

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelanggan sebagai pengguna barang dan jasa dalam menentukan pilihan produk banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan untuk membeli suatu produk bagi seseorang pelanggan (Hadiyati, 2009). Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menentukan pilihan produk dan jasa adalah kualitas. Kualitas barang dan jasa yang baik merupakan elemen penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa akan memberikan pelayanan terbaiknya bagi pelanggan. Untuk memberikan kepuasan dan mendapat kepercayaan pelanggan, perusahaan jasa harus mengerti keinginan pelanggan dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Namun, untuk mengerti keinginan pelanggan serta mengetahui kualitas jasa yang diberikan bukan hal yang mudah. Kualitas jasa lebih sulit untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada pelanggan sebagai kualitas barang (Yulianti & Kurniawan, 2011).

Heizer dalam Adi (2011), mengemukakan bahwa terdapat 4 karakteristik jasa yaitu *Intangibility* (Tidak terwujud), *Inseparability* (Tidak dipisahkan),

Variability (Keanekarupaan), *Perishability* (Tidak dapat tahan lama).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*) (Tjiptono dalam Hadiyati, 2009).

Kepuasan pelanggan dan kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa dapat diketahui dengan melakukan suatu pengukuran dan pengujian kepada pelanggan. Menurut Kotler dalam Adi (2011), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Band dalam Musanto (2004), kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi antara pelanggan dengan penyedia jasa tersebut. Mengingat jasa dan produk berwujud merupakan hal yang berbeda, maka pendekatan yang dilakukan pun berbeda (Yulianti & Kurniawan, 2011). Seperti salah satu contoh, karyawan harus dapat berinteraksi dengan konsumen secara efektif selama proses pembelian produk jasa. Hal itu akan

menjadi nilai tambah yang positif dimata pelanggan pengguna jasa tersebut.

PT. Herona Express merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa pengiriman barang. Perusahaan ini melayani pengiriman barang ke seluruh pulau Jawa, Madura, dan Bali. PT. Herona Express bekerja sama dengan PT. Kereta Api Indonesia dalam pengiriman barang. Seluruh pengiriman barang PT. Herona Express menggunakan kereta api dan selanjutnya di distribusikan ke masing-masing unit usaha atau alamat tujuan pengirim (sesuai dengan permintaan pelanggan) dengan menggunakan kendaraan angkut milik PT. Herona Express.

Mengingat pentingnya pelayanan bagi perusahaan jasa dalam menciptakan kepuasan pelanggan, PT. Herona Express ingin meningkatkan kualitas pelayanan perusahaannya. Selain itu, pihak manajemen telah beberapa kali mendapat keluhan dari pelanggan tentang pelayanan yang diberikan perusahaan. Namun, PT. Herona Express tidak mengetahui tentang gambaran kualitas pelayanan perusahaannya. PT. Herona Express juga belum mengetahui tentang keinginan konsumen dan atribut-atribut jasa yang menurut pelanggan penting dan menjadi prioritas.

Melalui penelitian ini diharapkan PT. Herona Express dapat mengetahui keinginan pelanggan dan mengetahui atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas pelanggan. Selain itu, diberikan usulan yang dapat dilakukan manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan berdasarkan hasil penelitian.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terjadi, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Perusahaan belum mengetahui kualitas jasa pelayanannya berdasarkan persepsi dan harapan dari pelanggan.
2. Perusahaan belum menentukan atribut-atribut jasa yang perlu ditingkatkan sesuai dengan prioritas pelanggan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui kualitas jasa pelayanan PT. Herona Express stasiun Tugu, Yogyakarta sesuai persepsi pelanggan terhadap performansi perusahaan dan harapan pelanggan.
2. Menganalisis atribut-atribut jasa yang perlu ditingkatkan atau dilakukan perbaikan berdasarkan skala prioritas yang diinginkan pelanggan.
3. Melakukan analisis penyebab ketidakpuasan pelanggan terhadap atribut dengan *GAP* yang besar dan memberikan usulan perbaikan berdasarkan prioritas dari pelanggan.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Herona Express stasiun Tugu, Yogyakarta.
2. Pelanggan yang dipilih menjadi responden adalah pelanggan yang menggunakan jasa PT. Herona Express

stasiun Tugu, Yogyakarta minimal satu kali atau lebih.

