

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan pengiriman barang dan dokumen-dokumen semakin meningkat. Hal tersebut menyebabkan perusahaan ekspedidisi berlomba-lomba memberikan layanan yang memuaskan pelanggannya. Persaingan yang semakin ketat, mengharuskan perusahaan tetap menjaga keberlangsungannya, dengan cara mempertahankan kepuasan pelanggan. Tarif menjadi salah satu isyarat paling dominan dalam pemasaran, hal tersebut karena tarif ada pada semua situasi pembelian. Menurut Kotler (2001:124) Tarif adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.. Sedangkan menurut Harman Malau (2018:125) tarif merupakan nilai yang disebutkan dalam bentuk mata uang seperti rupiah, dinar atau dolar atau medium moneter lainnya sebagai nilai tukar.

Selain tarif, kualitas layanan juga dapat mempengaruhi perusahaan dalam meningkatkan bisnisnya hal ini sering dianggap hal yang tidak penting oleh perusahaan padahal kualitas layanan juga sangat penting untuk tetap mempertahankan perusahaan. Melihat semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman maka untuk dapat mempertahankan eksistensinya setiap perusahaan penyedia jasa logistic atau pengiriman kilat harus

dapat mengembangkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuannya seperti (perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh, dan terjamin serta ketanggapan dalam pelayanan). Sehingga dapat mempengaruhi motivasi konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman dengan persepsi konsumen berdasarkan pengalaman dan pembelajaran konsumen tersebut, dengan begitu perusahaan dapat menghadapi persaingan dan juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin tinggi terhadap pemenuhan kebutuhan penyedia jasa ekspedisi. Banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman yang memberikan nilai dan kepuasan melalui jasa yang berkualitas dan harga yang bersaing. Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan faktor terpenting, dimana konsumen pada saat ini semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan.

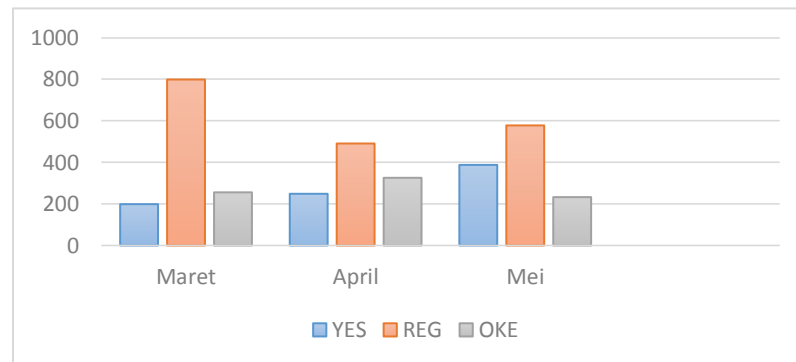
Kualitas layanan merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa yaitu sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaandalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi terus tumbuh. Tjiptono (2005:115), mengemukakan bahwa kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjaga hubungan yang kuat dengan perusahaan

Layanan merupakan setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan merupakan sesuatu yang

diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan apapun sehingga hanya dapat diukur dari kepuasan konsumen yang didapat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual.

Sebuah perusahaan jasa pengiriman, tarif, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pengguna jasa. Kualitas yang baik akan terciptanya kepercayaan pelanggan sebagai kepuasan pelanggan. Pelanggan dan perusahaan harus membina hubungan yang baik sehingga terjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2017:206), kepuasan pelanggan merupakan pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk–produk atau jasa yang diterima. Menurut Tjiptono (2012:55), kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Salah satu strategi yang dilakukan untuk menguasai pasar adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pemakaian jasa yang dipasarkan. Berikut ini merupakan data pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. JNE Agen Semampir Surabaya dalam kurun waktu 3 bulan (Maret – Mei 2019)

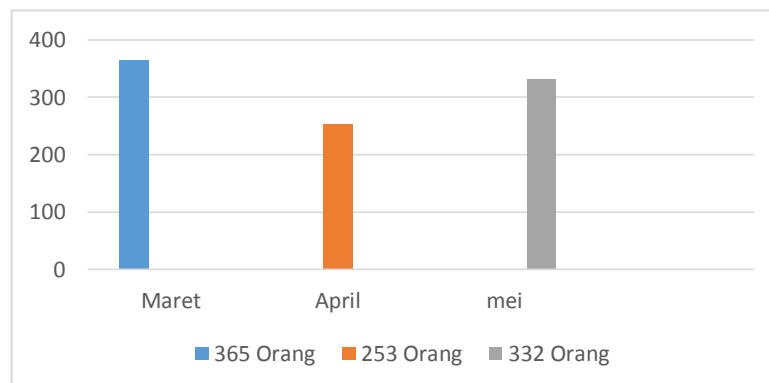
**Tabel 1.1**  
**DATA PRODUKSI TAHUN 2019 PT. JNE AGEN SEMAMPIR SURABAYA**



