

## Bab I Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Di zaman modern ini, teknologi mempunyai pengaruh besar terhadap suatu bisnis. Berkembangnya teknologi dengan pesat merubah cara berbisnis tiap individu. Salah satunya dengan munculnya bisnis *e-commerce*. Pertumbuhan *e-commerce* sekarang ini terbilang sangat cepat. Hal tersebut terjadi karena *e-commerce* dijadikan gaya hidup oleh masyarakat. Hasil riset oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) menunjukkan bahwa pada tahun 2013, nilai pasar *e-commerce* Indonesia mencapai 8 miliar dolar AS atau setara 94,5 triliun rupiah. Pada tahun 2016 naik tiga kali lipat menjadi 25 miliar dolar AS atau sebesar 295 triliun rupiah. Potensi ini dibarengi dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia. (Kominfo.go.id).



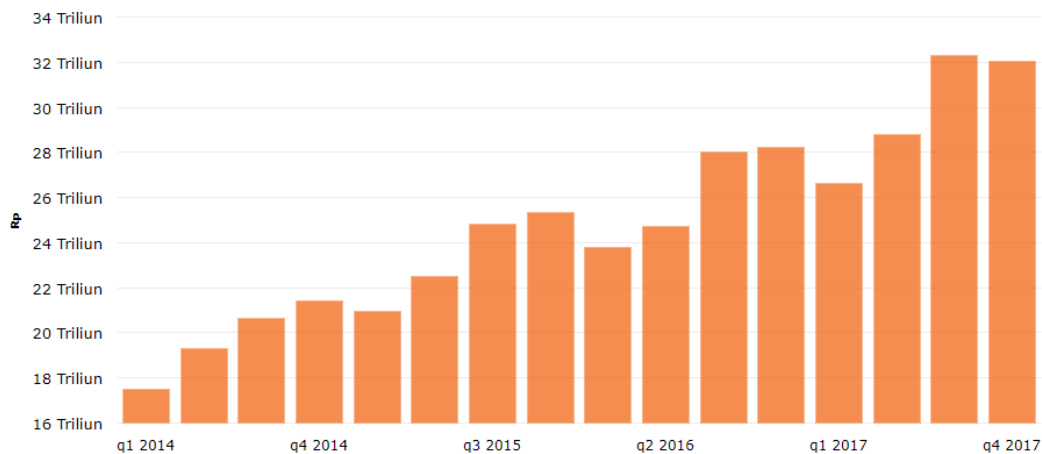
Gambar I. 1 Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia hingga 2016

(Sumber : suaracargo.com, 2018)

Perkembangan bisnis *e-commerce* yang sangat pesat berpengaruh terhadap bisnis lain. Bisnis yang sangat mendapatkan pengaruh dari *e-commerce* ini adalah bisnis ekspedisi

barang / jasa kurir. Bisnis ekspedisi barang ini tumbuh sekitar 14,7% sepanjang tahun 2017 berdasarkan data Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, POS, dan Logistik Indonesia). (Jakarta.Bisnis.com). Penyebab utamanya adalah karena semakin maraknya pertumbuhan bisnis online, seperti industri rumahan yang sudah memakai jasa ekspedisi para anggota Asperindo. Jaringan dari pelaku jasa ekspedisi dan logistik sudah menyebar luas. Asperindo telah mendata bahwa terdapat 35.000 gerai tempat penitipan barang yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, dan itu belum termasuk gerai-gerai milik PT. Pos Indonesia dan Bhandha Graha Reksa (suaracargo.com).

Berikut adalah pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) dalam sector logistic.



