

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir

PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir atau yang biasa disebut JNE didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (Tiki) yang bergerak dalam bidang jasa kurir internasional. Dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah JNE memulai kegiatannya yang terpusat pada penanganan kegiatan impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hong Kong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TiKi dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Selama bertahun-tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang memiliki tujuan masing-masing. Karena itu pada akhirnya kedua perusahaan itu menjadi bersaing, JNE menjadi perusahaan yang memiliki manajemen sendiri, JNE juga mengeluarkan logo perusahaannya sendiri dan membedakannya dari TiKi. Pada tahun 2004 JNE mendirikan *JNE Operations Sorting Center* yang kemudian gedungnya dijadikan sebagai kantor pusat JNE, kantor tersebut berada di Jakarta.

1.1.2 Visi dan Misi

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi untuk memajukan perusahaannya, begitu juga dengan PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir yang memiliki visi dan misi, yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi perusahaan dengan standar internasional dibidang jasa distribusi yang mampu melayani kebutuhan segenap lapisan masyarakat dan dapat diterima menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

b. Misi

1. Memadukan jasa pengiriman, kepabeanan, pergudangan, pendistribusian dalam satu sistem yang terintegrasi secara efektif dan fleksibel.

2. Mendayagunakan jaringan dan infrastruktur yang dimiliki sebagai kontribusi pada proses perputaran roda ekonomi dengan didukung SDM yang profesional dan memiliki integritas moral yang tinggi.
3. Memanfaatkan perkembangan teknologi informasi secara tepat.
4. Mendorong pertumbuhan usaha yang berkesinambungan dalam rangka mencapai kesejahteraan karyawan dan senantiasa meningkatkan tanggung jawab sosial.

1.1.3 Lini Bisnis dan Produk PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir

Adapun lini bisnis dan produk dari PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir adalah:

1. Lingkup bisnis dari JNE adalah sebagai berikut:
 - a. Pengiriman (*courier*)
 - b. Penyimpanan dan pendistribusian (*logistic and distribution*)
 - c. Transportasi (*moving, trucking, air and sea cargo*)
 - d. Kepabeanan (*customs clearance*)
 - e. Penjemputan bandara (*escourt service*)
 - f. Pengiriman uang (*money transfer*)
2. Produk atau jenis layanan yang disediakan oleh JNE dibedakan menjadi tujuh, yaitu:
 - a. Jasa kurir dalam negeri
 - b. Jasa kurir luar negeri
 - c. Jasa logistik dan distribusi
 - d. Jasa kargo laut dan udara
 - e. Jasa perpindahan – angkutan darat – pergudangan
 - f. Jasa layanan kepabeanan
 - g. Jasa jemput bandara
 - h. Jasa pengiriman uang

Untuk jenis layanan yang berlaku bagi agen untuk sementara dibatasi hanya kepada produk layanan jasa kurir dalam dan luar negeri, jenis layanan ini dibagi menjadi beberapa produk yang lebih spesifik kedalam 4 jenis produk khusus yang dijual di agen, produk tersebut adalah :

1. *YES Service* (Yakin Esok Sampai dengan jaminan uang kirim kembali). *Yes* merupakan salah satu produk JNE yang pengantarannya dapat dipastikan keesokan harinya sebelum jam 00.00 (waktu setempat).

2. *REGULER Service*. Jenis pelayanan dimana waktu penyampaian kiriman telah ditentukan berdasarkan kota tujuan pengiriman masing-masing, untuk *reguler service* ini layanan berlaku untuk semua kota dan kabupaten di seluruh Indonesia.
3. *WEEKEND Service (OKE Service)*. Jenis pelayanan dimana dalam waktu penyampaian lebih lambat, dengan harga pengiriman lebih ekonomis. Untuk *weekend service* ini hanya berlaku untuk beberapa kota saja.
4. *INTERNATIONAL Service*. Jenis pelayanan pengiriman barang dan dokumen ke beberapa kota khususnya kota-kota di kawasan Asia, Eropa dan Amerika, dengan estimasi waktu penyampaian yang telah ditentukan.

1.2 Latar Belakang

Pada saat ini hal yang paling dibenci manusia ketika berhadapan dengan kegiatan sehari-hari adalah waktu untuk menunggu. Kehidupan manusia yang dipenuhi dengan segudang aktivitas tidak dapat dipisahkan dari hal yang kita sebut sebagai waktu. Ungkapan waktu adalah uang atau biasa disebut "*time is money*" tampaknya cocok dengan situasi yang sedang kita hadapi dalam era modern dan globalisasi pada saat ini. Tidak dapat dipungkiri peran dari waktu pada saat ini mempengaruhi kehidupan dalam generasi yang serba instan. Kebutuhan manusia yang semakin besar, tentunya mendesak pemenuhannya secara lebih tepat. Hal-hal ini memberikan suatu pandangan, dimana waktu menjadi suatu hal yang berharga dan memiliki dampak sangat besar bagi dunia usaha khususnya industri jasa.

