

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak suatu industri diantaranya yakni industri jasa yang mengatakan bahwasannya tujuan dari perusahaan tersebut yaitu untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Kepuasan ialah kunci dari tanggapan nilai atas kemampuan kinerja serta harapan. Klien atau *customer* tidak merasa puas, apabila kinerja dari perusahaan di bawah harapan *customer*. Klien atau *customer* akan merasa puas, apabila kinerja dari industri memenuhi harapan klien atau *customer*. Kepuasan klien atau *customer* pada tingkatan pandangan seseorang sesudah mereka menyandingkan antara kegunaan produk konsumen dengan yang telah dirasanya. Kepuasan klien atau *customer* sebagai penilaian *customer* atas produk atau jasa untuk melihat barang ataupun jasa sudah bisa tepenuhinya keperluan berdasar harapan konsumen (Syahir et al., 2021). Perusahaan diharuskan mempunyai sebuah strategi yang spesifik dalam berkompetisi dan berkembang, karena kuantitas pesaing atau perusahaan lain akan selalu bertambah.

Rasa puas di konsumen yang tinggi dikarenakan oleh mutu layanan yang besar, bila mutu layanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai keinginan konsumen atau bisa dikatakan kualitas pelayanan buruk dan tidak baik maka keinginan pelanggan pun tak bisa diperolehnya dengan hal tersebut konsumen akan berkurang satu per satu karena pelayanan yang tidak memuaskan dari perusahaan tersebut, ini mengartikan suatu usaha akan mengalami kebangkrutan,

sehingga dapat disimpulkan yaitu hanya suatu usaha yang bisa memberi rasa puas kepada konsumen yang tinggi yang nantinya dapat bersaing, bertahan serta berkembang demi kelangsungan pertumbuhan perusahaannya (Rakhmalina & Marsih, 2022)

(Adhari, 2021) mengungkapkan bahwasannya kualitas pelayanan merupakan suatu skala yang mengukur bagaimana kecakapan atau keahlian suatu usaha jasa dalam pemenuhan akan keperluan pelanggannya. Dalam industri jasa perlu mengembangkan perilaku yang mengarah pada klien atau *customer* dengan memperhatikan “suara pelanggan”. Jika suatu perusahaan memberi layanan berdasar keinginan pelanggan, maka mutu layanannya dari industri tersebut dinilai baik, begitu juga dengan pelayanan yang melebihi dari harapan klien atau *customer*, maka bisa dikatakan pelayanan yang diberikan oleh industri amat memuaskan. Harapan klien atau *customer* bisa diperoleh dari pengalamannya pada waktu memakai layanan usaha tersebut, informasi dari promosi.

Kualitas yang diberikan oleh suatu usaha akan muncul anggapan pelanggan akan mutu yang diberi, kerap kali adanya perbedaan dari anggapan pelanggan dengan harapannya pada mutu yang perusahaan serahkan. Suatu usaha harus melakukan evaluasi dari konsumennya, karena untuk mengetahui perusahaan tersebut apabila sudah memberi mutu layanan jasa yang tepat dengan harapannya. Mutu layanan diharapkan oleh pelanggan yakni layanan yang baik, kecepatan dalam layanan, keamanan dalam pengiriman barang, fasilitas yang memadai, kenyamanan dalam menggunakan jasa pada perusahaan tersebut, hingga pihak manajerial wajib membahas dan mengaur cara mutu layanan yang

bagus pada waktu ini agar terus berkesinambungan demi lancarnya perusahaan kedepannya.

Menurut (Adhari, 2021) mengutarakan bahwasannya nilai pelanggan merupakan perbandingan dari manfaat yang diharapkan klien atau *customer* terhadap kontribusi klien atau *customer* untuk memperoleh sebuah manfaat. Nilai konsumen dan mutu layanan amat penting perannya dalam terwujudna rasa puas di langganannya, tidak hanya itu erat pula hubungannya dalam pemerolehan laba bagi suatu usaha. Kian bermutunya layanan yang suatu usaha berikan maka penilaian dari konsumen kian bagus dan klien akan merasa puas yang kian tinggi pula.

