

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan saat ini menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Salah satu dunia usaha yang mempunyai persaingan tinggi adalah usaha dibidang jasa pengiriman, selain banyaknya jasa pengiriman yang ada saat ini dan banyaknya promosi yang gencar dilakukan oleh semua perusahaan jasa pengiriman tersebut, tak kalah banyaknya juga muncul jasa-jasa pengiriman seperti ojek online dan lainnya. Banyaknya jasa pengiriman membuat persaingan di bisnis jasa pengiriman menjadi semakin tinggi, dan dengan banyaknya bisnis ini bemunculan, maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih jasa pengiriman yang memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga dan kecepatan pengiriman yang menarik minat konsumen.

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi fokus dari setiap kegiatan usaha perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi setelah pembelian di mana apa yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan konsumen. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Sehingga keberhasilan perusahaan ditentukan oleh kepuasan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Ardhani (2007:157) menyatakan

kepuasan adalah kesan kerja dan harapan. Banyaknya organisasi pelayanan menitik beratkan pada kepuasan konsumen yang tinggi karena hal ini akan mengikat konsumen karena merasa puas akan pelayanan yang didapatnya. Salah satu syarat agar perusahaan menjadi sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti *servicescap* (lingkungan layanan), pelayanan dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen atas pilihan jasa yang akan digunakan.

Lingkungan layanan (*servicescape*) adalah salah satu unsur yang harus didayagunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tentram, dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi tersebut. Menurut Lovelock (2011:57) mendefinisikan *servicescape* atau lingkungan *service* sebagai gaya dan tampilan dari lingkungan fisik dan elemen-elemen pengalaman lainnya yang dirasakan oleh pelanggan di tempat pelayanan. Lingkungan layanan merupakan hal yang sangat penting bagi bisnis jasa karena berdampak langsung pada kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan menggunakan lingkungan layanan sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh perusahaan, dengan tujuan untuk membuat pelanggan merasa puas atas kualitas dan jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Faktor pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Peranan di bidang jasa pengiriman sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi semakin penting bagi masyarakat. Apabila

perusahaan menginginkan konsumen merasa puas perlu memperhatikan pelayanan yang akan diberikan. Menurut Lupiyoadi (2007:148) mengemukakan bahwa pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Meskipun jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi di dalam memberikan pelayanan kurang baik akan menyebabkan konsumen kurang terpuaskan. Akibatnya hilang kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, motivasi konsumen akan menurun dan konsumen akan beralih ke pesaing lainnya. Sebaliknya apabila strategi yang digunakan dalam pelayanan sudah tepat dan ditunjang dengan fasilitas dan kualitas layanan yang baik, maka dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Jasa Titipan JNE adalah perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi pelayanan jasa pengiriman mulai dari pengiriman sampai penerimaan barang yang dapat di tempuh melalui darat, laut dan udara. Jasa Titipan JNE merupakan singkatan dari Jalur Nugraha Eka yang beridiri di Pangkalpinang sejak tanggal 26 November 1990. Pada awal berdirinya Jasa Titipan JNE Pangkalpinang hanya melayani pengiriman secara domestik yang bekerja sama dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya, dikarenakan kebutuhan yang semakin meningkat akhirnya Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dapat melakukan pengiriman ke seluruh wilayah di Indonesia dan bahkan ke luar negeri. Jasa Titipan JNE Pangkalpinang berorientasi pada kepuasan konsumen yang siap melayani konsumen kapanpun termasuk hari libur nasional. Berikut ini data konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman pada kantor Jasa Titipan JNE Pangkalpinang bulan Januari - Desember 2016.

Tabel 1.1 Konsumen yang Melakukan Pengiriman pada Kantor Jasa Titipan JNE Pangkalpinang Bulan Januari - Desember 2016

No	Bulan	Jumlah Konsumen per Bulan	Jumlah Rata-rata Konsumen per Hari
1	Januari	865	29
2	Februari	798	27
3	Maret	853	28
4	April	688	23
5	Mei	739	25
6	Juni	872	29
7	Juli	884	29
8	Agustus	957	32
9	September	834	28
10	Oktober	863	29
11	November	813	27
12	Desember	742	24
TOTAL		9.908	330

Sumber: Jasa Titipan JNE Pangkalpinang (Diolah Peneliti, 2017)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terjadi naik turun jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman pada kantor Jasa Titipan JNE Pangkalpinang setiap bulannya. Pada bulan Januari jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 865 orang, bulan Februari jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 798 orang, bulan Maret jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 853 orang, bulan April jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 688 orang, bulan Mei jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 739 orang, bulan Juni jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 872 orang, bulan Juli jumlah konsumen yang datang langsung

melakukan pengiriman sebanyak 884 orang, bulan Agustus jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 957 orang, bulan September jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 834 orang, bulan Oktober jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 863 orang, bulan November jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 813 orang, bulan Desember jumlah konsumen yang datang langsung melakukan pengiriman sebanyak 742 orang.

Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu konsumen dalam memilih jasa pengiriman yang akan digunakan. Konsumen tentu saja akan kritis dalam memilih jasa pengiriman yang memberikan pelayanan terbaik dengan harga yang sesuai. Jasa Titipan JNE Pangkalpinang sendiri menetapkan biaya kirim bervariasi tergantung jarak, berat dan pilihan waktu pengiriman. Berikut daftar biaya kirim Jasa Titipan JNE Pangkalpinang :

Daftar Paket Pengiriman	Biaya Kirim (Kg)
YES	Rp. 26.000 – Rp. 31.000
REG	Rp. 20.000 – Rp. 28.000
OKE	Rp. 17.000 – Rp. 24.000

Sumber: Jasa Titipan JNE Pangkalpinang (Diolah Peneliti, 2017)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa ongkos kirim Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dengan paket pengiriman YES di kenakan biaya kirim sebesar Rp. 26.000 – Rp. 31.000, paket pengiriman REG di kenakan biaya kirim sebesar Rp. 20.000 – Rp. 28.000, dan paket pengiriman OKE di kenakan biaya kirim sebesar Rp. 17.000 – Rp. 24.000.

Konsumen dalam memilih jasa pengiriman melakukan evaluasi terhadap jasa tersebut antara yang diinginkan dengan kinerja yang dirasakan (pelayanan keseluruhan). Hal ini kemudian menghasilkan suatu sikap berupa kepuasan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan, persepsi pelayanan yang tinggi berarti konsumen merasa harapannya terpenuhi sehingga mempunyai persepsi yang positif terhadap jasa tersebut. Berikut ini data perbandingan pengiriman paket yang dikirim Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dan Tiki Pangkalpinang bulan Januari - Desember 2016.

Tabel 1.3 Perbandingan Pengiriman Paket Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dan Tiki Pangkalpinang Bulan Januari - Desember 2016

No	Bulan	Jumlah Pengiriman Paket JNE Pangkalpinang	Jumlah Pengiriman Paket Tiki Pangkalpinang
1	Januari	41.528	865
2	Februari	39.677	453
3	Maret	40.221	486
4	April	40.693	421
5	Mei	42.108	465
6	Juni	42.783	487
7	Juli	44.705	512
8	Agustus	40.628	532
9	September	40.362	419
10	Oktober	40.430	429
11	November	40.418	435
12	Desember	39.695	461
TOTAL		493.248	5.965

Sumber: Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dan Tiki Pangkalpinang (Diolah Peneliti, 2017)

Pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa terjadi naik turun jumlah pengiriman paket pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang setiap bulannya serta perbandingan

dengan Tiki Pangkalpinang. pengiriman paket pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang pada bulan Januari jumlah pengiriman paket sebanyak 41.528, bulan Februari jumlah pengiriman paket sebanyak 39.677, bulan Maret jumlah pengiriman paket sebanyak 40.221, bulan April jumlah pengiriman paket sebanyak 40.693, bulan Mei jumlah pengiriman paket sebanyak 42.108, bulan Juni jumlah pengiriman paket sebanyak 42.783, bulan Juli jumlah pengiriman paket sebanyak 44.705, bulan Agustus jumlah pengiriman paket sebanyak 40.628, bulan September jumlah pengiriman paket sebanyak 40.362, bulan Oktober jumlah pengiriman paket sebanyak 40.430, bulan November jumlah pengiriman paket sebanyak 40.418, bulan Desember jumlah pengiriman paket sebanyak 39.365.

Pra penelitian yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang bertujuan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut tabel hasil pra penelitian yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.

Tabel I.4 Hasil Pra Penelitian terhadap 20 Orang Konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.

NO	PERTANYAAN	JAWABAN		PERSENTASE (%)	
1	Apakah suasana pada kantor JNE Pangkalpinang terasa nyaman?	Ya	: 6	Ya	: 30%
		Ragu-ragu	: 5	Ragu-ragu	: 25%
		Tidak	: 9	Tidak	: 45%
2	Apakah dengan adanya tanda-tanda/ simbol-simbol/ papan informasi pada kantor JNE Pangkalpinang dapat memudahkan anda dalam melakukan pengiriman paket?	Ya	: 4	Ya	: 20%
		Ragu-ragu	: 5	Ragu-ragu	: 25%
		Tidak	: 11	Tidak	: 55%
3	Apakah layanan pada kantor JNE Pangkalpinang sesuai dengan standar pelayanan kepada konsumen?	Ya	: 3	Ya	: 15%
		Ragu-ragu	: 7	Ragu-ragu	: 35%
		Tidak	: 10	Tidak	: 50%
4	Apakah kantor JNE Pangkalpinang	Ya	: 7	Ya	: 35%

	memberikan layanan kepada konsumen dengan baik dan ramah?	Ragu-ragu	: 1	Ragu-ragu	: 5%
		Tidak	: 12	Tidak	: 60%
5	Apakah anda merasa puas dengan jasa pengiriman kantor JNE Pangkalpinang dan sesuai dengan harapan anda?	Ya	: 3	Ya	: 15%
		Ragu-ragu	: 4	Ragu-ragu	: 20%
		Tidak	: 13	Tidak	: 65%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 1.4 hasil pra penelitian terhadap 20 responden dimana pada pertanyaan pertama responden yang menjawab ya sebanyak 6, ragu-ragu sebanyak 5, tidak sebanyak 9. Pertanyaan kedua responden yang menjawab ya sebanyak 4, ragu-ragu sebanyak 5, tidak sebanyak 11. Pertanyaan ketiga responden yang menjawab ya sebanyak 3, ragu-ragu sebanyak 7, tidak sebanyak 10. Pertanyaan keempat responden yang menjawab ya sebanyak 7, ragu-ragu sebanyak 1, tidak sebanyak 12. Pertanyaan kelima responden yang menjawab ya sebanyak 3, ragu-ragu sebanyak 4, tidak sebanyak 13 responden.

Berdasarkan jawaban responden pada pra penelitian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan *servicescape*, pelayanan dan kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.

Berdasarkan uraian masalah telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan mengambil judul **“Pengaruh *Servicescap* dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang ?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang ?
3. Bagaimana pengaruh *servicescape* dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Selain keterbatasan waktu dan biaya, batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada variabel *servicescape*, pelayanan dan kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang. Penelitian ini dilakukan pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang yang beralamat di Jl. Ahmad Yani, No.69, Jalan Baru, Kel. Rawa Mangun, Kec. Taman Sari, Pangkalpinang. Waktu penelitiannya yaitu pada Januari 2017 sampai dengan selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran atau deskripsi tentang *servicescape*, pelayanan dan kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *servicescape*, terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *servicescape*, dan pelayanan secara simultan kepuasan konsumen pada Jasa Titipan JNE Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini mencakup berbagai macam manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah *servicescape*, pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Jasa Titipan JNE Pangkalpinang dalam meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Suatu karya ilmiah sangat memerlukan sistematika dalam penulisan. Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang masalah yang menjadi topik penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori definisi manajemen pemasaran, definisi *servicescape*, pelayanan dan kepuasan konsumen, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai, pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan variable penelitian, skala pengukuran variabel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan dan memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang diperoleh oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terkait.