Pelaku industri jasa selalu dituntut untuk memberikan pelayanan secara lebih cepat guna memenuhi permintaan pasar dan menghindari kehilangan pangsa pasar atau pelanggan. Maka dari itu dibutuhkanlah suatu sistem yang efektif dan efisien untuk mendukung hal-hal tersebut, sehingga tetap memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

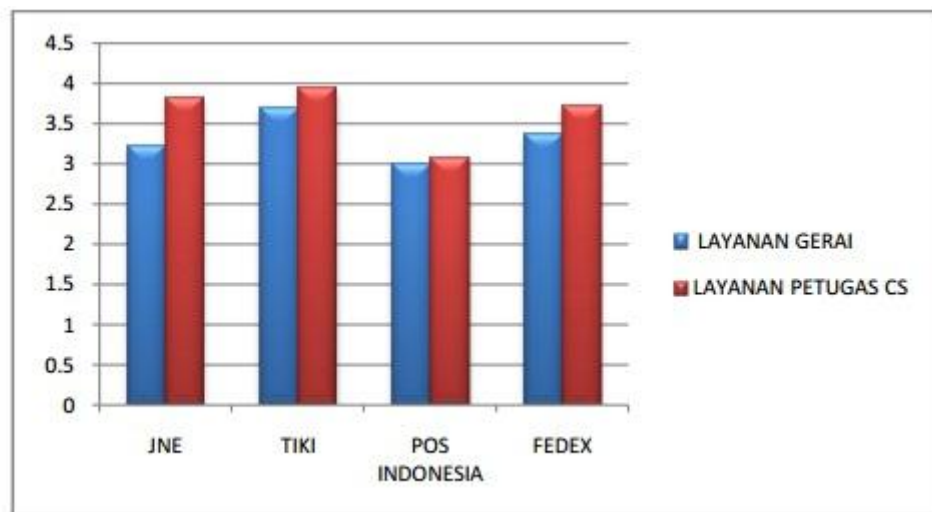
Pada era global dan era perdagangan bebas ini, logistik memegang peranan penting dalam wilayah industri dan arus ekonomi suatu negara. Banyak perusahaan jasa layanan dalam bidang logistik dan pengiriman barang, baik berskala nasional maupun internasional yang bersaing untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Keunggulan dalam hal kualitas pelayanan menjadi salah satu tujuan utama bagi para pelaku industri jasa layanan untuk tetap "*survive*" dalam bisnis yang dinilai strategis ini.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kurir ekspres dan logistik yang berpusat di Jakarta. JNE sendiri dalam jasa pelayanannya telah mencakup wilayah Nasional dan Internasional, sehingga dibutuhkan pelayanan yang optimal demi menjaga keunggulan kompetitif.

Persaingan dalam bisnis jasa pengiriman barang yang semakin ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk mempersiapkan diri sebaik mungkin jika masih ingin mempertahankan diri dan jika masih ingin mempertahankan eksistensinya dalam persaingan antar perusahaan sejenis lainnya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting, dimana pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan. JNE sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia harus mampu memberikan atau menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan jasa lainnya seperti TIKI, Pos Indonesia, FedEx, dll.

Gambar 1.1

Perbandingan Indeks Tingkat Kepuasan Layanan Gerai Maupun Layanan Petugas *Customer Service* JNE, Tiki, Pos Indonesia, Fedex



Sumber : Fitriyani, 2009, Usulan Perbaikan Customer Service PT. TIKI JNE Bandung dengan Model Servqual dari Parasuraman

Melihat persaingan bisnis yang sangat kuat itu, bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir untuk memuaskan pelanggannya? Berdasarkan pertanyaan tersebut, penulis melakukan observasi mengenai persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir dengan cara mencari informasi melalui media massa cetak dan media massa internet seperti harian pikiran rakyat, detik.com dan kompas.com. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pencarian informasi tersebut adalah terdapat pelanggan yang menceritakan kepuasannya dengan pelayanan yang diberikan JNE melalui media massa cetak dan juga media massa internet, tetapi tidak sedikit yang menceritakan tentang ketidakpuasannya dengan

pelayanan yang diberikan JNE. Secara rinci masalah yang dirasakan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE adalah sebagai berikut:

1. Paket belum sampai ke penerima, padahal di *track record* paket telah diterima. (Kompas.com, 23 Mei 2013)
2. Paket dikirim dan diterima bukan oleh penerima barang. (Detik.com, 4 Juni 2012)
3. Paket tidak sampai ke penerima pada waktu yang telah ditentukan dan setelah beberapa hari baru mendapat info dari *customer service* kalau paket belum dikirim. (Harian Pikiran Rakyat, 10 September 2013)
4. Sudah mengalami kehilangan barang 3 kali selama menggunakan JNE, dan tidak ada konfirmasi dari pihak JNE. (Detik.com, 11 Agustus 2012)

Selain bentuk pemberitaan media mengenai keluhan pelanggan diatas, penulis juga menemukan fenomena lain yang terjadi khususnya pada PT. JNE cabang Bandung, hal itu bisa dilihat dari data transaksi *cash counter* PT. JNE di beberapa daerah di kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.2 pada halaman berikutnya:

Tabel 1.1

Data Pengunjung JNE Bandung (2012-2013)

