

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah.

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, perkembangan teknologi semakin maju dan berkembang, masyarakat sebagai pengguna harus bisa memanfaatkan penggunaan teknologi sesuai dengan kebutuhannya. Perkembangan teknologi merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan sebuah usaha sehingga perusahaan dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitornya. Terlebih khusus para pengusaha yang bergerak dibidang jasa mereka harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya sehingga dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Dalam perkembangannya, dunia bisnis pada jasa ekspedisi semakin luas dan tumbuh dengan pesat dari waktu ke waktu. Hal ini tentu saja dikarenakan berbagai faktor pendukung, seperti meningkatnya bisnis *e-commerce* terhadap aktivitas penjualan, pemasaran dan pembelian secara *online*. Hal ini juga dipengaruhi karena tinggi keinginan dibandingkan dengan kebutuhan atas konsumsi pribadi dari konsumen. Berkembangkan bisnis *e-commerce* tentu memberikan efisiensi dan efektivitas bagi pelaku bisnis dan juga konsumen seperti mempermudah transaksi jual-beli, meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya tambahan, dan sebagainya. Bahkan saat ini bisnis *e-commerce* dijadikan sebagai gaya hidup dalam menunjang kebutuhan sehari-hari bagi para penggunanya. Meningkatnya pembelian secara *online* juga dikarenakan bisnis *e-commerce* yang terdiri dari beragam segmen seperti, *online retail, marketplace, daily deals, classified add, price comparison, travel, logistic*, dan lain-lain. Pertumbuhan bisnis *e-commerce* tentu menyebabkan perkembangan jasa ekspedisi, terlebih sekarang ini bisnis *e-commerce* mengadakan banyak hubungan kerjasama dengan perusahaan jasa layanan ekspedisi untuk dapat menjangkau konsumen sehingga dapat mempermudah proses pengiriman barang sampai ke tangan konsumen.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi merupakan media penyambung untuk dapat mendistribusikan barang dagangan produsen ke konsumen dikarenakan penjual dan pembeli melakukan transaksi jual-beli secara

online. Perusahaan jasa ekspedisi akan berlomba-lomba melakukan strategi untuk dapat menarik konsumen dan mempertahankannya sebagai pelanggan sehingga dapat menanamkan *loyalitas* dan *mindset* pelanggan terhadap citra perusahaan. Sesuai dengan kenyataan sekarang ini, dimana pertumbuhan dan peningkatan penghasilan mendorong daya beli untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan konsumen. Munculnya fenomena belanja *online* telah menjadi pendorong sektor logistik di tanah air. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik 2015-2017, menunjukkan perkembangan jasa ekspedisi semakin tumbuh melesat, dimana Produk Domestik Bruto (PDB) sektor logistik (pergudangan dan penunjang angkutan, pos dan kurir) tumbuh di atas 6 persen sejak triwulan III 2015.

PT. Wahana Prestasi Logistik merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan di Indonesia yang bergerak dibidang industri jasa pengiriman barang. Sesuai dengan slogannya "Murah dan Berkualitas", perusahaan Wahana mampu menarik minat pengguna jasa ekspedisi karena berani menawarkan harga pengiriman yang jauh lebih murah dibandingkan dengan perusahaan ekspedisi lainnya. Salah satunya yaitu untuk tarif pengiriman paket dan barang untuk wilayah Jabodetabek hanya dikenakan tarif sebesar Rp. 5.000,-/kg. Layanan pengiriman yang diberikan perusahaan melalui transportasi udara, darat, laut, serta jasa pergudangan. Berbagai penawaran dari perusahaan diberikan untuk mampu mempertahankan pelanggannya dengan yaitu ketepatan, kecepatan, kehandalan dan juga keamanan dalam proses pengiriman barang yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Hingga saat ini, total agen yang dimiliki perusahaan kurang lebih 1400 agen yang menangani pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dan juga ke luar negeri khusus untuk negara Singapore. Perusahaan juga banyak mengadakan kerjasama dengan perusahaan *e-commerce*, sehingga mampu menarik minat konsumen dengan tawaran harga yang cukup menggiurkan.