3. Penyebaran kuesioner tidak hanya dilakukan di unit usaha PT. Herona Express stasiun Tugu, Yogyakarta. Penyebaran kuesioner juga dilakukan pada responden yang pernah menggunakan jasa PT. Herona Express stasiun Tugu, Yogyakarta ditempat lain.
4. Responden yang dipilih berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. Analisis kualitas pelayanan yang dilakukan dengan memperhitungkan tingkat kepentingan atribut, harapan pelanggan, dan performansi perusahaan.
6. Responden untuk perhitungan *AHP* hanya menggunakan tiga orang yaitu Kepala Cabang PT. Herona Express Stasiun Tugu, Yogyakarta; Pelanggan yang selalu menggunakan jasa PT. Herona Express Stasiun Tugu, Yogyakarta.
7. Penelitian yang dilakukan untuk memberikan rekomendasi perbaikan pada PT. Herona Express stasiun Lempuyangan, Yogyakarta.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan sebagai landasan atau acuan agar proses penelitian berjalan secara sistematis, terstruktur, dan terarah. Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan proses penelitian atau urutan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian (Sulistiyowati et al., 2007). *Flowchart* metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1. Berikut tahap-tahap dalam penelitian ini.

1.5.1. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan merupakan tahap awal penelitian. Pada tahap awal penelitian, kegiatan yang dilakukan adalah :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan diperlukan untuk mengetahui kondisi tempat penelitian secara langsung. Dengan mengetahui kondisi yang ada di lapangan, akan diperoleh gambaran potensi permasalahan yang terjadi.

2. Wawancara

Wawancara dengan pihak manajemen dilakukan untuk mengetahui gambaran kondisi awal dan permasalahan yang terjadi dalam perusahaan.

3. Studi Literatur

Studi literatur bertujuan untuk membantu dalam memahami topik penelitian. Melalui studi literatur akan diperoleh informasi-informasi yang berhubungan dengan topik dan permasalahan yang dibahas. Studi literatur dapat melalui buku referensi, *thesis*, dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu.

4. Perumusan masalah dan tujuan penelitian

Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi, tahap selanjutnya adalah merumuskan masalah dan tujuan penelitian. Tujuan yang ingin didapat adalah mengetahui kualitas jasa PT. Herona Express dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan prioritas yang diinginkan pelanggan.

5. Menentukan metode pengujian kualitas jasa

Metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya. Metode-metode yang digunakan

akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. *SERVQUAL* untuk mengetahui kualitas jasa PT. Herona Express berdasarkan analisis *GAP*.
- b. *Analytic Hierarchy Process (AHP)* untuk pembobotan atribut-atribut jasa PT. Herona Express.
- c. *Importance-Performance Diagram* untuk memetakan atribut-atribut jasa PT. Herona Express.
- d. Diagram *Fishbone* untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

6. Mengidentifikasi dimensi dan atribut-atribut dalam penelitian

Berdasarkan metode *SERVQUAL* terdapat 5 atribut jasa yang diidentifikasi dan digunakan untuk analisis uji kualitas pelayanan dalam penelitian ini.

7. Menyusun desain kuesioner

Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian harus sesuai dengan kebutuhan penelitian sehingga data yang didapat sesuai dengan atribut-atribut penelitian yang ingin dianalisis. Kuesioner juga tidak boleh ambigu atau membuat responden yang mengisi kuesioner bingung untuk menjawab pertanyaan didalamnya.

1.5.2. Tahap Pengumpulan Data

Setelah melewati tahap pendahuluan, penelitian akan masuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap pengumpulan data. Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan data primer.

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa jawaban hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Herona Express tentang variabel penelitian meliputi kualitas pelayanan (Widayat dan Amirullah dalam Hadiyati, 2009).

