggunakan kembali barang / jasa tersebut. Kepercayaan pelanggan dan eksistensi perusahaan berbanding terbalik dengan usia serta pengalaman

terlama di dunia jasa pengiriman dan bahkan yang sempat menjadi pelopor *express industry courier* di Indonesia ini.

Pelanggan tentu akan memiliki penilaian tersendiri, terutama jika pelayanan baik maka akan meningkatkan loyalitas, karena pengaruh dari kepuasan pelanggan itu sendiri. Tetapi jika pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan justru akan berdampak negatif bagi perusahaan dan bisa saja berpindah pemakaian jasa kepada kompetitor. Kekurangan dari pelayanan PT. XYZ ini pun di akibatkan ketidaksesuaian waktu estimasi dari per layanan, dan akan menghambat sampainya barang pada tujuan sesuai waktu perkiraan yang sudah di tentukan.

Dengan masalah yang serius ini maka PT. XYZ mungkin saja akan mengalami beberapa kendala yang sangat berpengaruh bagi perusahaan. Perusahaan harus mengambil langkah yang tepat dalam menganalisis dan mengambil tindakan untuk memperbaiki dan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan untuk ke depannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat dibuatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z)?
2. Berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)?
3. Berapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)?
4. Berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat, maka dibuatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z).
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z).
4. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini :

1. Manfaat bagi pelanggan PT. XYZ. Kota Bandung agar lebih bisa menikmati pelayanan maksimal yang sesuai ekspektasi.
2. Manfaat bagi PT. XYZ untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan di daerah Kota Bandung, dan sebagai pertimbangan untuk memperbaiki kinerja yang sudah ada.
3. Manfaat bagi STIMLOG, untuk menjadi referensi yang bias digunakan untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan teori dunia logistik, dan tentu nya sebagai data bagi perpustakaan STIMLOG agar bias dimanfaatkan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan Penelitian dibuat untuk menghindari adanya penyimpangan dari pokok masalah sehingga penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai. Batasan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Data keluhan pelanggan hanya di ambil bulan Januari – Desember 2020 (satu tahun)
2. Data keluhan diambil hanya di kantor pusat cabang Bandung.
3. Paket kiriman dan tujuan hanya untuk dalam Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini menjelaskan tentang Latar Belakang yang terkait dalam masalah yang akan dibahas oleh Penulis dalam Laporan Tugas Akhir, serta perumusan masalah yang terjadi di Perusahaan, Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah, Batasan Masalah, Lokasi Pelaksanaan, dan Sistematik Penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisi tentang penjelasan teori-teori yang relevan dari permasalahan yang akan dibahas, yang berguna sebagai referensi dalam pemecahan masalah dan teori penunjang relevan yang akan digunakan untuk menganalisis dan memecahkan masalah sehingga penulisan laporan menjadi lebih sistematis dan terarah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang usulan metode penelitian yang nantinya akan digunakan penulis dalam penelitian serta mencakup pula di dalamnya terdapat sumber dan penentuan data, serta langkah-langkah pemecahan masalah secara lebih detail dan tersusun.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada Bab ini berisi penjelasan tentang gambaran umum perusahaan tempat penelitian, struktur organisasi dari instansi yang bersangkutan. Serta menjelaskan tentang pengumpulan dan pengolahan data yang ditujukan untuk memecahkan masalah yang telah ditetapkan pada BAB III.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan dilakukan analisis dan pembahasan yang bertujuan untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada sehingga dapat menghasilkan suatu solusi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan perubahan ke depannya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penulis yang diperoleh dari analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan dan pada bagian ini penulis juga memberikan saran - saran kepada perusahaan terhadap masalah yang terjadi.