

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Menurut (Limakrisna & Susilo, 2012:3) Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi, pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik, sehingga produk atau jasa yang ditawarkan dapat laku terjual. Manajemen Pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, mendapatkannya, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyerahan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (Limakrisna & Susilo, 2012:4).

Suatu langkah yang dilakukan perusahaan agar mampu bersaing di pasar ialah dengan menjaga tingkat kepuasan pelanggan, Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, perusahaan harus berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Menurut (Felani & Soekotjo, 2017) kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara kinerja produk dengan kesesuaian harapan pelanggan setelah

melakukan pembelian, jika produk atau jasa melampaui harapan maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan sebaliknya, jika produk atau jasa jauh dari harapan maka akan timbul rasa ketidakpuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Tjiptono & Anastasi, 2015:16) kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli atau kondisi yang dialami konsumen seputar ekspektasinya setelah mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ialah kualitas pelayanan, menurut (Sholeha et al., 2018) kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan tentu akan semakin puas, kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan yang akan semakin positif bagi masyarakat khususnya bagi para pelanggan. Sedangkan menurut (Tjiptono & Anastasi, 2015:29) kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan pelanggan sebagai kemampuan sebuah organisasi untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka (Walker, 2011:18). Dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu kualitas pelayanan yang diharapkan (*expectation*), dan pelayanan yang diterima (*performance*) Apabila *performance* dari pelayanan sesuai dengan *expectation*, maka kualitas

pelayanan dipersepsikan baik oleh pelanggan apabila *performance* dari pelayanan melampaui *expectation*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya, apabila *performance* dari pelayanan lebih rendah dari *expectation*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk oleh pelanggan (Felani & Soekotjo, 2017).

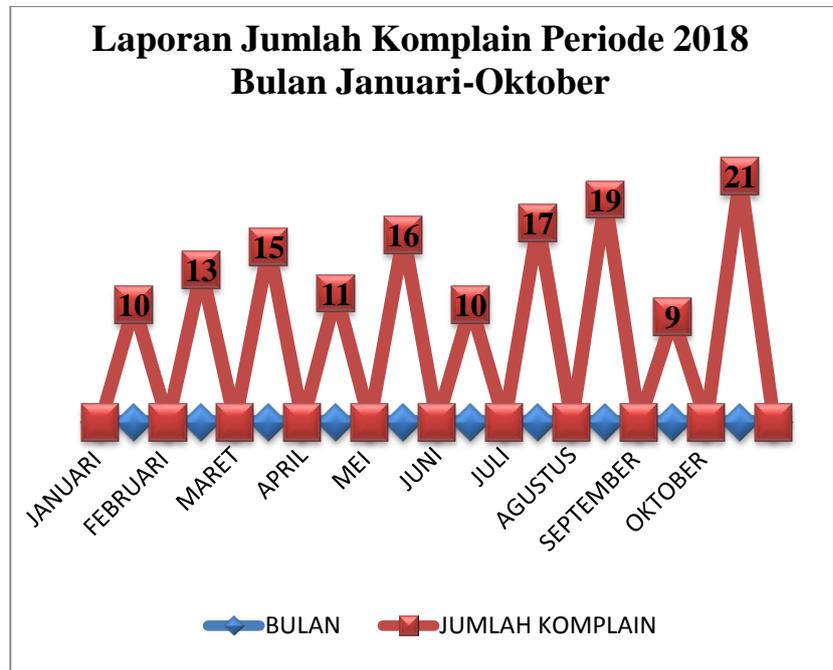
Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh fasilitas yang memadai, menurut (Indrayani, 2018) dalam mencapai tujuan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan maka perlu diperhatikan hal yang berperan penting dalam menentukan persepsi kualitas pelanggan antara lain meliputi fasilitas. Fasilitas merupakan bagian dari pelayanan yang sangat berpengaruh dan mendorong konsumen untuk memilih satu diantara sekian banyak jasa yang ditawarkan, dalam (Indrayani, 2018) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan, Pada sejumlah tipe jasa persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa yang bersangkutan di mata pelanggan.