Mencari sebuah keuntungan tentunya suatu perusahaan tidak jauh dari penilaian klien, yang merupakan kaitan emosi yang berhubungan dari klien dengan penjualnya, sesudah konsumen memakai barang ataupun jasa dari suatu usaha dan terdapatnya suatu jasa atau barang yang telah digunakan memberikan nilai lebih. Suatu usaha juga membutuhkan suatu mutu layanan supaya keinginan konsumen kepada jasa dan barangnya kian naik. Mutu layanan sebagai usaha dalam memenuhi keperluan dan harapan konsumen serta kesesuaian penyaluran dalam menangani keinginan konsumen.

Membangun relasi yang baik antar pelanggan dalam sebuah bisnis merupakan hal yang perlu dilakukan agar tercipta sebuah loyalitas pelanggan terhadap jasa atau produk yang suatu usaha beri terhadap konsumen. Bila seorang konsumen terpuaskan terhadap apa yang ditawarkan atau dijual perusahaan, selain terciptanya loyalitas, pelanggan dapat membawa keuntungan lebih bagi perusahaan yaitu dengan mengajak orang-orang disekitarnya untuk merasakan dan mengalami kejadian yang sama dengan pelanggan tersebut. Rasa puas dan

loyalitas konsumen sebagai elemen yang amat penting untuk mengukur keberhasilan suatu bisnis, hal ini dapat disebut juga dengan nilai pelanggan (Amelia and Ronald, 2021).

Setiap lembaga/perusahaan tentunya memiliki suatu strategi untuk menciptakan suatu kepuasan pelanggan. Sama halnya dengan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi sebagai suatu usaha yang berkencimpung di jasa pengiriman (ekspedisi), yang berada di bawah naungan JNE (Jalur Nugraha Ekakurir). PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi ini berkedudukan di Jalan KH Hasyim Ashari No.99, Rogojampi Banyuwangi Jawa Timur, dalam menjalankan kegiatan pelayanan yang bergerak di bidang jasa pengiriman, PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi menerapkan suatu promosi tertentu guna untuk menarik pelanggan/*customer* agar memakai jasa dari perusahaan tersebut. PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi sebagai usaha yang bergerak di jasa pengiriman tentunya wajib memberi layanan yang bermutu kepada konsumennya. Pelanggan memutuskan untuk memakai jasa ini bilamana mutu layanan sudah teat dengan yang diinginkan oleh pelanggannya.

Peneliti melakukan observasi awal pada perusahaan tersebut guna untuk dapat mengetahui fisik perusahaan serta pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Peneliti melakukan observasi awal pada PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi yang beralamat di Jalan KH Hasyim Ashari No.99, Rogojampi Banyuwangi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini dikarenakan kantor pusatnya di wilayah Kota Banyuwangi, dan juga lokasi ini dijadikan sebagai objek kajian. Pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu dengan melakukan wawancara secara terbuka kepada 10 pengguna layanan jasa yang telah

menggunakan layanan jasa pengiriman lebih dari dua kali pada PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi di Kota Banyuwangi. Peneliti setelah melakukan wawancara kepada pengguna layanan jasa perusahaan tersebut kemudian membuat daftar hasil wawancara terbuka terkait layanan yang konsumen harapkan atas jasa ini dengan kondisi sebenarnya yang diberikan oleh perusahaan ini. Hasil wawancara terbuka yang telah peneliti lakukan disajikan di bawah ini.

Tabel 1.1
Pelayanan yang diharapkan Konsumen/Pelanggan dengan Keadaan aktual yang diberikan oleh PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi

No	Pelayanan yang diharapkan konsumen/pelanggan	Pelayanan standar yang ditetapkan perusahaan	Keadaan aktual yang terjadi
1.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman ini bisa memberitahu akan lokasi barang secara <i>real-time</i> kepada konsumen/pelanggan	Memiliki fasilitas <i>OnlineTracking</i>	Telah adanya layanan <i>Online Tracking</i> pada laman jne.co.id yang bisa diakses oleh pelanggan dengan mengisi nomer resi yang sudah ada di dalam nota pengiriman.
2.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman ini telah handal dalam menanggulangi masalah pengiriman yang terjadi pada konsumen/pelanggan	Mempunyai <i>customer service</i> dan <i>Call Center</i> yang professional dalam menanggapi keluhan konsumen	Perusahaan sudah mempunyai CS dan Call Center dengan nomer telepon yang sudah ada.
3.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman ini mempunyai laman supaya langganan bisa tahu dan mendapatkan data terkait usaha tersebut.	PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi memiliki laman yang bisa dijelajahi dimana saja dan kapanpun oleh konsumen/pelanggan	PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi sudah mempunyai laman www.jne.co.id sebagai wadah pemberitaan informasi.
4.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman ini bertanggung jawab terhadap keamanan	PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi akan mengganti barang rusak atau hilang pada saat pengiriman	Pernah adanya barang yang diteima oleh konsumen yang tak sesuai dengan keadaan pada saat dikirim,

