

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir

Didirikan tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa kepabeanan terutama import atas kiriman peka waktu melalui gudang 'Rush Handling'. Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja JNE semakin tumbuh juga berkembang di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia.

Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman import peka semakin berkembang. Tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik, serta distribusi.

Peluang yang terus tumbuh ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini titik-titik layanan JNE telah mencapai diatas 6,000 lokasi dan masih terus bertambah, dengan jumlah karyawan lebih dari 40,000 orang.

Lebih dari 150 lokasi JNE telah terhubung dengan sistem komunikasi on-line, dikawal oleh sistem dan akses situs informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalam upaya mengetahui status terkini pengiriman paket atau dokumen.

JNE mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga alat komunikasi satelit. Kehandalan dan komitmen JNE ini terbukti dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu.

1.1.2 Visi dan Misi

a. Visi:

Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia

b. Misi:

Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

1.1.3 Logo Perusahaan



GAMBAR 1.1

Sumber : www.jne.co.id

1.1.4 Filosofi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir

Super grafis JNE, 3 Garis warna sebagai warna dasar JNE ini juga menjelaskan bahwa JNE menghubungkan kebahagiaan melalui 3 transportasi yaitu darat, udara dan laut. Bentuk garis miring saling berkesinambungan melambangkan kecepatan, semangat dan dinamis.

Makna Warna

- Merah

Mewakili *Kendala* yang dihadapi customer dalam pengiriman barang atau dokumen, antara lain : cara, waktu, biaya, jarak dan tujuan pengantaran yang sulit dijangkau.

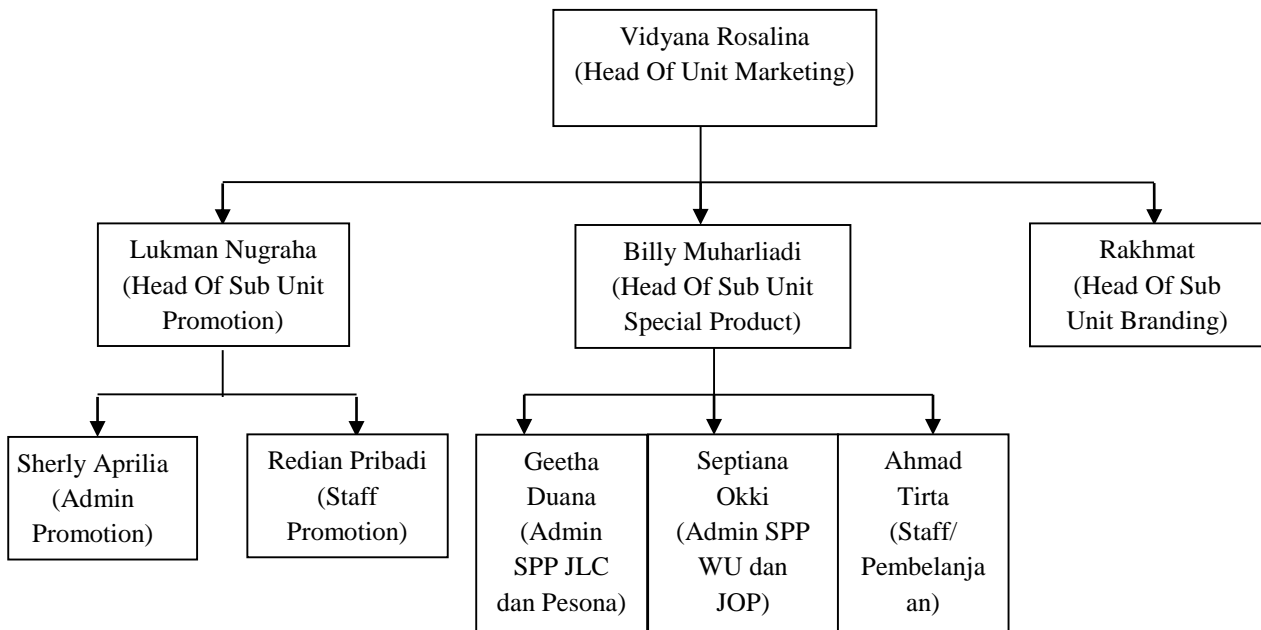
- Biru

Mewakili *Solusi* yang diberikan JNE kepada Customer dalam mengantarkan kebahagiaan.

- Abu-Abu

Mewakili *Proses* yang dilakukan JNE dalam pengiriman barang atau dokumen, antara lain : pick-up, inbound, outbound, dan delivery.

1.1.5 Struktur Organisasi



GAMBAR 1.2

Sumber : Diolah oleh Penulis,2018

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri jasa kurir di Indonesia berkembang karena dengan adanya suatu kebutuhan dan keinginan diri dari konsumen, begitu juga dengan konsumen atau masyarakat yang sudah mengenal internet/e-commerce sebagai gaya hidup mereka. Maka banyaknya para perusahaan jasa melakukan suatu strategi penjualannya dengan cara apapun untuk menarik para calon pelanggan dan pelanggannya dalam menciptakan suatu pemenuhan kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggannya. dengan melakukan suatu penyusunan strategi ini maka perusahaan harus menciptakan suatu kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan kualitas nilai yang baik dimata para pelanggannya.