Dalam membangun sebuah usaha juga diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, lokasi perusahaan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena lokasi yang strategis akan memudahkan pelanggan untuk mendapatkan akses terhadap perusahaan tersebut. Kedekatan perusahaan dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan

bisnis yang harus di buat secara hati-hati, penelitan-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kepuasan pelanggan, semakin strategis lokasi perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Cahyono, 2017).

PT. Ekspresindo Utama Sukses merupakan agen atau gerai dari JNE cabang batam yang terdaftar dengan nama gerai yaitu Agen JNE Solid yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistic yang berlokasi di ruko grand niaga mas blok b no.69 batam center. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yang berpusat di jakarta. JNE Solid berdiri sejak tahun 2015 sampai sekarang yang masih tetap beroperasi, Ketatnya persaingan pada usaha pengiriman barang terlihat Banyaknya pelaku usaha ekspedisi yang bermunculan, banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha ekspedisi, salah satunya adalah bagaimana pihak ekspedisi dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para pelanggan puas terhadap layanan yang diberikan, beberapa bulan terakhir JNE Solid mengalami penurunan dalam kualitas pelayanan ini dilihat dari jumlah komplain setiap bulannya.

Berikut data *complane* yang di ambil oleh peneliti selama tahun 2018:



Sumber: PT. EUS

Gambar 1.1 Jumlah complaine

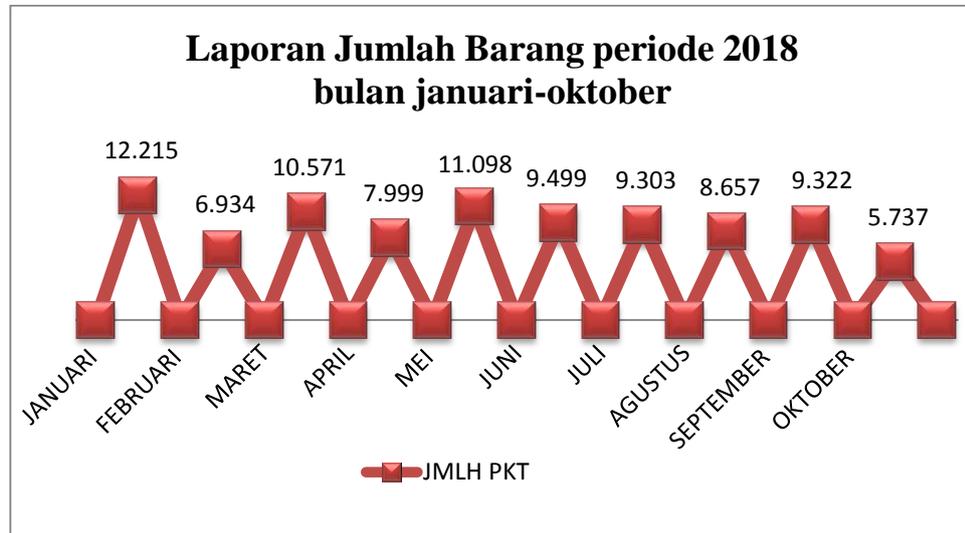
Berdasarkan Grafik di atas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah komplain di JNE Agen solid. Selama periode tahun 2018 jumlah komplain pelanggan cenderung mengalami kenaikan. Peningkatan jumlah komplain pada JNE Solid ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak perusahaan dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah komplain yang cenderung mengalami kenaikan.

Fasilitas dalam perusahaan juga sangat minim sekali. Ada beberapa fasilitas yang mungkin tidak terdapat seperti tempat ibadah, dan ruangan tunggu yang sangat minim (sempit). Dalam hal perencanaan ruang mereka hanya menggunakan batasan-batasan tidak memberikan ruangan khusus untuk barang-barang dan ruang khusus untuk setiap karyawan dalam melakukan pekerjaan atau ruang menyatu dengan ruang yang lain.

