

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era modern saat ini, segala ekspedisi dan pengiriman menjadi mudah karena terbantu dengan adanya kemudahan transportasi ekspedisi yang canggih. Melalui kemajuan dan perkembangan ini para inovator dan pengusaha ingin memperoleh keuntungan dengan membuka bermacam-macam kesempatan baru untuk berbisnis, salah satunya pun adalah dengan jasa ekspedisi seperti JNE Express, J&T Express, Lion Parcel, TIKI, dan macam-macam. Dengan adanya jasa ekspedisi ini sangat membantu dan memfasilitasi para pembisnis dalam mengantarkan barang-barang yang ingin dikirimkan kepada pelanggannya.

Lion Parcel adalah salah satu unit yang bergerak di sektor pengiriman barang dan logistik yang berkembang pesat di Indonesia. Sebagai jasa ekspedisi terkemuka di Indonesia, Lion Parcel juga menawarkan jasa pengiriman dan permintaan barang yang menarik, terpercaya dan aman hingga sampai ke tangan pelanggan. Melalui jasa ekspedisi ini, pengiriman ke seluruh Indonesia maupun luar negeri menjadi mudah seolah tidak memiliki batasan jarak atau jangkauan dalam segala jenis pengiriman.

Hal yang sangat berpengaruh dalam jasa ekspedisi adalah kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pengiriman barang yang penting dan mendesak, pelayanan terbaik, kualitas pengiriman produk ketempat tujuan, dan keutuhan barang sesampainya di tempat yang dituju juga diperlukan demi kepercayaan dan kepuasan pelanggan kepada jasa ekspedisi yang telah dipercayakan.

Ketika pihak ekspedisi memberikan pelayanan yang terbaik dari kualitas pelayanan, respon yang ramah, risiko pengiriman seminimal mungkin dalam pengiriman itulah yang akan menambah minat pelanggan menggunakan jasa ekspedisi yang dipercayakan untuk mengirim barang dari pelanggan. Dengan meningkatnya permintaan pengiriman di berbagai daerah di Indonesia, membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai jasa ekspedisi ini.

Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, persepsi risiko inilah yang membuat pelanggan akan mempertimbangkan dalam memilih jasa ekspedisi mana yang diinginkan. Apabila pelanggan merasa senang dengan pelayanan jasa yang diterima, maka dalam hal ini akan menambah kemungkinan bagi pelanggan untuk menggunakan jasanya lagi dan berulang kali.

Tetapi seiringnya waktu para pelanggan pun akan bertambah banyak, hal ini memicu persaingan antara para penyedia jasa ekspedisi. Maka dari itu pihak dari masing-masing jasa ekspedisi perlu memikat pelanggan dengan daya tarik mereka tersendiri dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan persepsi risiko yang sekecil mungkin.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Lesmana & Ratnasari, 2019).

Kualitas pelayanan adalah sekelompok ciri khusus produk atau jasa serta kemampuannya didalam mencukupi keinginan yang sudah ditetapkan supaya dapat memenuhi keinginan konsumen, karena sangat penting bagi perusahaan jasa meningkatkan kualitas pelayanannya guna mendorong konsumen agar

membeli jasa dari perusahaan kita dan membuat konsumen tertarik untuk membeli kembali jasa yang ditawarkan (Loanda & Evyanto, Winda 2020).

Tahun	Bulan	Jumlah Pelanggan
2021	Januari	124
2021	Februari	133
2021	Maret	155
2021	April	145
2021	Mei	139
2021	Juni	104
2021	Juli	171
2021	Agustus	124
2021	September	137
2021	Oktober	124
2021	November	130
2021	Desember	158

**Tabel 1.1** Data Pelanggan Bulan Januari-Desember 2021

**Sumber:** PT. Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

Pemakai jasa ekspedisi juga perlu mempertimbangkan apa risiko yang mungkin bisa terjadi saat pengiriman barang yang dipesannya mengalami masalah, jika tingkat risiko tinggi dan tidak sesuai dengan ekspektasi pemakai jasa, maka pelanggan akan ragu-ragu untuk membeli jasa tersebut, begitu pula sebaliknya.

