

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa disangkal telah mempercepat persaingan di dunia bisnis. Ini terlihat dari munculnya berbagai macam usaha baru yang dirintis oleh banyak orang di Indonesia, baik skala besar maupun kecil. Selain itu, perkembangan bisnis saat ini lebih terfokus pada bisnis yang memanfaatkan media sosial dan penjualan berbagai kebutuhan secara online.

Semakin maraknya *online shop* yang bermunculan, perlahan mengubah kebiasaan masyarakat yang biasa berbelanja di toko fisik beralih berbelanja pada *online shop*. Oleh karena itu, layanan pengiriman sangat diperlukan untuk mendukung kelancaran aktivitas jual beli online. Perusahaan jasa pengiriman membantu para pemilik toko online dalam mengirimkan pesanan kepada konsumen dengan aman. Jasa pengiriman dapat dianggap sebagai perantara atau penghubung antara pemilik toko online dan konsumen, baik yang berada dalam satu wilayah atau pulau maupun yang berbeda wilayah.

Perusahaan jasa logistik atau ekspedisi merupakan entitas bisnis yang berfokus pada penyediaan layanan pengiriman barang. Menurut Farid (2016), jasa pengiriman barang adalah sebuah badan usaha yang memiliki tujuan untuk memberikan layanan jasa kepada pelanggan. Proses pengiriman, pengangkutan, dan penerimaan barang dilakukan dengan menggunakan berbagai moda transportasi seperti darat, laut, dan udara, serta memerlukan manajemen dan koordinasi yang komprehensif untuk menjalankannya.

Dengan beragamnya jasa layanan pengiriman barang, masyarakat dapat mempertimbangkan berbagai jenis layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Memilih jasa pengiriman barang sangat penting dan harus sesuai dengan kriteria dan kategori yang diinginkan. Setiap individu membutuhkan pengiriman yang cepat dan aman untuk memastikan barang sampai di tempat tujuan tepat waktu. Dengan demikian, konsumen akan merasa puas ketika barang tiba tepat waktu di tangan penerima.

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau pelayanan salah satunya dipengaruhi oleh harga (Setiawan & Frianto, 2021). Harga berdampak pada puas atau tidaknya konsumen terhadap pelayanan yang mereka gunakan (Farahmida et al., 2023). Biaya dalam bentuk uang, waktu, usaha, nilai, dan harga adalah faktor-faktor yang tidak bisa dipisahkan dari daya tarik suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menentukan strategi harga yang sesuai dengan produk dan kemampuan mereka. Konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan, dan dengan memberikan harga yang tepat, perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. (Ningtiyas, 2019).

Faktor penting lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Cara perusahaan memperlakukan konsumen akan menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen. Keputusan konsumen untuk menggunakan kembali jasa pengiriman tersebut sangat dipengaruhi oleh kesan mereka terhadap pelayanan yang sebelumnya diberikan. (Ningtiyas, 2019). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah aspek penting bagi kesuksesan perusahaan karena berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Baik atau buruknya kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen. (Setiawan & Frianto, 2021).

Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2013). Kualitas pelayanan yang terbaik mampu mempertahankan dan tetapi menjaga kepercayaan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) Kepuasan pelanggan yang tercipta dapat memberikan manfaat seperti hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, pelanggan yang melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan.

Oleh karena itu, konsumen lebih cenderung memilih jasa pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan yang baik, menawarkan promosi, dan memiliki harga yang terjangkau. Ini memudahkan mereka dalam mendistribusikan barang jarak jauh dengan mudah. Artinya, kualitas yang baik

dinilai bukan dari perspektif perusahaan, tetapi dari sudut pandang konsumen. (Thalib & Wulandjani, 2021).

