

BAB I

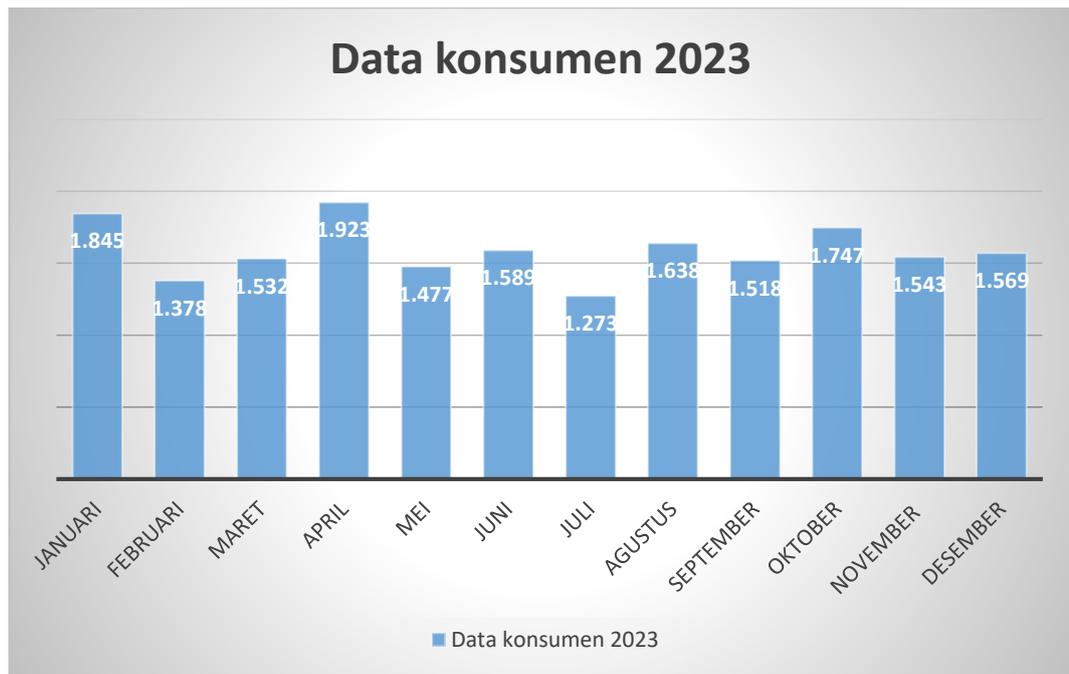
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia bisnis, konsumen merupakan salah satu faktor dalam pencapaian keberhasilan suatu perusahaan karena konsumen merupakan pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perusahaan akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Persaingan yang ketat antar perusahaan dapat mendorong untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Persaingan dalam layanan jasa pengiriman barang juga dirasakan pada Agen JNE Citra Grand I, dikarenakan kompetitor dengan harga yang lebih terjangkau menjadi faktor yang menarik bagi banyak pelanggan. Dengan munculnya beberapa kompetitor yang menawarkan tarif yang lebih rendah, pelanggan memiliki pilihan yang lebih luas untuk memilih layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan jasa pengirim JNE harus sesuai dengan harapan setiap pelanggan jasa pengiriman, dan penyampaian informasi yang diberikan harus jelas bila ada keterlambatan dalam pengiriman paket agar konsumen tidak merasa cemas dan kecewa dengan adanya keterlambatan dalam pengiriman paket tersebut, dalam hal ini JNE harus benar-benar melakukan proses rekrutmen karyawan untuk menunjang kualitas pelayanan yang baik terutama pada bagian Sales Counter Office (SCO). Karena bagian Sales Counter Office adalah unit operasional dari perusahaan JNE yang bertugas sebagai tempat pelayanan dan transaksi pengiriman barang atau dokumen kepada pelanggan secara langsung. Saat ini, pelayanan yang diberikan Agen JNE Citra Grand I masih belum mencapai tingkat maksimal seperti yang diharapkan pelanggan. Hal ini terbukti dari masih terjadinya keterlambatan pengiriman barang. Keterlambatan pengiriman dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan, terutama pada mereka yang mengandalkan pengiriman barang untuk keperluan yang penting.

Berikut ini adalah data mengenai jumlah konsumen Agen JNE Citra Grand I Depok periode 6 bulan terakhir.