Jika penyedia jasa memberikan komitmen keamanan pengantaran barang yang bagus dan risiko pengantaran yang kecil, maka pemakai jasa juga akan menaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap penyedia jasa ekspedisi tersebut. Persepsi risiko adalah sebuah hambatan pada perilaku pembelian seseorang yang diakibatkan karena adanya ekspektasi kerugian yang mungkin akan dialami setelah membeli suatu jasa (Raiyan & Siregar, 2019).

Persepsi risiko menjadi salah satu acuan penting dalam pola pemikiran konsumen dalam memilih perusahaan penyedia jasa. Persepsi risiko yaitu persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa (Rusilawati *et al.*, 2022).

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam, peneliti menyimpulkan bahwa faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan salah satu elemen penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam proses pengiriman barang akan dijumpai risiko-risiko yang mungkin terjadi yaitu barang hilang, rusak, tertukar dan terlambat. Risiko tersebut dapat diakibatkan karena banyaknya permintaan pengiriman, penumpukan barang di tempat pemindahan barang, kecelakaan, bencana alam, dan hal-hal lainnya yang mengganggu dan menghambat proses pengiriman barang.

Pada dasarnya setiap perusahaan ingin memberikan kepuasan secara maksimal kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan tergolong salah satu tujuan perusahaan untuk mempertahankan dan mengamankan keuntungan laba atau pemasukan dalam jangka panjang.

Kunci kepuasan pelanggan dari setiap perusahaan yaitu dengan cara mengetahui apa yang diinginkan oleh setiap pelanggan serta bagaimana cara perusahaan mewujudkan dan mengimplementasikannya. Pelanggan yang sudah puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan menumbuhkan rasa kesetiaan untuk tetap memakai jasa yang disediakan dari perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan terhadap tingkatan kinerja jasa aktual dengan kinerja sesuai harapannya (Rohaeni & Marwa, 2018).

Peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan ini menganggap kepuasan pelanggan sebagai faktor penting yang menunjang keberhasilan dan pendorong kesuksesan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya. Hal ini membuktikan kepuasan pelanggan memberikan dorongan bagi pelanggan untuk melakukan pemakaian ulang jasa yang ditawarkan yang dimana akan meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam melayani pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam sangat memperhatikan tingginya kualitas pelayanan dan persepsi risiko yang diberikan. Akan tetapi, berdasarkan observasi peneliti mengenai kualitas pelayanan yang ada di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam ini masih dijumpai pelanggan yang tidak puas akan pelayanan yang diberikan sehingga menyebabkan penurunan

pemakaian jasa yang dimana akan mempengaruhi dan mengurangi kepuasan pelanggan.

Berikut latar belakang yang penulis sampaikan, karena itu penulis tertarik dengan membuat proposal yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Kepuasan Pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti melakukan identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kurangnya kualitas pelayanan yang diterapkan.
2. Kurangnya kepastian dan keamanan barang yang dipercaya oleh pelanggan untuk dikirim karena tidak ada garansi akan risiko.
3. Ketidaktepatan waktu pengiriman, sehingga paket yang harusnya sampai di waktu yang telah dijanjikan melebihi waktu estimasi dalam pengiriman paket ke tempat tujuan.
4. Pelanggan belum merasa puas atas apa yang diterima dari ekspedisi Lion Parcel.
5. Informasi yang diberikan oleh Lion Parcel kurang dapat dimengerti oleh pelanggan.

## **1.3. Batasan Masalah**

Karena terbatasnya waktu dan biaya yang dimiliki, maka penulis hanya memfokuskan penelitian ini terhadap kualitas pelayanan dan persepsi risiko pada PT. Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan tadi, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Marcel Mahkota 53 Batam?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Relevan dengan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan informasi guna melengkapi teori-teori yang telah ada dan berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam, serta penelitian inipun menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.



## **1.6.2. Manfaat Praktis**

### **1.6.2.1. Bagi Perusahaan**

Manfaat bagi perusahaan yaitu sebagai acuan evaluasi serta penyempurnaan seiring berjalannya waktu agar dapat mencapai tujuan perusahaan seoptimal mungkin.

### **1.6.2.2. Bagi Kampus**

Manfaat bagi akademis yaitu menjadikan penelitian ini sebagai literatur dan kepustakaan untuk membuat tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk kelulusan.