Gambar I. 2 Pertumbuhan PDB sektor logistic

(Sumber : katadata.co.id)

Sudah banyak jasa ekspedisi barang di Indonesia, beberapa perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi yang sudah cukup besar adalah Pos Indonesia, Tiki, PT. XYZ, Indo Cargo dan Pahala Kencana Express. Tak menutup kemungkinan akan banyak perusahaan jasa ekspedisi baru yang hadir karena terus meningkatnya *e-commerce*. Salah satu perusahaan jasa ekspedisi barang yang sudah besar yaitu PT. XYZ, yang didirikan pada tahun 1990. Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas PT. XYZ semakin tinggi dimata pelanggan maupun mitra kerja. Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan

ekonomi dalam negeri, dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja PT. XYZ semakin tumbuh juga berkembang dikalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia. Peluang yang terus tumbuh mendorong PT. XYZ untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Kehandalan dan komitmen PT. XYZ ini terbukti dengan meraih berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu. Terdapat beberapa pilihan paket antar di PT. XYZ, seperti Super Speed, Reguler, Oke (Ongkos Kirim Ekonomis), Yes (Yakin Esok Sampai), dan masih banyak lagi layanan paket antar lainnya. Perbedaannya terdapat pada waktu pengiriman dan ongkos yang diberikan. Nama perusahaan yang sudah besar ini tentu menjadi tantangan tersendiri untuk PT. XYZ dalam mempertahankan stabilitas perusahaan.

Semakin bertambahnya perusahaan jasa ekspedisi yang baru membuat PT. XYZ mulai tersaingi. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa kualitas layanan PT. XYZ semakin menurun. Dilansir dari berita Pikiran Rakyat 9 Oktober 2017, pelanggan kecewa dengan pelayanan PT. XYZ. PT. XYZ mengirimkan paket ke alamat yang tertera di resi pengiriman. Namun, isi paket tidak sesuai / tertukar dengan paket yang lain. PT. XYZ Bandung menarik kembali paket yang tidak sesuai dengan nomor resi seharusnya. Paket yang seharusnya dikirim ke Kopo-Bandung malah dikirim ke Pasuruan-Jawa Timur. Ketika pelanggan komplain, respon dari pihak PT. XYZ sangat kurang. Pihak *call center* selalu meminta pelanggan mengklain ulang dan menunggu proses pengembalian 3-6 hari kerja. Dari tanggal 9 – 17 Oktober 2017, pelanggan sudah menelpon sebanyak 5 kali. Namun, respon pihak PT. XYZ masih sama seperti sebelumnya. Ketika pelanggan menelpon PT. XYZ Pasuruan, ternyata barang belum sampai disana. ([pikiran-rakyat.com](http://pikiran-rakyat.com)).

Adapun pelanggan yang mengeluhkan kinerja dari PT. XYZ bandung perihal waktu pengiriman yang tidak sesuai. Pengiriman Bandung-Jakarta yang seharusnya 3 hari, namun nyatanya hingga 8 hari belum sampai juga. ([kaskus.co.id](http://kaskus.co.id)).

Begitupun berdasarkan hasil survey via *facebook* PT. XYZ Bandung, banyak keluhan yang diberikan oleh pelanggan, ini membuktikan bahwa stabilitas PT. XYZ mulai

goyah. Berikut adalah beberapa keluhan yang dirasakan oleh 22 pelanggan PT. XYZ Bandung mengenai kualitas layanan yang diberikan.

Tabel I. 1 Keluhan pelanggan PT. XYZ Bandung via Facebook

Inisial Pelanggan	Keluhan
WI	Call center tidak ada yang merespon
HD	Peng-input-an alamat yang keliru
HA, FF	Kurangnya keramahan customer service
HA, FF	Keutuhan barang tidak terjaga dengan baik
RN	Rute barang bolak-balik
SD, RD, ZA, DN, FH, ES	Ketidaksesuaian paket antar YES (Yakin Esok Sampai)
FM, RDR	Waktu pengiriman tidak sesuai waktu yang ditentukan
RI, YY, NJ	Pengiriman barang nyasar
SS, MP, RIN, LT	Barang ditahan disatu tempat dalam waktu yang lama
AZ	Kesalahan status barang (status barang "sudah diterima" tetapi pelanggan belum menerima)
AA	Barang hilang

Berdasarkan survei pendahuluan seperti pada Tabel I.1, terlihat bahwa kualitas layanan PT. XYZ masih kurang. Bahkan ada pelanggan yang sudah dari dulu menggunakan PT. XYZ, dan pelanggan tersebut kecewa karena kualitas layanan PT. XYZ yang semakin menurun. Dengan nama besar perusahaan yang sudah diraih PT. XYZ, tentu hal seperti ini akan sangat berpengaruh terhadap mitra perusahaan. Tidak sedikit pelanggan setia PT. XYZ yang ingin berpindah menggunakan layanan jasa ekspedisi lain.

