

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis dalam bidang jasa dewasa ini bertumbuh dengan pesat. Salah satunya bisnis dibidang jasa. Peningkatan bisnis dibidang jasa tak terlepas dari kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Alma, (2005) “Selama ini pemasaran jasa, masih belum diperhatikan, tetapi melihat banyaknya jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli jasa tersebut, maka produsen jasa mulai memberikan pelayanan khusus. Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena jasa ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila jasa yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan membuat konsumen merasa terpenuhi atas jasa yang diterimanya. Konsumen dari bisnis jasa ini tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik, baik dari sarana maupun prasarana dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Selain itu bisnis jasa juga harus di imbangi dengan kualitas layanan yang baik. Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2001) merupakan salah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dari kualitas perusahaan. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dengan harapan pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan (Tjiptono, 2008). Pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka konsumen yang menentukan kualitas jasa yang mereka konsumsi. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2000) persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan wujud fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*)

kelima persepsi itu dapat diartikan sebagai ukuran dimana produk atau pelayanan mampu memenuhi keinginan masyarakat.

Dalam menarik konsumen, pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumen. Bagi perusahaan yang berpusat pada konsumen, kepuasan konsumen merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Kepuasan konsumen menurut Wilkie (1990) seperti yang dikutip oleh Tjiptono (2002:24) adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan konsumen merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan serta memelihara konsumen menjadi konsumen yang setia. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Kepuasan konsumen menjadi dasar bagi bisnis tersebut untuk tetap bertahan dan terus berkembang. Indikator kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang dapat diukur dengan kepuasan konsumen akan kebutuhan spesifik dan pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Konsumen merasa puas akan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dapat ditentukan dari tingkat kepuasan konsumen akan kebutuhan spesifik suatu jasa dan kepuasan secara menyeluruh atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Perkembangan di bidang jasa pengiriman barang menjadikan berbagai industri perusahaan jasa pengiriman barang semakin berkembang di Indonesia. Bagi masyarakat yang ingin mengirim barang dari satu tempat ke tempat lain tanpa harus mengantar dengan sendirinya menggunakan jasa pengiriman barang dapat menjadi solusi yang tepat, apalagi dengan berkembangnya teknologi internet membuat pemasaran online sangat bermanfaat bagi pasar online. Karena di jaman modern sekarang banyak orang menggunakan jual beli online. Menurut Mulyadi (2001:201), sistem pengiriman barang merupakan suatu kegiatan mengirim barang di karenakan adanya penjualan barang

dagang. Penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara tunai atau kredit.

JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia. JNE berdiri sejak tahun 1990. Tidak hanya melayani pengiriman barang dalam negeri. JNE juga menyediakan jasa pengiriman barang ke luar negeri. Jaringan JNE yang luas dan layanan yang professional telah membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran.

TIKI yang bernama resmi Citra Van Titipan Kilat berdiri pada tahun 1970, perusahaan bidang jasa ini sebelumnya hanya menjangkau kota Pangkal Pinang (Sumatera), Semarang (Jawa Tengah), dan Surabaya (Jawa Timur) dengan jumlah armada dan personil yang sangat terbatas.

Pada tahun 1972, perusahaan melakukan restrukturisasi manajemen yang membuat TIKI menjadi semakin kuat dan telah membangun banyak cabang di seluruh provinsi. Dalam jangka waktu setengah tahun, TIKI telah mampu melayani seluruh pelosok negeri. Dengan dukungan ribuan personil terlatih dan armada transportasi yang mampu menjangkau seluruh wilayah kepulauan. Dengan semakin berkembangnya TIKI dan semakin tumbuh kepercayaan masyarakat akan TIKI serta untuk melayani segala kebutuhan masyarakat akan kebutuhan dalam industri jasa pengiriman barang.

Hal ini sejalan dengan fenomena yang ada saat ini, yang kebanyakan perusahaan jasa pengiriman barang yang telah bersaing, dimana di kedua jasa pengiriman bersaing terkait ketepatan waktu menjadi faktor yang berpengaruh kuat terhadap keberhasilan sebuah perusahaan ekspedisi. Pelanggan selalu mengharapkan barang kiriman bisa tiba tepat waktu dan sesuai dengan jadwal yang telah diperkirakan sejak awal. Berikutnya tarif pengiriman merupakan penting karena akan berdampak pada harga yang harus

dibayar oleh pembeli, kemudian jangkauan layanan merupakan hal penting dalam bisnis pengiriman barang dan jasa pengiriman harus bisa melayani sampai ke pelosok. Penulis ingin membahas antara JNE dan TIKI yang telah banyak dikenal menguasai pasar jasa pengiriman barang, namun juga masih ada kelemahan dan kelebihan di kedua perusahaan tersebut serta untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen antara JNE dan TIKI serta ingin merubah statemen masyarakat yang menyatakan bahwa JNE dan TIKI itu satu perusahaan.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji permasalahan ini lebih dalam. Sehingga peneliti memutuskan untuk memilih judul **"ANALISIS PERBEDAAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG JNE DAN TIKI DI PONOROGO (Studi Kasus Pada JNE Jl. Niken Gandini dan TIKI Jl. Batoro Katong Ponorogo)"**.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi bukti langsung (*Tangible*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?
2. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi keandalan (*Reability*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?
3. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap (*Responsivines*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?
4. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi jaminan (*Assurance*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?
5. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi empati (*Empathy*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?

6. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi bukti langsung (*Tangible*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi keandalan (*Reability*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap (*Responsivines*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi jaminan (*Assurance*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.
- e. Untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada dimensi empati (*Empathy*) pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.
- f. Untuk mengetahui kepuasan konsumen jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini merupakan suatu sarana latihan kemampuan ilmiah mahasiswa, sekaligus sebagai suatu harapan ilmu pengetahuan yang diterima dibangku kuliah dan kemudian diaktualisasikan dalam kegiatan dilapangan termasuk dalam penelitian dan penyusunan laporan penelitian.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Perusahaan jasa pengiriman JNE dan TIKI di Ponorogo untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan yang ada di kedua perusahaan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai literatur terutama dalam pembahasan tentang perbedaan kualitas pelayanan pada jasa pengiriman barang JNE dan TIKI di Ponorogo

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan dan koreksi khususnya tentang kualitas pelayanan pada perusahaan jasa terutama JNE dan TIKI di Ponorogo dan juga sebagai acuan bagi peneliti yang akan datang khususnya yang mempunyai bidang pembahasan yang sama.