Metode pengumpulan data primer menggunakan kuesioner, yaitu sekumpulan pertanyaan yang diajukan pada pelanggan PT. Herona Express yang terpilih menjadi sampel atau responden. Kuesioner dilaksanakan untuk memperoleh tanggapan tentang fenomena yang diteliti pada lokasi penelitian (Widayat dan Amirullah dalam Hadiyati, 2009)

Pengambilan data (sampel) pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses (Singgih dan Tjiptono dalam Hadiyati, 2009).

Selain itu Suwintari (2012) mengemukakan *accidental sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan memberikan daftar pertanyaan (*questionnaire*) yang berbentuk angket pada setiap responden yang secara kebetulan ditemui dan tidak keberatan untuk mengisi daftar pertanyaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa PT. Herona Express. Jumlah anggota populasi tidak terbatas atau tidak diketahui secara pasti, maka

dilakukan penentuan sampel pada pengguna PT. Herona Express (Hadiyati, 2009).

Menurut Roscoe dalam Effendy (2007), jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada kebanyakan penelitian sudah mewakili, dan jika sampel dibagi dalam subsampel maka setiap kategori diperlukan minimum 30 sampel.

Sedangkan pendapat dari Widayat dan Amirullah dalam Hadiyati (2009), besarnya jumlah sampel minimum yang diambil dalam penelitian yang bersifat deskriptif sebesar 100 responden.

Menurut Malhotra dalam Suwintari (2012), untuk memperoleh hasil yang baik dalam suatu analisis faktor, banyaknya responden yang diambil untuk mengisi kuesioner sebanyak lima kali dari variabel yang dimuat dalam kuesioner.

Berdasarkan beberapa referensi tentang jumlah sampel yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian, maka ditetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini 100 orang responden.

Tahap-tahap pengumpulan data sebagai berikut.

1. Penyebaran kuesioner pendahuluan.

Penyebaran kuesioner pendahuluan berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang dibuat telah sesuai dengan informasi yang akan dicari untuk penelitian. Responden yang diperlukan untuk kuesioner pendahuluan berjumlah 30 responden. Kuesioner pendahuluan perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data dari kuesioner tersebut valid dan reliabel. Jika

kuesioner belum valid dan reliabel, maka perlu dilakukan penyusunan desain kuesioner ulang.

2. Penyebaran kuesioner lanjutan.

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan. Kuesioner ini mencakup banyak responden untuk mendapatkan data yang lebih beragam. Kuesioner ini tidak hanya disebar untuk responden di PT. Herona Express Unit usaha Stasiun Tugu, Yogyakarta tetapi juga responden lain yang pernah menggunakan jasa PT. Herona Express ditempat lain.

1.5.3. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data, semua data yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner akan diolah dengan menggunakan metode yang telah ditentukan. Berikut merupakan metode pengolahan data yang dilakukan.

1. Analisis GAP 5

Analisis GAP 5 merupakan selisih antara *performance* perusahaan dan *expectation* dari pelanggan. Melalui analisis GAP ini akan diketahui atribut-atribut yang mendapat kepuasan dari pelanggan maupun atribut-atribut yang masih mengalami kesenjangan atau ketidakpuasan dari pelanggan.

2. Pembobotan dengan *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

Hasil perhitungan *SERVQUAL* kemudian dilakukan pembobotan dengan menggunakan metode AHP. Hasilnya akan didapatkan perhitungan *SERVQUAL* terbobot.

3. *Importance-Performance Diagram*

Input dari diagram ini adalah *performance* dan *expectation* dari data kuesioner. Diagram ini akan memetakan atribut-atribut jasa PT. Herona Express.

4. Uji Diskriminan

Uji diskriminan digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara kategori pendapatan, umur, dan frekuensi menggunakan terhadap konsumen yang berlangganan dan tidak berlangganan.