Terutama perusahaan dibidang jasa kurir yaitu PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau bisa dikenal oleh masyarakat dengan sebutan JNE, tetapi selain perusahaan JNE yang menggunakan bidang jasa kurir ada juga perusahaan lainnya. Hal ini dimanfaatkan oleh para perusahaan yang bergerak dibidang jasa kurir untuk menawarkan produk-produk lainnya yang ada diperusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan juga dapat dilihat dari penghargaan survey yang ada di Indonesia salah satu lembaga penghargaan yang ada di Indonesia yaitu TOP Brand Award. Biasanya apabila perusahaan sudah mendapatkan penghargaan TOP Brand Award, maka

konsumen akan lebih percaya pada perusahaan tersebut. Berikut adalah data survey dari TOP Brand Award. *Sumber : Putri Rahmayanti Tambunan, 2014*

MERЕК	TBI	TOP
JNE	43.5%	TOP
Tiki	36.2%	TOP
Pos Indonesia	6.7%	
DHL	2.1%	

TABEL 1.1

TOP Brand Award Index 2015 Fase 2

Sumber : www.topbrand-award.com

MERЕК	TBI	TOP
JNE	47.6%	TOP
Tiki	35.7%	TOP
Pos Indonesia	9.6%	
DHL	1.3%	

TABEL 1.2

TOP Brand Award Index 2016 Fase 2

Sumber : www.topbrand-award.com

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 dan 2016 berturut-turut JNE termasuk dalam kategori TOP Brand Award tetapi dikarenakan banyaknya pesaing lainnya. maka PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) selalu memberikan pelayanan kepada pelanggannya supaya dapat memutuskan untuk menggunakan jasa kurir di JNE. Kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:113) .

Pada dasarnya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kenapa konsumen tetap setia, salah satunya adalah mereka puas menggunakan produk tersebut sehingga terjadilah pembelian

ulang, Berdasarkan penelitian R. Hidayat, 2015. Kualitas pelayanan jasa merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam menciptakan suatu strategi yang secara langsung terlibat dengan pelanggannya dan sangat memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Menurut Mowen dan Minor dalam Sudaryono (2016:78) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Maka dari itu perusahaan JNE harus menjaga kualitas pelayanannya pada para pelanggan agar tidak memilih produk dan jasa pesaing lainnya.

Untuk menjaga para pelanggan tentu bukan perkara mudah. Perusahaan harus melakukan beberapa hal supaya pelanggan tetap setia pada produk dan jasa yang ada di perusahaan. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan. Untuk menciptakan pelayanan yang terbaik tentu harus memahami suatu kebutuhan dan keluhan para pelanggan. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan menimbulkan perilaku pelanggan yang positif dan menimbulkan kepuasan terhadap jasa dan produk yang ada di perusahaan.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal perusahaan harus menyusun kembali suatu strategi. Karena, pada dasarnya untuk menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Di antaranya, hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.

Seperti halnya kebutuhan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) mampu memberikan suatu pelayanan customer service yang responsif dan cepat dalam menangani berbagai keluhan konsumen, memiliki banyak cabang yang bisa ditemukan dengan mudah bahkan pada jam-jam setelah pulang kantor sekalipun, memiliki jaminan uang kembali (garansi) jika sewaktu-waktu kiriman barang melampaui batas pengiriman yang ditentukan (khusus paket jenis tertentu), memiliki sistem tracking yang dapat diakses oleh pelanggan sehingga pelanggan dengan mudah bisa melacak keberadaan dan proses pengiriman barang kiriman, dan dapat mengirim dokumen dan berbagai surat berharga lainnya.

Kesadaran akan pentingnya Kualitas Pelayanan bagi perusahaan sangatlah penting. Karena, Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi Kepuasan pelanggan yang menerima pelayanan tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung)”**

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan dalam menggunakan jasa yang ada di PT. Tiki Jalur Nugraha?
2. Bagaimana Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan yang ada pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang ada di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan dalam memilih jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir ?
- 2 Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam memilih jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir ?
- 3 Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sesudah menggunakan jasa yang ada di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir ?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, sebagai wujud nyata kontribusi penulis sebagai Mahasiswa program studi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam ilmu pemasaran dan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi para mahasiswa angkatan selanjutnya.
3. Bagi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakulir, Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan evaluasi bagi seluruh pihak yang terlibat pada perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kajian keputusan yang mencakup tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, polusi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dan hasil oleh data yang dilakukan serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN:

Bab ini mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi perusahaan ataupun untuk penelitian selanjutnya.