Selain itu juga dilakukan survei pendahuluan berupa penyebaran kuisisioner mengenai nilai yang dirasakan dan kepuasan dari pelanggan PT. XYZ. Berikut hasil dari survey pendahuluan menggunakan kuisisioner dengan jumlah responden sebanyak 49 orang.



Gambar I. 3 Kepuasan Pelanggan

Dengan pernyataan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, terdapat 30,6 % memilih setuju yang berarti pelanggan tersebut merasa puas. Namun, terdapat 69% memilih tidak setuju yang berarti pelanggan tersebut merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan.

Melihat permasalahan yang terjadi pada PT. XYZ Bandung, tentu perlu adanya peningkatan kualitas layanan demi menjaga kepercayaan pelanggan terhadap PT. XYZ. Perlu dilakukan evaluasi terhadap alur proses dari pelanggan memberikan barang hingga barangnya sampai ke tujuan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan mengenai kualitas layanan dengan merancang *Service Blueprint* menggunakan integrasi metode *Service Quality* dan model Kano.

## 1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1. Apa saja atribut kebutuhan kualitas layanan yang sesuai untuk PT. XYZ Riung Bandung berdasarkan dimensi *Service Quality* ?
2. Apa saja atribut kebutuhan layanan untuk PT. XYZ Riung Bandung berdasarkan kategori Model Kano ?

3. Bagaimana hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano terhadap atribut kebutuhan kualitas layanan PT. XYZ Riung Bandung ?
4. Bagaimana rancangan *Service Blueprint* yang baik untuk PT. XYZ Riung Bandung guna meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah yaitu :

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan kualitas layanan yang sesuai untuk PT. XYZ Riung Bandung berdasarkan dimensi *Service Quality*.
2. Mengidentifikasi atribut kebutuhan kualitas layanan untuk PT. XYZ Riung Bandung berdasarkan kategori Model Kano.
3. Mengetahui hasil integrasi *Service Quality* dan Model Kano terhadap atribut kebutuhan kualitas layanan PT. XYZ Riung Bandung.
4. Merancang *Service Blueprint* sebagai rekomendasi bagi pihak PT. XYZ Riung Bandung guna meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

### **1.4. Batasan Penelitian**

Batasan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan hanya pada PT. XYZ Riung Bandung, Kota Bandung.
2. Penelitian ini hanya sampai pada tahap pemberian rekomendasi.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dapat dijadikan referensi oleh pihak PT. XYZ Riung Bandung, Kota Bandung untuk merancang atribut kebutuhan kualitas layanan.
2. Memberikan referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian terkait perancangan kualitas layanan.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

#### **Bab I                      Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- Bab II**                    **Landasan Teori**  
Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.
- Bab III**                   **Metodologi Penelitian**  
Pada bab ini dijelaskan metodologi yang menjadi panduan langkahlangkah yang dilakukan dalam penelitian secara rinci. Bab ini terdiri dari dua sub bab yaitu model konseptual dan pemecahan masalah.
- Bab IV**                   **Pengumpulan dan Pengolahan Data**  
Pada bab ini berisi tahapan pengumpulan data seperti penyebaran kuisisioner. Selain itu, bab ini juga berisi pengolahan data kuisisioner *Service Quality* dan data kuisisioner Model Kano. Lalu integrasi antara *Service Quality* dan Model Kano.
- Bab V**                    **Analisis dan Rekomendasi**  
Pada bab ini berisi hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Setiap langkah dianalisis dan selanjutnya dilakukan perumusan rekomendasi perbaikan.
- Bab VI**                   **Kesimpulan dan Saran**  
Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan saran terkait dengan kebutuhan pelanggan.