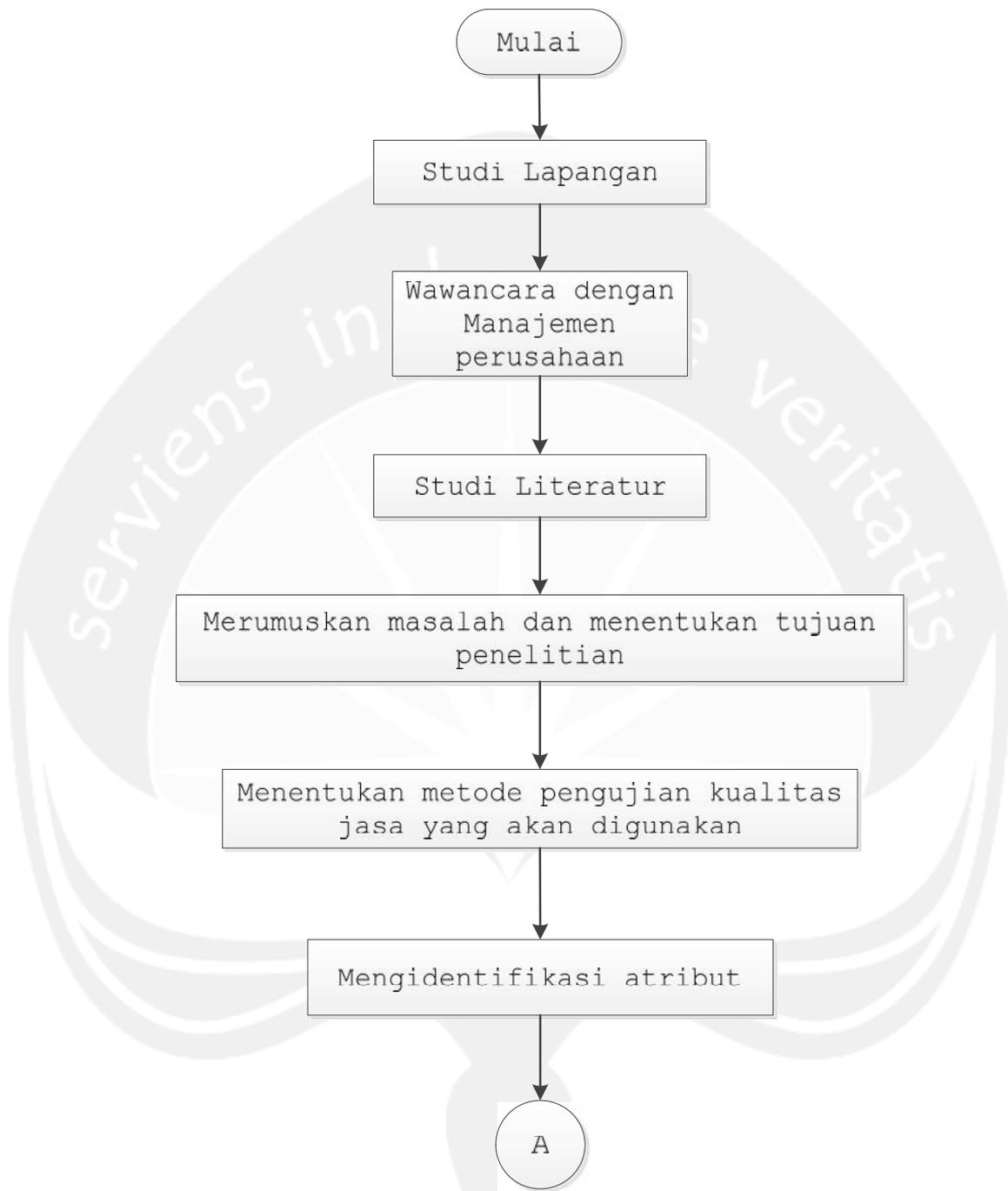
5. Diagram *Fishbone* memberikan informasi tentang penyebab ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan.