Dasar pemilihan konsumen terhadap jasa ekspedisi yang akan digunakan dipengaruhi oleh keberhasilan perusahaan jasa dalam memberikan pelayanan yang baik dan didukung oleh reputasi nama perusahaan itu sendiri. Dalam pemahaman pengguna jasa ekspedisi, kategori pelayanan jasa pengiriman yang baik melalui beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Tarif pengiriman yang ditawarkan
2. Brand jasa ekspedisi
3. Waktu pengiriman barang

4. Pelayanan yang diberikan oleh kurir dan
5. Keamanan barang

Melalui pertimbangan-pertimbangan tersebut, PT. Wahana Prestasi Logistik telah berusaha untuk memenuhi semua faktor yang menjadi pertimbangan konsumen, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan PT. Wahana Prestasi Logistik. Dari beberapa sumber media sosial dan forum online, konsumen yang sudah pernah atau bahkan sudah beberapa kali menggunakan jasa ekspedisi Wahana merasakan ketidapuasan atas layanan yang diberikan perusahaan. Hal ini terlihat dari beberapa masukan seperti kritik dan saran tentang kualitas pelayanan jasa Wahana. Masukan-masukan yang diberikan oleh pengguna jasa Wahana belum tersalurkan dengan baik dikarenakan keterbatasan media menyampaikan, sehingga pelanggan hanya bisa memberikan komplain lewat media sosial. Berbagai masukan baik kritik ataupun saran yang diberikan oleh pelanggan, namun pihak perusahaan tidak secara langsung memberikan tanggapan serta solusi atas masalah yang dirasakan oleh pelanggan. Sehingga untuk dapat memecahkan permasalahan dari komplain yang diberikan konsumen, perusahaan harus mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan kemudian melakukan peninjauan ulang terhadap sistem pelayanan perusahaan seperti bagian divisi, karyawan, dan lainnya yang masih saling berhubungan.

Adapun beberapa komplain yang diberikan oleh konsumen melalui *review online* di media sosial dan forum online lainnya antara lain pengiriman paket atau barang yang sering tidak tepat waktu bahkan membutuhkan proses yang lebih lama dari ketentuannya, pelacakan nomor *tracking* yang sulit, pelayanan *service* kurir dan agen buruk, beberapa kasus kiriman yang tidak sampai ke tangan konsumen dan sebagainya. Masalah tersebut harus diselesaikan oleh perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan jasa ekspedisi lainnya dan tidak kehilangan kepercayaan konsumen. Dengan mengetahui masukan-masukan dari konsumen diharapkan perusahaan mampu memperbaiki dan merealisasikan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi kepada.

Melalui penelitian ini PT. Wahana Prestasi Logistik dapat mengetahui keinginan konsumen melalui penilaian yang diberikan dengan mengidentifikasi kualitas jasa pelayanan Wahana sesuai dengan persepsi pelanggan terhadap performansi perusahaan dan harapan pelanggan, mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan

yang menjadi menjadi prioritas utama konsumen dan diberikan usulan yang dapat dilakukan manajemen perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan berdasarkan hasil penelitian. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan sehingga tujuan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat tercapai. Sehingga nantinya dapat mengubah pola pikir konsumen atas keluhan dari *review* yang telah berkembang. Jika persepsi jasa telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan cenderung untuk terus menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Wahana Prestasi Logistik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti secara mendalam, yaitu:

1. Perusahaan belum mengetahui kualitas jasa pelayanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan.
2. Perusahaan belum menentukan atribut-atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan sesuai dengan prioritas pelanggan.
3. Memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan kepada PT. Wahana Prestasi Logistik.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini antara lain:

1. Mengidentifikasi kualitas jasa pelayanan PT. Wahana Prestasi Logistik sesuai dengan persepsi pelanggan terhadap performansi perusahaan dan harapan pelanggan.
2. Mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan jasa perusahaan yang perlu diperbaiki berdasarkan prioritas pelanggan.
3. Memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan urutan nilai *Gap V* kepada PT. Wahana Prestasi Logistik untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa kondisi yang tidak dapat mendukung dalam pengambilan data karena adanya beberapa keterbatasan sehingga pengambilan data tidak terlalu luas. Oleh karena itu, diperlukan sebuah batasan

agar analisis permasalahan dapat terarah. Adapun batasan masalah dalam penelitian adalah:

1. Obyek penelitian dilakukan pada kantor cabang perwakilan PT. Wahana Prestasi Logistik untuk wilayah Bantul dan Kota Jogja.
2. Responden yang dipilih adalah konsumen yang baru pertama kali atau lebih dari satu kali menggunakan jasa PT. Wahana Prestasi Logistik.
3. Analisis kualitas pelayanan yang dilakukan dengan memperhitungkan tingkat kepentingan atribut, harapan pelanggan, dan performansi perusahaan.
4. Penelitian ini dilakukan dengan metode *Servqual*, Metode *IPA*, dan Analisis Faktor.
5. Penyusunan usulan perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan dengan *Fishbone Diagram* berdasarkan analisis *Gap V*.

