

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi, informasi dan komunikasi yang mengakibatkan berubahnya bisnis penyedia layanan jasa pengiriman barang yang ada saat ini menimbulkan proses penjualan yang berbasis elektronik atau yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)* dalam menyajikan bisnis baru dibidang bisnis pengiriman barang kian meningkat, hal tersebut dibuktikan hasil dari Data Sensus Ekonomi tahun 2016 dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyebutkan Industri *E-Commerce* Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir tumbuh sekitar 17% dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit. Hadirnya *E-commerce* saat ini telah membuka perspektif, struktur, dan strategi yang baru bagi perusahaan atau pemberi layanan jasa dalam menghadapi kesempatan maupun tantangan yang baru. Hal itu lantaran penetrasi internet yang mulai marak diikuti dengan melambungnya penjualan secara *online* yang secara tidak sengaja menimbulkan kesempatan maupun tantangan baru bagi para perusahaan penyedia layanan jasa pengiriman. Bisnis ekspedisi atau jasa pengiriman barang merupakan salah satu usaha dibidang logistik yang mengkhususkan terutama pada jasa yang menawarkan pelayanan berupa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang sendiri memiliki peran vital yang tidak dapat dipungkiri, karena jasa pengiriman lah yang menjadi perantara suksesnya suatu transaksi dari penjual ke pembeli. Berdasarkan *review* dari tim E-logistik, bisnis jasa pengiriman barang tumbuh lebih dari 30% setiap tahun sejak 2008 dikarenakan adanya penghapusan UU No. 38 tahun 2009 tentang layanan pos yang selama ini dirasakan memonopoli terhadap perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah persaingan antar penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya *E-commerce* seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dan memberikan layanan jasa dengan kualitas

yang terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan faktor penting demi terciptanya loyalitas.

Disisi lain, pengguna jasa yaitu 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 terutama dalam *E-commerce*. 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 kota) maupun jarak jauh (luar kota).

Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan terutama dalam pengiriman barang maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan terutama dalam ketepatan waktu barang sampai yang sudah ditentukan, meminimalisir bahkan menghilangkan kecacatan barang kiriman serta memberikan jaminan barang sampai ke pelanggan tentu dengan harga yang kompetitif. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberikan dampak dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang lebih kuat atau bersifat loyalitas terhadap perusahaan dalam menggunakan jasanya. *J&T Express* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi yang juga memanfaatkan teknologi *E-commerce* yaitu pelayan yang order yang dilakukan via website, hotline dan apps. *J&T Express* Wanajaya setiap harinya melayani rata-rata 40 orang konsumen dengan jumlah barang yang dikirim dengan kisaran 2-5 barang

tiap konsumen, estimasi waktu yang diberikan untuk pengiriman dalam wilayah JABODETABEK adalah 1 hari sedangkan estimasi waktu pengiriman kota lainnya yang berada di luar provinsi adalah 2-4 hari. Dengan adanya persaingan layanan jasa ekspedisi yang ada di sekitarnya seperti JNE dan JET *Express* maka peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT J&T Express Wanajaya sangat perlu dilakukan, mengingat cabang Wanajaya merupakan pemain baru dikawasan tersebut untuk mampu bersaing dan merebut konsumen yang ada di kawasan tersebut.

Analisa mengenai tanggapan konsumen terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menentukan aspek yang belum sesuai dengan harapan konsumen, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan dimata konsumen dan dapat menentukan langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Berdasarkan pengukuran kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) pada J&T Express tersebut, konsumen dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara membandingkan antara persepsi terhadap harapan konsumen pada jasa pengiriman barang yang diberikan oleh J&T Express. Penelitian ini menggunakan pendekatan user based approach, yaitu mengukur kualitas pelayanan jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan menggunakan dimensi-dimensi kualitas jasa yang meliputi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Kelima dimensi tersebut merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan yang selanjutnya hasil pengukuran kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan dari kelima dimensi tersebut akan dikelompokkan berdasarkan seberapa baik dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang ada dan dievaluasi dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* untuk perencanaan dan pengembangan pelayanan yang terstruktur yang memungkinkan untuk menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas, dan kemudian mengevaluasinya berdasarkan keinginan pelanggan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Berapa nilai kepuasan pelayanan yang terdiri dari lima dimensi kualitas jasa dalam pengiriman barang di *J&T Express* Wanajaya?
2. Atribut kualitas pelayanan apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang *J&T Express* Wanajaya?
3. Apa rekomendasi yang dapat diusulkan untuk perbaikan pelayanan pada *J&T Express* Wanajaya berdasarkan hasil *QFD*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui nilai kepuasan pelayanan terhadap tingkat kualitas pada perusahaan jasa pengiriman barang *J&T Express*.
2. Untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa pengiriman barang *J&T Express* Wanajaya.
3. Untuk mengetahui rekomendasi yang dapat diusulkan untuk perbaikan pelayanan pada *J&T Express* Wanajaya berdasarkan hasil *QFD*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Membantu pihak perusahaan untuk bahan acuan dalam penyusunan rencana perbaikan kualitas pelayanan jasa pengiriman barang pada *J&T Express*.
2. Membantu pihak perusahaan dalam mengetahui dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Memberikan masukan kepada perusahaan terutama cabang Wanajaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
4. Memberikan acuan kepada pelanggan atau konsumen dalam pemilihan jasa pengiriman barang.

1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka pembahasan dan penyelesaian masalah perlu adanya batasan sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dan pengambilan data dilakukan hanya pada lingkup PT *J&T Express* Wanajaya
2. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat pelayanan yaitu Metode *ServQual*, Model *Kano* dan Metode *QFD*.
3. Penelitian dilakukan secara langsung dengan menggunakan Kuisisioner yang diberikan pada Konsumen *J&T Express* Wanajaya. Kuisisioner dibagikan kepada konsumen yang sudah menggunakan jasa pengiriman minimal sebanyak 3 kali.
4. Pembagian kuesioner dilakukan hanya kepada konsumen yang datang ke outlet *J&T Express* Wanajaya saja.

Asumsi dalam penelitian ini untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran persepsi antara lain sebagai berikut :

1. Proses pengambilan sampel digunakan tingkat kepercayaan sebesar 90 % dan peluang kesalahan sebesar 10 %.
2. Selama penelitian, pelayanan berjalan secara normal yang dimaksud tidak terjadinya perubahan alur proses bisnis perusahaan selama penelitian dilakukan.
3. Pengisian jawaban responden pada kuisisioner tidak dipengaruhi oleh pihak lain.

1.6 Sistematika Penelitian

Penyusunan pada penelitian ini disusun ke dalam 6 bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai Latar Belakang Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Penelitian, Manfaat penelitian, asumsi – asumsi dan Sistematika Penulisan laporan penelitian.

BAB II STUDI PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai pengertian dan teori-teori untuk mendukung hasil penelitian yang dilakukan seperti Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Metode Service Quality, Metode Kano, Metode QFD, serta mencari dasar dari metode-metode yang digunakan dalam pemecahan permasalahan yang ada.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai urutan mengenai kerangka pemikiran penelitian apa yang digunakan dari awal sampai akhir beserta mendeskripsikan bagaimana alurnya.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian serta pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan metodologi yang telah ditentukan.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisi mengenai analisa dari pengumpulan dan pengolahan data yang ada.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan memberikan saran mengenai penelitian tersebut.