Dalam memberikan pelayanan, perusahaan harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang dikenal sebagai RATER untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Pertama, reliability (kehandalan) yaitu kemampuan memberikan jasa secara akurat dan memuaskan sesuai dengan janji yang diberikan. Kedua, assurance (jaminan) yaitu perilaku petugas yang membuat pelanggan merasa aman selama transaksi. Ketiga, tangible (bukti fisik) yaitu tampilan fisik yang menarik meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Keempat, empathy (empati) yaitu kemampuan untuk memahami kondisi emosional pelanggan. Kelima, responsiveness (cepat tanggap) yaitu kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan menyediakan jasa dengan cepat sesuai kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2015).

PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. PT TIKI merupakan perusahaan penyedia jasa pengangkutan/pengiriman barang menyelenggarakan usahanya dengan cara memberikan layanan pengiriman barang ke tempat tujuan dengan selamat dan tepat waktu tergantung dari pilihan layanan yang digunakan.

Jasa pengiriman TIKI merupakan perusahaan yang bergerak dalam di bidang jasa pengiriman barang (kurir) dan merupakan salah satu jasa pengiriman terbesar di Indonesia. TIKI berdiri pertama kali di Jakarta pada tahun 1970. Selain itu dalam segi pelayanan TIKI menyediakan beberapa layanan yang meliputi SDS (*Same Day Services*), merupakan layanan pengiriman yang membutuhkan kecepatan dalam pengiriman ke kota-kota besar diseluruh Indonesia. Karena hari ini anda kirimkan maka akan tiba pada hari yang sama, TDS (*Two dasy Service*), merupakan layanan yang mengirimkan barang dengan estimasi kedatangan barang lebih cepat dari dua layanan sebelumnya yakni hanya 2 hari saja. ONS (*Over Night Services*), produk ONS adalah kiriman yang hanya membutuhkan waktu 1 (satu) hari saja untuk pengantaran ketempat tujuan. REG (Reguler), Produk reguler menjangkau seluruh wilayah Indonesia hanya dalam waktu kurang dari 7 (tujuh) hari kerja. REG memberikan pelayanan pengiriman barang yang tiba di

tujuan antara 3 hingga 4 hari lamanya. ECO (Ekonomi), adalah layanan pengiriman paket super hemat yang ditawarkan oleh TIKI. TRC (*Trucking*), merupakan layanan pengiriman barang dengan pengiriman di atas 10 kg. Dan INT (Internasional), merupakan layanan pengiriman keseluruhan dunia dengan harga yang kompetitif.

Oleh karena itu, perusahaan harus terus mempertahankan kualitas pelayanannya dan segera merespons keluhan pelanggan. PT. TIKI selalu berusaha untuk cepat tanggap terhadap setiap keluhan dan menyelesaikan masalah secara tuntas dalam waktu singkat. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kesenjangan antara harapan konsumen dan layanan yang ditawarkan oleh PT. TIKI. (Sitio, 2019).

Namun kenyatannya pengiriman barang menggunakan jasa pengiriman TIKI tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. berdasarkan dengan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan pengguna TIKI, mengatakan bahwa dalam proses pengiriman barang sering terjadinya keterlambatan dikarenakan karyawan bagian pengiriman pelayanan hanya sedikit. Jika dilihat dari estimasi kedatangan, barang sampai ketangan konsumen selalu melebihi dari estimasi yang sudah diperkirakan. Selain itu tarif ongkos kirim yang terbilang relatif lebih murah dibandingkan dengan jasa pengiriman lain. Berikut ini perbandingan ongkos pengiriman dari berbagai jenis jasa pengiriman pada skala besar atau cargo yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Perbandingan Jasa Ongkos Kirim

Jasa Pengiriman	Kota Asal	Kota Tujuan	Layanan	Ongkos Kirim/10 kg	Estimasi
TIKI	Kuningan	Jakarta	TRC (Trucking)	Rp29.000	5 hari
JNE	Kuningan	Jakarta	JTR	Rp50.000	4-5 hari
JNT	Kuningan	Jakarta	FastTrack	Rp60.000	1-3 hari
SiCepat	Kuningan	Jakarta	Cargo	Rp50.000	2-4 hari
Ninja	Kuningan	Jakarta	JTR	Rp50.000	4 hari

