

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai negara kepulauan sangat membutuhkan pelayanan untuk menunjang perekonomian. Perkembangan dunia usaha yang disertai dengan kemajuan teknologi menyebabkan meningkatnya persaingan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa. Mengingat tujuan perusahaan pada dasarnya adalah untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen, maka setiap perusahaan perlu membuat konsumen senang dengan menawarkan penawaran dan pelayanan yang lebih baik. Perusahaan dalam industri jasa yang menganggap pelanggan sebagai hal yang paling menonjol dan salah satu kunci keberhasilan menjadi lebih penting, menunjukkan bahwa ada kemampuan bisnis dalam kegiatan pelayanan masyarakat, yaitu persaingan untuk memberikan layanan terbaik, sehingga kemampuan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Hal Ini adalah metode dalam strategi pemasaran, dengan memahami harapan pelanggan sebelumnya untuk membuat semua orang sadar akan pentingnya dan meninjau faktor-faktor dari proses layanan. Persaingan yang dihasilkan tidak hanya kualitas dan kuantitas produk, tetapi juga sistem dari fasilitas yang serba cepat dan memuaskan.

Perusahaan juga harus mampu memenangkan hati dan pikiran sarannya agar dapat memperoleh tingkat pemasaran tertentu supaya dapat bertahan atau memperluas bisnisnya di industri yang sudah dipilihnya. Jika suatu perusahaan dinilai dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya, maka perusahaan tersebut akan beruntung mendapatkan pelanggan dalam kuantitas yang besar, dan setelah pelanggan merasa puas, pelanggan akan membandingkan jasa suatu perusahaan dengan jasa perusahaan lain. Jika mereka benar-benar puas, konsumen akan mengulangi pembelian dan merekomendasikan layanan dari lokasi yang sama kepada orang lain. Oleh sebab itu, salah satu penyebab yang bisa berpengaruh dari kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, jika kualitas

tersebut baik akan memberikan nilai keunggulan dari perusahaan. jasa dan kualitas pelayanan merupakan suatu kunci keberhasilan. Dari baik buruknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung dari konsistensi perusahaannya. Kualitas pelayanan akan dianggap memuaskan apabila kualitas tersebut melebihi apa yang diimpikan oleh pelanggan. Maka dari itu, perusahaan jasa harus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas layanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2014).

Oleh sebab itu, PT. Bangun Cipta Bersama berupaya untuk terus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. PT. Bangun Cipta Bersama adalah perusahaan yang beroperasi di bidang jasa *forwarding* untuk kegiatan ekspor dan impor. Bersamaan dengan keberagaman keinginan atau permintaan konsumen akan proses penyaluran barang yang tidak susah, tanggap dan aman, serta didukung dengan mudahnya akses teknologi saat ini, maka kami memberikan solusi agar pelanggan mampu memesan barang tanpa harus keluar dari rumah, dan kami akan selalu memberikan informasi mengenai *tracking update* membiarkan konsumen membeli barang tanpa harus keluar dari rumah, dan kami juga memberikan informasi pelacakan dan *update* setiap saat, sehingga konsumen juga dapat mengikuti perkembangan lokasi barang pesanan dalam proses pengiriman. Perusahaan juga sedang berupaya untuk mempermudah konsumen untuk melakukan negosiasi pembayaran barang pesanan melalui negosiasi sebelum dan sesudah barang dikirim, serta metode pembayaran lainnya. PT. Bangun Cipta Bersama Surabaya menyediakan fasilitas dan layanan untuk mengesankan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat memegang peran yang sangat penting dalam keputusan pembelian para pelanggan karena bila suatu perusahaan salah dalam menetapkan tarif dan menyediakan kualitas pelayanan, maka bisa mempengaruhi daya tarik pembeli sehingga menurunkan minat konsumen untuk menggunakan jasa

PT. Bangun Cipta Bersama, konsumen sangat pemilih dalam memilih perusahaan karena harga dan kualitas layanannya.

Kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan sangat penting, terutama kepercayaan terhadap kualitas jasa dan biaya juga bisa jadi salah satu inspeksi utama bagi para pelanggan. Daya tarik konsumen akan meningkat dan konsumen tidak akan ragu untuk menggunakan layanan tersebut jika keduanya sepadan. Secara umum, produk layanan khususnya layanan kurir banyak diusulkan oleh seluruh pengusaha di pasaran, dengan ragam layanan yang sangat beragam, sehingga pengelolaan PT. Bangun Cipta Bersama diharapkan untuk mewariskan terobosan terbaik dari kualitas pelayanan maupun jasa yang dibagikan yang membedakan layanan pengiriman jasa dengan kompetitor sampai pelanggan dapat dipengaruhi untuk menggunakan layanan PT. Bangun Cipta Bersama.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), tolak ukur yang dipakai untuk memperkirakan kualitas pelayanan memiliki lima dimensi sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*), berhubungan dengan daya tarik fasilitas fisik persiapan dan peralatan yang dipakai perusahaan serta performa pegawai di perusahaan jasa *freight forwarding*. Berkaitan dengan dimensi kualitas jasa, menurut hasil pengamatan data mengenai jumlah konsumen PT. Bangun Cipta Bersama Surabaya.
2. Keandalan (*reliability*), yang berhubungan dengan kesanggupan perusahaan guna memberikan pelayanan secara jelas dan pada waktu yang disepakati dari awal;
3. Daya tanggap (*responsiveness*), mengenai kesiapan dan kesanggupan staf guna menyokong konsumen dan menanggapi ajakan mereka, dan memperkenalkan kapan layanan akan diberikan, dan disediakan dengan segera;
4. Jaminan (*assurance*), bahwa tingkah laku pegawai dapat meningkatkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan dan bisa mewujudkan perasaan aman untuk pelanggan;