No	Pelayanan yang diharapkan konsumen/pelanggan	Pelayanan standar yang ditetapkan perusahaan	Keadaan aktual yang terjadi
	barang yang dikirimkan	berlangsung, serta perusahaan akan memikul pengeluaran ganti rugi secara menyeluruh dari harga produk yang hilang ataupun rusak.	pihak perusahaan terkadang tidak merespon atau lambat dalam menangani masalah seperti ini
5.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman dapat menjangkau hingga ke wilayah yang terdalam.	Sebaran kantor yang ada di seluruh Indonesia	PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi hanya mempunyai kantor cabang di kota-kota yang besar dan di wilayah tertentu, bila adanya konsumen yang akan pengiriman barang ke wilayah pelosok akan membutuhkan waktu dan beban yang lebih mahal dari yang ditentukan.
6.	Diharapkan perusahaan jasa pengiriman melaksanakan pendistribusian barang dengan cepat	Perhitungan waktu sampainya barang sesuai dengan paket yang dipilih yakni. a. YES (Yakin Esok Sampai, perkiraan pengiriman dalam 1 hari) b. REG (Regular, perkiraan pengiriman 2-3 hari) c. OKE (Ekonomis, perkiraan pengiriman 4-7 hari)	PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi pernah melaksanakan barang yang dikirim dengan perhitungan waktu yang tak tepat dengan harapan konsumen atau pelanggan terutama pada saat hari besar

Selama peneliti melaksanakan observasi di tempat tersebut, bahwa di tempat peneliti melaksanakan penelitian sedang mengalami masalah intern. Permasalahan ini cukup berpengaruh dalam perusahaan tersebut, berdasarkan survey dari beberapa konsumen atau pelanggan bahwa, PT. Anugerah Bintang

Sejahtera Abadi Banyuwangi dinilai tak bisa memberi layanan yang prima kepada *customer*/pelanggannya, seperti waktu layanan yang tepat yang berhubungan dengan waktu proses dan tunggunya. PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi ini menerapkan sistem *Just In Time* yang fokusnya pada performa usaha untuk bisa memaksimalkan laba dengan target kesesuaian waktu, mutu yang sesuai, dan jumlah barang yang sesuai dengan yang diterima oleh pelanggan dalam kondisi baik dan lengkap, namun perusahaan tersebut tidak menjalankan sistem *Just In Time* dengan baik dan tidak tepat dengan langkah panduan pengiriman yang sudah tertera pada perusahaan tersebut.

Masalah pertama yaitu pelayanan dalam pemrosesan kegiatan administrasi yang masih kurang cepat yang dimana *customer* mengeluh bahwa di perusahaan tersebut pelayanan dalam proses administrasinya dinilai sangat lambat dalam melayani *customer* sehingga hal ini juga akan berpengaruh dalam proses pengiriman. Masalah kedua yaitu pada proses pengiriman, dalam hal ini estimasi pengiriman paket yang sudah tertera pada sistem yaitu adalah 2-3 hari, akan tetapi berdasarkan keluhan dari beberapa *customer* bahwa estimasi pengiriman paket sampai tidak tepat waktu sesuai dengan yang telah tertera di sistem yaitu lebih dari 2-3 hari, hal ini biasanya dikarenakan pada semasa hari raya kerap adanya pengiriman dengan jumlah banyak yang bisa memperlambat sampainya barang ke tujuan sesuai dengan estimasi pengiriman yang sudah tertera.