Pemilihan lokasi pada perusahaan juga di tentukan oleh perusahaan JNE pusat cabang batam di mana pemilihan lokasi berdasarkan persyaratan dan ketentuan seperti jarak minimum dengan lokasi sales counter JNE lain yang terdekat adalah radius 1(satu) kilometer, pada satu gedung perkantoran yang sama tidak di perkenankan 1(satu) terdapat lebih dari 1(satu) *sales counter* dengan kepemilikan yang berbeda, untuk lokasi perkantoran/pertokoan menyesuaikan dengan ukuran standart yang tersedia, lokasi dapat diakses kendaraan roda empat dan memiliki lahan parkir yang memadai. Lokasi JNE solid yang sudah sesuai dengan syarat ketentuan namun, terlihat lingkungan perkantoran memiliki tempat parkir yang sempit juga menjadi masalah karena pelanggan harus parkir di ruko-ruko milik perusahaan lain , lokasi sedikit jauh dengan fasilitas umum dan tertutup dengan ruko-ruko lain yang menjadi masalah pelanggan ketika mengunjungi perusahaan JNE Solid. Dan banyaknya agen JNE baru seperti Agen perwakilan tiban indah, Agen perwakilan batam center, Agen perwakilan batu aji, Agen lubuk baja dan lain-lain menyebabkan banyaknya persaingan dalam pengiriman barang (ekspedisi).

Dari permasalahan di atas berdampak terhadap tingkat pengiriman barang, hal ini dapat di lihat dari jumlah paket selama tahun 2018 pada JNE Agen solid.

Berikut data pengiriman barang yang di ambil oleh peneliti selama tahun 2018:



Sumber: PT. EUS

Gambar 1.2 Laporan Jumlah barang

Berdasarkan Grafik di atas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah barang di JNE Agen solid. Selama periode tahun 2018 jumlah barang yang dikirim pelanggan cenderung mengalami penurunan. Penurunan jumlah barang pada JNE Solid ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak perusahaan dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah barang yang cenderung mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian yang disampaikan oleh penulis di atas, maka permasalahan AGEN JNE solid ekspresindo adalah mulai munculnya pesaing pesaing baru sehingga konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan ekspedisi, dan banyaknya layanan, fasilitas dan lokasi yang lebih bagus dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengirim barang di agen JNE Solid ekspedisi. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis ingin melakukan

penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.EKSPRESSINDO UTAMA SUKSES DI KOTA BATAM”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Ketatnya persaingan pada usaha pengiriman barang terlihat Banyaknya pelaku usaha ekspedisi yang bermunculan.
2. Fasilitas yang diberikan oleh pemilik usaha kurang memadai seperti tempat ibadah dan tata ruang yang sempit.
3. Tempat parkir yang sempit, sehingga pelanggan parkir pada ruko-ruko perusahaan lain.
4. Konsumen merasa kurang puas dalam pelayanan terlihat dari banyaknya *complane*.
5. Lokasi jauh dari fasilitas umum dan tertutup dengan ruko-ruko lain yang menjadi masalah pelanggan ketika mengunjungi perusahaan.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam, penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini Yang diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen yang di teliti dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.
2. Variabel Independen yang di teliti dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi.
3. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengirim barang di PT. EUS.

1.4. Rumusan Masalah

Dengan mengetahui batasan masalah yang diangkat dari identifikasi masalah tersebut di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam ?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam ?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi penjualan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam
3. Untuk mengetahui apakah lokasi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ekspresindo utama sukses di Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, yaitu sebagai berikut :

1. **Bagi Peneliti**

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana. Hasil dari penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan dan mengembangkan pengetahuan dan wawasan.

2. **Bagi Akademis**

Untuk menambah khasanah lembaga keilmuan akademis dalam penelitian tentang studi kasus untuk menjadi rujukan dan pengembangan penelitian lebih lanjut. Dan semoga bisa menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak selanjutnya yang membutuhkan atau juga yang ingin menggunakan materi penelitian ini sebagai bahan referensi ataupun perbandingan di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini semoga bisa menjadi implikasi manajerial dalam rangka menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh PT. ekspressindo utama sukses kepada pelanggannya dan apakah fasilitas dan lokasi juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga profitabilitas perusahaan bisa semakin meningkat karena faktor itu bisa dikelola dengan baik.