Sumber: Ekpedisi TIKI, JNE, JNT, SiCepat, Ninja Kabupaten Kuningan

Berdasarkan data dari tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa harga ongkos kirim setiap jasa pengiriman cargo berbeda. TIKI sendiri memiliki harga sebesar

Rp29.000 untuk setiap per/10 kg dengan estimasi 5 hari, JNE dengan ongkos kirim Rp50.000 per/10 kg dengan estimasi 4-5 hari, J&T dengan ongkos kirim Rp60.000 per/10 kg dengan 1-3 hari, Sicepat dengan ongkos kirim Rp50.000 per/kg dengan estimasi 2-4 hari, dan Ninja dengan ongkos kirim Rp50.000 per/kg dengan estimasi 4 hari. Pada pengiriman barang oleh TIKI memiliki harga yang paling murah yang mana pada harga yang lebih murah akan memakan waktu sampai dengan estimasi yang lebih lama dibandingkan dengan jasa pengiriman yang memiliki harga lebih mahal karena memiliki estimasi sampai lebih cepat hanya 1-2 hari saja, sedangkan harga yang paling murah estimasi sampai sekitar 4-5 hari kerja.

Dibawah ini pengguna jasa kirim Cargo dari beberapa Jasa Pengiriman yang berada di Kabupaten Kuningan selama 3 bulan pada tahun 2023.

Tabel 1. 2
Pengguna Jasa Kirim Cargo Kabupaten Kuningan

Jumlah Pengguna	TIKI	JNE	J&T	SiCepat	Ninja
Agustus 2023	2.035	2.670	2.702	1.926	975
September 2023	1.452	2.992	2.814	1.782	1.070
Oktober 2023	1.115	2.944	3.052	1.584	1.095
Jumlah	4.642	8.606	8.574	5.259	3.140

Sumber: Ekpedisi TIKI,JNE,JNT,SiCepat,Ninja Kabupaten Kuningan

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa konsumen penggunaan JNE Cargo adalah pengguna paling banyak yaitu pada bulan Agustus sebanyak 2.670, bulan September sebanyak 2.992, dan bulan Oktober 2/944 dengan jumlah 8.606. Sedangkan menggunakan cargo paling sedikit adalah TIKI yaitu dengan pengguna pada bulan Agustus sebanyak 2.035, bulan September 1.452, dan bulan Oktober sebanyak 1.115 dengan jumlah keseluruhan sebanyak 4.642.

Berdasarkan hasil penelitian (Sari, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktarini (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh hasil kualitas pelayanan

memberikan pengaruh secara positif serta signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gojek di Kota Tangerang. Sedangkan harga memberikan pengaruh yang negatif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Gojek di Kota Tangerang.

Berdasarkan data yang disajikan di atas serta beberapa layanan yang dimiliki oleh TIKI yang telah disebutkan oleh peneliti, peneliti memutuskan untuk mengambil variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu harga dan kualitas pelayanan. Banyak penelitian telah membahas tentang jasa pengiriman barang, tetapi kebanyakan berfokus pada skala kecil. Sementara itu, penelitian tentang jasa pengiriman berskala besar, seperti kargo, masih jarang dibahas atau diteliti. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dalam bidang tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman TIKI di Kabupaten Kuningan (Survei Pada Barang Layanan Cargo)**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman TIKI di Kota Kuningan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman TIKI di Kota Kuningan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman TIKI di Kota Kuningan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen jasa pada pengiriman TIKI di Kota Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman TIKI di Kota Kuningan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman TIKI di Kota Kuningan

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman melalui cargo.

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Bagi TIKI

Penelitian ini diharapkan memberi bahan informasi yang bermanfaat untuk membantu dalam pengambilan kebijakan guna meningkatkan kepuasan konsumen

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai hasil dari pengamatan langsung serta memahami penerapan disiplin ilmu yang telah dipelajari selama masa studi di perguruan tinggi.