No	Bulan	Jumlah Pengunjung							
		kawalayaan	Pertumbuhan (%)	Batu Nunggal	Pertumbuhan (%)	Setra Sari	Pertumbuhan (%)	Naripan	Pertumbuhan (%)
1	Januari	3.622	-	9.170	-	15.182		449	
2	Februari	3.543	-0.02	8.616	-0.06	16.879	0.12	381	-0.15
3	Maret	4.778	0.35	9.831	0.12	17.097	0.23	455	0.19
4	April	5.167	0.03	8.680	-0.12	16.862	-0.01	398	-0.12
5	Mei	6.206	0.20	9.466	0.09	17.441	0.03	782	0.96
6	Juni	6.386	0.03	8.759	-0.07	16.862	0.03	1.094	0.40
7	Juli	8.086	0.26	9.316	0.06	17.441	0.03	1.403	0.28
8	Agustus	10.646	0.30	9.953	0.06	19.336	0.10	1.558	0.11
9	September	6.846	-0.34	7.445	-0.25	15.730	-0.19	1.548	.006
10	Oktober	9.466	0.38	9.678	0.30	16.984	0.08	2.045	0.32
11	November	10.192	0.08	11.045	0.14	17.423	0.02	2.552	0.24
12	Desember	11.115	0.09	11.925	0.07	16.900	-0.03	2.787	0.09
13	Januari	11.918	0.07	11.676	-0.02	17.190	0.02	2.817	0.01
14	Februari	12.711	0.07	12.142	0.03	17.587	0.02	3.405	0.21
15	Maret	13.776	0.08	11.699	-0.04	17.801	0.02	4.916	0.44
16	April	14.613	0.06	11.903	0.01	18.090	0.02	5.991	0.21
17	Mei	15.508	0.06	12.409	0.04	18.232	.001	7.135	0.19
18	Juni	14.855	-0.04	13.305	0.07	17.433	-0.04	8.353	0.07

Sumber : www.jne.co.id

Berdasarkan data jumlah transaksi yang diperoleh PT. JNE Bandung dari Januari 2012 - Juni 2013 dapat dilihat dari keempat cabang JNE tersebut, JNE cabang Batununggal adalah yang paling

sering mengalami fluktuasi. Ketidaktetapan jumlah transaksi yang terjadi pada JNE Batununggal terjadi karena adanya masalah yang dihadapi konsumen.

Masalah ini diperkuat dengan pernyataan konsumen PT. JNE cabang Batununggal yang telah diwawancarai penulis yang menyatakan bahwa jasa yang digunakan kurang memuaskan. Keadaan ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan, karena masih besar keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan PT. JNE cabang Batununggal. Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen dapat menjadi ukuran bagi kepuasan konsumen mengenai jasa pengiriman yang berkualitas.

Perlu dipahami bahwa kualitas pelayanan pada dasarnya tidaklah berdiri sendiri, misalnya hanya berlaku bagian depan saja (*front office*). Pelayanan yang berkualitas lebih merupakan suatu proses kesatuan dengan faktor lainnya, misalnya dengan bagian *back office* atau dengan bagian pendukung lainnya. Bila kita berbicara tentang pelayanan berkualitas tentu saja tidak sebatas tersenyum ramah dari petugas *customer service* saja, tetapi lebih dari itu. Berbagai dimensi peningkatan kualitas pelayanan, baik menyangkut fasilitas fisik (*tangible*), perhatian individu (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) serta prosedur operasionalnya (*courtesy, competence, credibility, dan security*) harus saling mendukung.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan survei pendahuluan melalui wawancara yang penulis lakukan kepada konsumen PT. JNE Batununggal bahwa permasalahan yang muncul adalah pada kualitas pelayanan. Beberapa konsumen menyatakan bahwa kurang baiknya dari kualitas pelayanan diantaranya tercermin dari waktu pengiriman barang yang sering tidak sesuai dengan yang dijanjikan, kurang cepat tanggap dalam melayani keluhan konsumen, dan sikap *customer service* yang kurang empati pada saat melayani pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”** (studi kasus pada PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Batununggal).

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Batununggal?
2. Bagaimana kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan JNE Batununggal?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness dan Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Batununggal.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan JNE Batununggal.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness* dan *Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan JNE.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memiliki kegunaan yang bermanfaat untuk berbagai pihak di antaranya:

1. Kegunaan teoritis:
Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran.
2. Kegunaan Praktis:
 - a. Bagi Penulis
Penulis mempunyai keahlian di bidang manajemen pemasaran dalam suatu perusahaan, baik secara teoritis maupun praktek, khususnya tentang kualitas pelayanan.
 - b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan.
 - c. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi peneliti lain dalam bidang sejenis.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I (Pendahuluan) berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang objek penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.
2. Bab II (Relevansi Teori dan Pembahasan) berisikan tentang kesesuaian teori terhadap aktivitas penelitian yang dilakukan serta pembahasan hasil penelitian sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.
3. Bab III (Kesimpulan dan Saran) berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek penelitian, yaitu penelitian kepuasan pelanggan dan juga saran bagi institusi.