5. Empati (empathy), artinya perusahaan mempelajari keluhan pelanggan, melakukan sesuatu demi kepentingan konsumen, membagikan kepedulian lebih ke konsumen, dan mempunyai jam terbang yang nyaman;

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa, kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung konsisten dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang di harapkan oleh para konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Geoth dan Davis (2017), mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan/jasa adalah suatu barang yang tidak berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang.

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah diatas, peneliti sangat tergiring untuk mengerjakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa *Freight Forwarding* di PT. Bangun Cipta Bersama Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat adanya pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;
2. Apakah terdapat adanya pengaruh *Reliability* (Kehandalan) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;
3. Apakah terdapat adanya pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;
4. Apakah terdapat adanya pengaruh *Assurance* (Jaminan) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;
5. Apakah terdapat adanya pengaruh *Emphaty* (Kepedulian) secara parsial terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;
6. Apakah terdapat adanya pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* secara simultan akan kepuasan pengguna jasa di PT. Bangun Cipta Bersama?;

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti akan memusatkan ke pembahasan utama yaitu lima faktor dalam satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa *Freight Forwarding*, yakni *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap kepuasan pengguna layanan pengguna *Freight Forwarding* di PT. Bangun Cipta Bersama.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam suatu penelitian membuktikan kualitas pelayanan dari penelitian tersebut. Dapat diketahui dari rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini mempunyai tujuan seperti berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan pengguna jasa;
2. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Reliability* (Kehandalan) terhadap kepuasan pengguna jasa;
3. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan pengguna jasa;

4. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan pengguna jasa;
5. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Emphaty* (Kepedulian) terhadap kepuasan pengguna jasa;
6. Untuk menguji dan menganalisa variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* dapat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa;

1.5 Manfaat Penelitian

Di dalam penelitian ini, diperlukan bisa memiliki faedah untuk berbagai pihak, diantaranya :

1. Untuk STIAMAK Barunawati;

Penelitian ini bisa digunakan agar dapat meningkatkan ilmu pemahaman dan wawasan, serta bisa menambah literatur di beberapa perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dapat meluaskan keahlian dan wawasan mahasiswa akan keluhan-keluhan yang dialami oleh perusahaan khususnya dalam hal kualitas pelayanan akan kepuasan pembeli dalam memilih jasa *freight forwarding*.

2. Untuk Perusahaan;

Mewariskan suatu berita, kritik dan saran kepada perusahaan sebagai bahan pemeriksaan dalam menggapai suatu ketetapan perihal strategi bersaing. Selain itu bisa membagikan saran serta petunjuk menjadi bahan untuk membenahi dan membangun kinerja perusahaan di waktu selanjutnya.

3. Untuk Peneliti selanjutnya.

Penelitian ini diperlukan untuk menjadi sebuah tumpuan atau patokan untuk penelitian selanjutnya yang berfungsi untuk memajukan perkembangan informasi perihal kualitas pelayanan akan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika di dalam penulisan ini berfungsi untuk dapat mewariskan suatu bayangan tentang susunan keseluruhan isi dari penelitian ini. Penelitian ini tersaji dalam 5 (lima) bab yang akan dijelaskan dan dijabarkan sebagai berikut:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini membahas tentang latar belakang masalah yang merupakan warisan penelitian ini, asal mula masalah, batasan masalah, manfaat serta maksud penelitian, serta sistem penulisannya.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi kajian-kajian teoritis yang didapatkan dari buku-buku acuan atau tumpuan serta sumber-sumber informasi lain yang signifikan dengan ulasan penelitian, yang telah diteguhkan dengan pemaparan hasil-hasil penelitian sebelumnya.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini mengulas tentang kegiatan yang peneliti lakukan dalam mengerjakan penelitian, mendeskripsikan variabel penelitian, menentukan populasi dan jumlah sampel, sumber dan jenis data penelitian, metode pengumpulan data serta metode dan pengolahan analisis data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini terdiri dari analisis hasil observasi, akumulasi data dan pengolahan untuk memperoleh upaya yang diperoleh sewaktu penelitian serta penyusunan laporan penelitian.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini terdiri dari ketentuan yang pasti dari pokok pembahasan yang dibarengi dengan saran-saran untuk pihak yang berhubungan menjadi objek penelitian untuk mengubah kesukaran yang terjadi dan untuk perkembangan, manfaat dan tujuan selanjutnya di masa ataupun waktu yang akan datang.