Gambar 1.1 Data Konsumen
 Sumber: Agen JNE Citra Grand I

Dari data di atas dapat dilihat jumlah konsumen pada 1 (satu) tahun terakhir dapat disimpulkan, penjualan di Agen JNE Citra Grand I berangsur turun dan naik pada setiap bulannya ini bisa terjadi karena beberapa faktor seperti cuaca, kondisi lalu lintas selain itu ketepatan waktu pengiriman, ketika pelanggan merasa bahwa pengiriman dilakukan tepat waktu, hal ini meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan pengiriman.

Ketepatan waktu pengiriman juga merupakan hal yang sangat penting di dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam waktu pengiriman, waktu pengiriman barang merupakan waktu dari awal konsumen memesan produk hingga produk yang di pesan konsumen tiba dan diterima. Ketepatan pengiriman juga diukur oleh sejauh mana layanan yang di berikan kepada pelanggan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Hal ini menjadikan ketepatan pengiriman sebagai hal yang penting dalam industri pengiriman barang, karena banyak pelanggan menginginkan barang dan dokumen mereka sampai tepat waktu sesuai dengan kebutuhan mereka, penyedia layanan pengiriman yang dapat memastikan ketepatan waktu sering dianggap lebih dapat diandalkan dan profesional oleh pelanggan.

Selain itu, promosi merupakan hal yang penting untuk mengupayakan peningkatan dan memperkuat persepsi yang positif terhadap produk, layanan dan branding. Ada beberapa nilai yang bisa didapat dari promosi seperti meningkatkan

loyalty pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta dapat membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. JNE sendiri memiliki beberapa strategi promosi seperti Program diskon dan penawaran khusus untuk pelanggan tertentu pada pelanggan yang setia atau pelanggan yang beberapa kali sudah kirim secara berkala, program JNE Loyalty Card (JLC) bertujuan untuk memberikan point untuk pelanggan yang sudah memiliki Jne Loyalty Card (JLC) nantinya dapat ditukarkan dan mendapatkan hadiah tertentu, dengan melakukan promosi yang terfokus perusahaan dapat menciptakan basis pelanggan yang setia dan berkelanjutan. Di sisi lain para agen juga harus memiliki promosi sendiri, tidak hanya mengandalkan promosi dari JNE pusat saja, meskipun Agen JNE Citra Grand I ini berlokasi di tempat yang strategis upaya promosi yang dilakukan masih terbatas pada metode personal selling, hal ini mengindikasikan bahwa agen tersebut belum sepenuhnya memanfaatkan potensi dari berbagai strategi pemasaran yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AGEN JNE CITRA GRAND I”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa kompetitor ekspedisi pengiriman yang menawarkan harga lebih terjangkau dan pelayanan yang lebih baik.
2. Promosi yang dilakukan oleh JNE masih terbatas pada metode personal selling.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan JNE Agen Citra Grand I belum maksimal, terbukti saat ini masih terjadi keterlambatan pengiriran kepada konsumen dan beberapa kali barang juga terjadi kerusakan pada barang.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis memberi batasan supaya penelitian ini lebih terfokus dan terarah. Penelitian ini difokuskan pada Ketepatan Pengiriman, Promosi, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE Agen Citra Grand I. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari Ketepatan Waktu Pengiriman, Promosi dan Kualitas Pelayanan.
2. Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman yang digambarkan melalui sampainya barang menurut estimasi pengiriman yang diberikan oleh pihak JNE.
3. Faktor Promosi yang digambarkan dari periklanan, promosi penjualan, selling, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung.
4. Faktor Kualitas Pelayanan jasa yang digambarkan melalui bukti langsung, Keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi JNE?
2. Apakah secara parsial, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi JNE?
3. Apakah secara parsial, promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi JNE?
4. Apakah secara simultan, kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi JNE?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Citra Grand I.
2. Untuk mengetahui secara parsial, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Citra Grand I.
3. Untuk mengetahui secara parsial, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Pengiriman JNE Agen Citra Grand I. Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Agen Citra Grand I.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Penulis Menambah pengetahuan penulis tentang objek yang diteliti baik Secara teoritis maupun secara aplikasi.
2. Bagi Perusahaan Memberikan Informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai Bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai strategi Bersaing. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.
3. Bagi Akademisi Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya guna Menambah perkembangan ilmu pengetahuan terkait pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.7. Sistematika Penelitian

Guna memahami lebih lanjut, maka materi-materi yang termasuk didalamnya dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tori yang berupa pengertian atau definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel Teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap memberikan informasi berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan saran yang berisi masukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini