

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini proses pengiriman barang sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya penjualan *online* dan pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan pangsa pasar jasa pengiriman barang semakin berkembang dan menghadirkan berbagai macam ancaman sekaligus peluang yang besar bagi setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman. Melihat peluang yang besar ini jasa pengiriman seperti Tiki, JNE, dan Pos Indonesia berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanannya yang semakin bagus. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan yang terjadi pada jasa saat ini

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi boomerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Diperlukan beberapa hal agar suatu pelayanan jasa bisa terus bertahan menghadapi ancaman dari jasa lain. Kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak untuk tetap di jaga. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Word of mouth juga sangat penting dalam studi pemasaran mengingat bahwa komunikasi dalam *word of mouth* mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan, cerita dan pengalaman seseorang menggunakan sebuah produk atau jasa terdengar lebih menarik yang bisa mempengaruhi pendengarannya untuk ikut mencoba produk atau jasa tersebut. Disisi lain *word of mouth* juga bertambah mengingat bahwa manusia adalah makhluk sosial yang senang berinteraksi dan berbagi dengan sesamanya.

Semakin banyaknya usaha jasa pengiriman barang maka konsumen harus pandai dalam memilih satu perusahaan jasa yang dipercayainya untuk mengirim barang dengan baik dan aman. Kepercayaan dalam menggunakan suatu produk harus melalui pertimbangan yang meliputi dari rekomendasi seseorang yang telah menggunakan

produk atau jasa sebelumnya. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa akan timbul apabila perusahaan memiliki citra atau merek yang dikenal baik dan sudah melekat kuat di benak konsumen.

Kondisi tersebut menyebabkan para pengguna jasa semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, perlu adanya pemilihan strategi terbaik untuk digunakan dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.

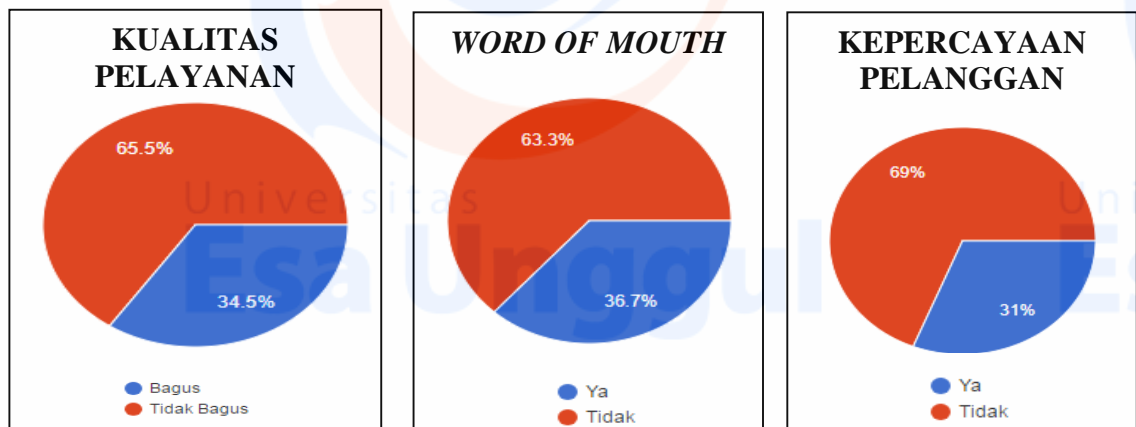
Bidang jasa merupakan bidang yang menawarkan pelayanan dengan membantu konsumen dalam berbagai hal. Bidang jasa merupakan bidang yang tak akan pernah mengalami kebangkrutan atau pailit meski dalam kondisi sulit sebab setiap orang sudah pasti membutuhkan bantuan orang lain dalam menuntaskan atau menyelesaikan berbagai hal. Jasa pengiriman merupakan salah satu bidang jasa yang paling banyak digunakan. Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan benda kepada seseorang. Entah jaraknya memang sangat jauh, tidak begitu jauh, yang pasti perusahaan pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yang dikirim kepada yang dituju.

Termasuk di Jakarta saat ini banyak sekali masyarakat yang membutuhkan pengiriman barang untuk kegiatan sehari-hari dalam memenuhi keperluan pribadi maupun keperluan bisnis. Ada beberapa pihak yang memanfaatkan masalah ini untuk membangun bisnis sebagai solusi bagi masyarakat yang menginginkan kemudahan didalam melakukan pengiriman barang.

Dari data pra survei yang dilakukan oleh penulis terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan yang pernah menggunakan jasa tiki di wilayah cabang Duri Kepa, Jakarta Barat. Pra survei ini dilakukan pada Oktober 2017 sebelum melakukan penelitian tentang pelanggan yang pernah melakukan pengiriman barang pada jasa tiki. Hasil pra survei ini diperoleh dengan membuat kuesioner terhadap pelanggan yang pernah melakukan pengiriman barang pada jasa tiki.

Dimana dari data survei yang dilakukan di wilayah cabang Duri Kepa, Jakarta Barat. Pelanggan yang pernah menggunakan jasa tiki mengalami penurunan. Berdasarkan hasil pra survei yang telah diperoleh sebagai berikut.

Gambar 1.1
Hasil Pra Survei



Sumber : Data diolah peneliti, 2017

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil pra survei mengenai kualitas pelayanan, dengan pertanyaan terbuka yaitu “Bagaimana kualitas pelayanan jasa tiki di wilayah cabang Duri Kepa?”, hasil pra survei menunjukkan bahwa sebanyak 19 responden

(65,5%) menjawab tidak bagus mengenai kualitas pelayanan karena menurut responden karyawannya tidak ramah dan tidak cekatan, sedangkan sisanya sebanyak 10 responden menjawab bagus. Untuk pertanyaan yang diajukan mengenai *word of mouth* dengan pertanyaan terbuka yaitu “Apakah anda menggunakan jasa tiki atas rekomendasi dari keluarga, teman, dan kerabat?”, didapatkan hasil sebanyak 19 responden (63,3%) menjawab tidak karena pengguna jasa tiki menyatakan bahwa mereka mendapatkan rekomendasi dari melihat iklan yang beredar sedangkan 11 responden menjawab iya. Mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan kepercayaan pelanggan dalam pertanyaan terbuka yaitu “Apakah jasa tiki dapat dipercaya dalam pengiriman barang?”, dari hasil survei menunjukkan sebanyak 20 responden (69%) menjawab tidak karena waktu pengiriman barang yang telah disepakati tidak sesuai dengan yang dijanjikan, sedangkan 9 responden menjawab ya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dari jasa tiki masih kurang bagus sedangkan dilihat dari segi *word of mouth* jasa tiki kurang bagus jika dibandingkan dengan jasa kurir sejenis lainnya. Dari segi kepercayaan pelanggan jasa tiki kurang dapat di percaya atas pengiriman barang tidak sesuai waktu yang ditetapkan. Hasil pra survei yang dilakukan pada para pengguna jasa tiki di wilayah cabang Duri Kepa, Jakarta Barat ini sejalan dengan data dari *Top Brand Award* di tahun 2017 ini mengalami penurunan.

Table 1.1
Top brand index jasa kurir di Indonesia

Merek	2013	2014	2015	2016	2017
JNE	28,6%	33,4%	43,5%	47,6%	49,4%
TIKI	53,7%	45,1%	36,2%	35,7%	34,7%
POS INDONESIA	8,4%	8,4%	6,7%	9,6%	8,4%

Sumber : *Frontier Consulting Group, 2017*

Tabel 1.2
Persentase penurunan jasa kurir tiki 2013-2017

Tahun	Top Brand Index	Persentase (%)
2013	53,7%	-
2014	45,1%	8,6%
2015	36,2%	8,9%
2016	35,7%	0,5%
2017	34,7%	1%

Sumber : *Frontier Consulting Group, 2017*

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat *top brand index* 2013 sampai 2017 jasa kurir tiki persentasenya turun. Pada tahun 2013 jasa kurir tiki mendapat persentase 53,7%, pada tahun 2014 mendapat persentase 45,1% yang berarti mengalami penurunan 8,6%. Pada tahun 2015 mendapat persentase 36,2% dengan mengalami penurunan kembali sebesar 8,9%. Pada tahun 2016 mendapat persentase 35,7% mendapat penurunan kembali sebesar 0,5% dan pada tahun 2017 mendapat persentase 34,7% dengan arti mengalami penurunan lagi sebesar 1%. Jadi *top brand index* jasa kurir tiki setiap tahunnya mengalami penurunan secara berturut-turut.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa jasa kurir tiki mengalami kondisi turun setiap tahunnya. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dan menjadikan

permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH*, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”** (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Tiki di Wilayah cabang Duri Kepa, Jakarta Barat)

1.2 Identifikasi masalah

Sehubungan dengan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak bagus disebabkan karyawannya tidak ramah dalam melayani pelanggan dan tidak cekatan sehingga pelanggan lebih memilih jasa kurir lainnya
2. *Word of mouth* tidak bagus karena dari segi promosi lewat iklan lebih menarik, sehingga promosi secara *face-to-face* tidak mempengaruhi pelanggan
3. Kepercayaan pelanggan kurang dipercaya disebabkan pengiriman barang dengan waktu yang sudah ditetapkan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan sehingga pelanggan lebih percaya pada jasa kurir lainnya

1.3 Pembatasan masalah

Atas dasar masalah-masalah tersebut maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi masalah hanya pada Jasa Tiki
2. Peneliti hanya membatasi tentang permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan kepercayaan pelanggan.

3. Penelitian ini dilakukan di wilayah Duri Kepa, Jakarta Barat dengan kriteria responden yaitu pria dan wanita berusia minimal 17 tahun, yang pernah menggunakan Jasa Tiki, serta yang di temui di Duri Kepa.

1.4 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
2. Apakah *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
4. Apakah kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
5. Apakah kualitas pelayanan paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?

1.5 Tujuan penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?

2. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?
5. Untuk mengetahui apakah faktor dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tiki?

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi yang mendukung upaya peningkatan dan aktivitas usaha yang dijalankan perusahaan

1.6.2 Untuk Pembaca

Sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

1.6.3 Untuk penulis

Untuk menambah dan memperluas pengetahuan dan informasi yang berharga bagi penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang menggunakan jasa Tiki.