1.5.4. Tahap Analisis Data

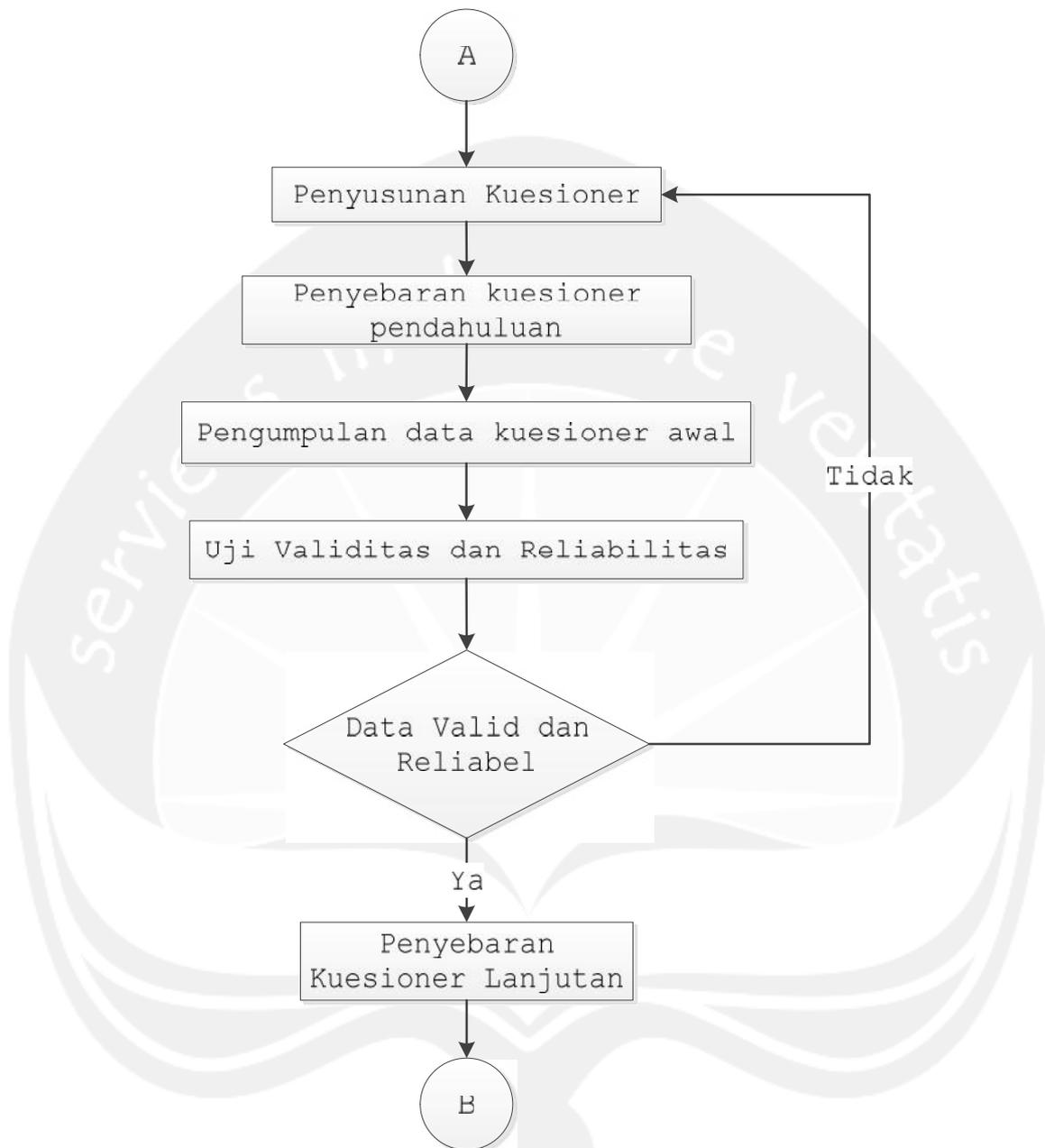
Tahap ini merupakan tahap dimana hasil dari serangkaian pengolahan data akan dianalisis dan dibahas. Dari tahap analisis data akan ditarik suatu pendapat dan arti dari *output* analisis data untuk menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1.5.5. Kesimpulan dan saran