Sumber: data pribadi PT. JNE Agen Semampir Surabaya 2019

Dari table 1.1 dapat dijelaskan, jenis layanan YES merupakan layanan dengan waktu penyampaian tujuan keesokan harinya REG layanan dengan waktu penyampaian satu minggu sedangkan OKE layanan dengan tariff ekonomis dengan perkiraan waktu penyampaian lebih lama dari pada layanan REG. masing-masing layanan di atas mempunyai tarif yang berbeda sesuai dengan cara kerja dan waktu penyampaian.

**Tabel 1.2**  
**DATA PRODUKSI TAHUN 2019 PT. JNE AGEN SEMAMPIR SURABAYA**



Sumber : PT. JNE Semampir 2019

Pada tahun 2019 produksi PT. JNE Agen Semampir Surabaya setiap bulannya bertambah, akan tetapi dalam jasa pengiriman PT. JNE mempunyai penurunan dalam produk dan fungsinya pada bulan April yaitu produk OKE jasa pengiriman yang kurang memuaskan dalam bulan April ini terdapat keterlambatan penyampaian pengiriman barang/produk tersebut. Itu semua disebabkan oleh kualitas layanan menurun jadi ini yang mengakibatkan berkurangnya kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang OKE di PT. JNE Agen Semampir Surabaya.

Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman adalah PT. JNE Express Across Nations. PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman logistic. Beberapa unit kegiatan yang dilakukan oleh JNE antara lain urusan kepabeanan impor barang, dokumen serta pengantaran. Tak hanya melayani pangsa pasar domestic saja, JNE juga melayani urusan pengantaran barang dan dokumen dari luar negeri untuk masuk ke Indonesia. Pada PT. JNE Agen semampir ini sering mendapatkan keluhan dari pelanggan mengenai pengiriman paket seperti keterlambatan pengiriman paket, salah alamat semua itu dikarenakan kesalahan teknis dari pelanggan yang menulis alamat salah atau tidak sesuai dengan alamat pengiriman, biasanya disebut misroute dan ada juga dikarenakan faktor lingkungan seperti banjir, jalan rusak, jalan ditutup, bencana alam dan biasanya itu disebut force majour. Untuk meningkatkan layanan maka

JNE Semampir ini menaikkan tarif karena biasanya yang naik service YES (Yakin Esok Sampai) jadi untuk memaksimalkan layanan dan meningkatkan kualitas kerja SDM (*Sumber: Data pribadi PT. JNE Agen Semampir*). Dari beberapa permasalahan tersebut JNE semampir memberikan solusi dengan menaikkan tarif dan diharapkan pelanggan merasa puas. Meski terdapat peluang untuk pelanggan berpindah ke jasa pengiriman lainnya. Mengingat semakin banyak berdirinya jasa pengiriman barang, dengan tarif lebih murah dan kualitas layanan yang lebih baik.

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa hal yang paling dominan pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) terletak pada tarif dan layanan untuk memuaskan para pelanggan. Hal ini tentu menjadi persaingan dalam menggunakan jasa pengiriman melalui Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dibanding dengan penyedia jasa pengiriman lainnya. Berdasarkan paparan diatas maka peneliti mengambil judul “ Pengaruh Tarif dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Semampir Surabaya”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merumuskan masalah tersebut yang nantinya akan dianalisis. Berikut rumusan masalah penelitiannya:

1. Apakah tarif ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen Semampir Surabaya?
2. Manakah di antara tarif ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Semampir Surabaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui tarif ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Semampir Surabaya
2. Untuk mengetahui manakah diantara tarif ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Semampir Surabaya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Secara praktis

Bagi para pelaku usaha atau bisnis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan merumuskan strategi dan program pemasaran terutama yang berhubungan dengan tarif, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan guna kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam sistematika penulisan skripsi ini, penulis membaginya kedalam lima bab seperti yang dijabarkan dibawah ini:

Bab I merupakan pendahuluan dalam penelitian yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan kajian pustaka yaitu berisi:landasan teori yang mendeskripsikan pengertian tarif, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. kemudian penelitian terdahulu yang terkait dalam judul skripsi, hubungan, kerangka konseptual dan hipotesis.

Bab III membahas tentang metode penelitian yang memaparkan tentang pendekatan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional variable, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengolahan data, dan analisis data.

Bab IV Membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan yang memaparkan tentang gambaran umum objek/subjek penelitian, deskripsi hasil penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V Penutup yang memaparkan kesimpulan dan saran