Masalah berikutnya yaitu barang/paket yang sudah diterima oleh konsumen atau pelanggan dalam keadaan yang rusak atau kurang bagus, hal ini membuat ketidaknyamanan konsumen atau pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman kepada perusahaan itu kembali, karena dari pihak perusahaan masih

lambat dalam menangani hal ini dan masih belum ada respon tanggung jawab untuk kerusakan barang/paket yang diterima oleh konsumen atau pelanggan, sehingga hal ini tentunya akan berefek pada minat konsumen yang baru untuk memakai layanan dari PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi. Dari beberapa masalah-masalah yang terjadi sebagai peran vital bagi penyedia jasa usaha untuk tahu bagaimana penilaian *customer* terhadap pelayanan yang diberikan sekaligus mengetahui dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Kian banyaknya warga yang memakai jasa ini, maka mutu layanan menjadi kian penting guna berhasil dalam persaingan bisnis, sehingga dedngan paham akan hal yang diharapkan oleh klien dari mutu layanan yang diberikan oleh suatu usaha maka akan mendapat nilai tambah bagi usaha tersebut. Mutu layanan harus memperoleh perhatian yang besa dari suatu usaha, dikarenakan mutu berkaitan secara langsung dengan potensi bersaing dan tingkat labanya. Suatu layanan yang bermutu amat pentingnya peran dalam perwujudan kepuasan pelanggan, tidak hanya itu erat juga hubungannya dalam pembuatan laba bagi suatu usaha. Kian bermutunya layanan yang suatu usaha berikan maka pelanggan akan merasa kian puas.

Nilai konsumen juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Klien atau *customer* yang memiliki kaitan emosi yang baik dengan pemilik jasa akan merasa terpuaskan. Konsumen yang puas terhadap produk ataupun jasanya yang sudah mereka dapatkan tentunya akan memberi informasi yang bagus kepada pihak lain terkait dengan pihak pemberi jasa.

Berdasarkan uraian di atas, diperoleh informasi bahwasanya mutu layanan dan nilai pelanggan mampu memberikan dampak kepada rasa puasnya konsumen

di PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi. Berdasarkan kajian (Paputungan et al., 2022) hasil penelitiannya menyajikan bahwa mutu layanan dan nilai pelanggan memberikan dampak yang tajam kepada rasa puasnya konsumen PT. Telkom Kotamobagu. Melihat pentingnya mutu layanan dan nilai pelanggan pada kepuasannya, periset tertarik untuk mengkaji **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan oleh peneliti, maka dapat diidentifikasi masalah yang terjadi pada PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi sebagai berikut.

- a. Pelayanan yang belum maksimal terhadap pelanggan/*customer*, seperti tepat waktunya layanan yang berhubungan dengan masa tunggu dan proses dalam pemberian layanan pelanggan/*customer*.
- b. Estimasi pengiriman tidak sesuai dengan yang telah tertera di sistem, dalam sistem tertera estimasi normal pengirimannya yaitu 2- 3 hari, akan tetapi estimasi pengiriman yang terjadi melebihi dari 2-3 hari.
- c. Barang/paket yang telah diterima oleh *customer* dalam keadaan yang rusak atau kurang bagus serta masih belum ada respon tanggung jawab dari pihak perusahaan untuk menangani kerusakan barang/paket yang diterima oleh *customer*.

1.3 Pembatasan Masalah

Sesuai pada penjabaran identifikasi masalah, bahwasanya focus pada kajian ini yakni pada kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan sama halnya dengan data yang sesuai dengan topik kajian ini.

1.4 Rumusan Masalah

Berpacu pada latar belakang masalah, kajian ini memiliki rumusan masalah yakni.

- a. Apakah adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi?
- b. Apakah adanya pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi?
- c. Apakah adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka sasaran pada kajian ini yakni untuk menganalisa dampak dari.

- a. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi.
- b. pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi.
- c. Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi.

1.6 Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis :

Sebagai referensi dan pertimbangan literature serta diharapkan dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan akan wawasan, secara khusus pada manajemen pemasaran yang berhubungan dengan topik riset ini.

2) Manfaat praktis:

- a. Bagi penulis, dalam luaran kajian ini bisa menambah pengalaman dan sebagai kesempatan untuk menerapkan pengetahuan penulis tentang topik kajian ini.
- b. Bagi PT. Anugerah Bintang Sejahtera Abadi Banyuwangi, dalam luaran riset ini diharapkan mampu digunakan sebagai masukan untuk tahu akan pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki kinerja perusahaan.
- c. Bagi Universitas, dalam luaran riset ini diharap bisa menambah sumber referensi bagi para pengkaji selanjutnya dan menjadi pengetahuan tambahan spesifiknya pada bidang pemasaran, hingga bisa memberikan sumbangsih ilmiah dan secara empiris akan topik riset.