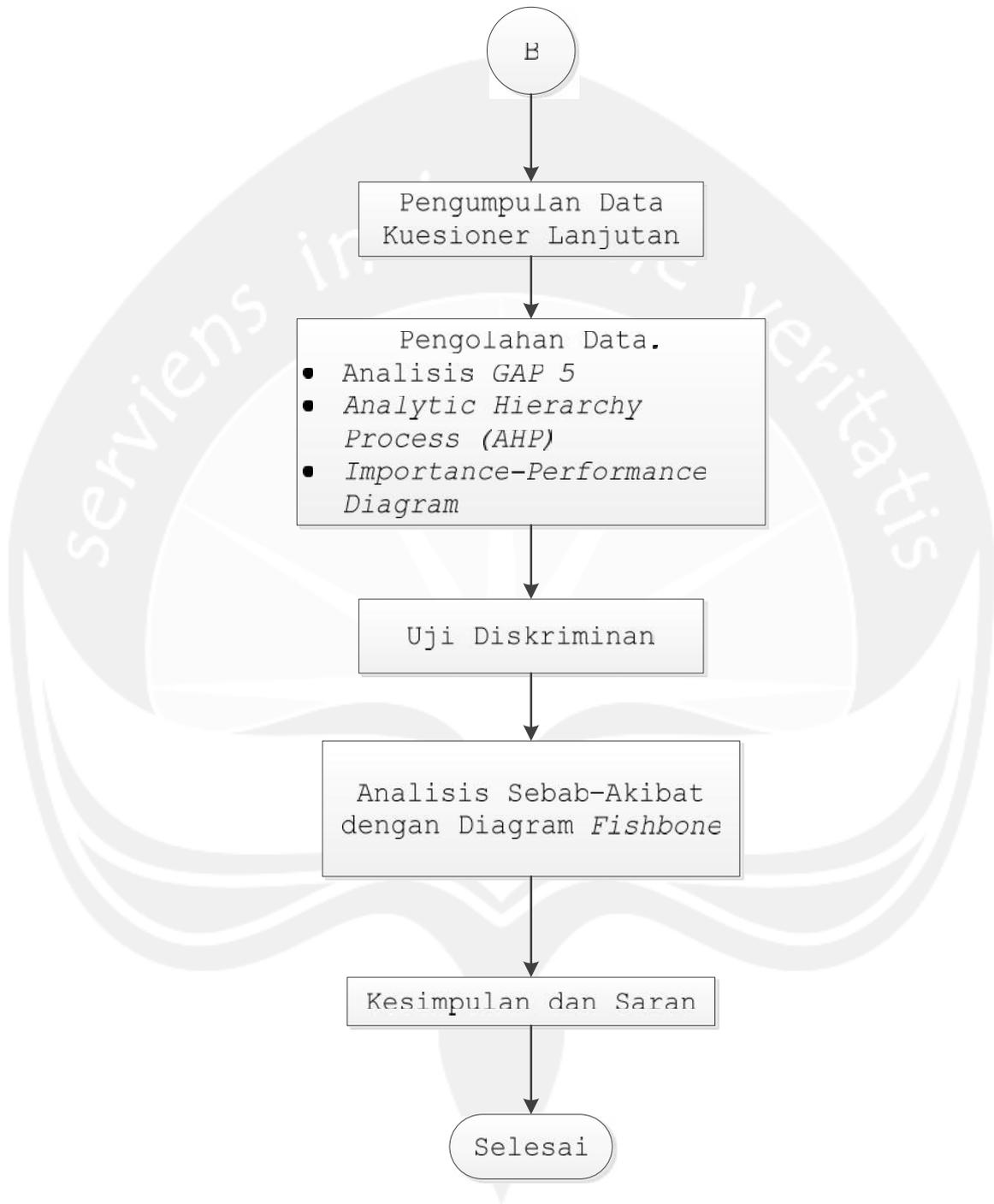
Setelah serangkaian tahapan penelitian dilakukan kemudian akan diambil beberapa kesimpulan dari inti hasil penelitian. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian. Kesimpulan akan dijadikan saran bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanan perusahaan. Selain itu, juga diberikan saran-saran bagi pengembangan penelitian berikutnya.



Gambar 1.1. *Flow Chart* Metodologi Penelitian



Gambar 1.1. *Flow Chart* Metodologi Penelitian (Lanjutan)



Gambar 1.1. *Flow Chart* Metodologi Penelitian (Lanjutan)