

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kota Bandung selalu dipenuhi kreatifitas dimana setiap harinya semakin beragam, sampai pada akhirnya banyak produk-produk baru yang dihasilkan, sehingga dapat menciptakan peluang bisnis baru dalam bidang titipan jasa atau pengiriman barang. Hal tersebut berawal dari berkembangnya arus perpindahan barang yang sudah semakin pesat dan kompleks. Sehingga bisnis titipan jasa pun semakin mengalami perkembangan.

Sifat umum dari penyelenggaraan Jasa Titipan (*Express Delivery Service*) adalah memperhatikan pengoperasian pelayanan yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan, perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman barang ini digunakan untuk menunjang kelancaran pendistribusian arus barang dan jasa dalam mendukung kompetisi yang sehat, menjaga konsistensi peraturan penyelenggaraan jasa titipan (*Express Delivery Service*), melindungi kepentingan pengguna jasa, menjamin perkembangan industri jasa titipan, kenyamanan masyarakat dan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat.

Penyelenggaraan jasa titipan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa dan atau menyampaikan titipan baik berupa barang ataupun dokumen tertentu, dan uang dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya. Perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman barang ini digunakan untuk menunjang kelancaran pendistribusian arus barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha.

Kita sadari bersama bahwa perusahaan yang bergerak dibidang ini sangat diperlukan dalam proses percepatan arus informasi dan penyampaian barang dari

produsen kepada konsumen. Jasa pengiriman paket merupakan bisnis. Bisnis jasa titipan barang yang sangat banyak pesaingnya. Hal ini seakan-akan menyiratkan bahwa setiap perusahaan harus mampu memberikan kualitas jasa yang memuaskan para pelanggannya. Dalam kondisi persaingan yang ketat ini tidak ada tempat bagi kesalahan (dalam artian penerapan dalam semua aspek strategi perusahaan). Bisnis pengiriman paket merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah atribut produk menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha.

Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang menyebabkan pelanggan memiliki informasi yang sangat lengkap tentang produk atau jasa yang akan digunakannya, dan juga dipengaruhi oleh semakin meningkatnya tingkat intelegensi pelanggan (sebagai dampak perkembangan di dalam hal pendidikan) sehingga pelanggan memiliki pengetahuan yang cukup dan tidak akan mudah terprovokasi. Selain itu bisnis jasa dalam hal ini yang bergerak dalam bidang pengiriman barang adalah bisnis yang langsung bisa dapat dirasakan oleh penggunanya atau pelanggan, sehingga bila pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan mereka akan berpindah ke perusahaan lain akibat dari ketidakpuasannya.

Dewasa ini seiring dengan berkembangnya pasar khususnya di Indonesia menjadi semakin meningkatnya tingkat kebutuhan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa ini. Mulai dari usaha mikro hingga makro berbondong – bondong mencari pelayanan jasa terbaik di negeri ini. Namun bertambahnya minat masyarakat pada pelayanan jasa titipan tidak mempengaruhi pendapatan yang di terima oleh PT. Indah Yatama Bandung oleh sebab itu pendapatan perusahaan jasa titipan barang khususnya PT. Indah Yatama Bandung cenderung fluktuatif menurun setiap bulannya Hal ini berdampak pada perusahaan yang sulit untuk meyakinkan kepada konsumen, dan menyebabkan perusahaan jasa PT. Indah Yatama Bandung mengalami permasalahan yang terkait pada jumlah penghasilan yang diterima dari pengiriman barang dari bulan mei sampai agustus yang mengalami penurunan secara fluktuatif sebagai berikut :



**Gambar 1.1 Pendapatan PT. Indah Yatama Bandung**

**Sumber: PT. Indah Yatama Bandung 2017 (diolah kembali)**

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa pendapatan yang diterima PT. Indah Yatama Prioritas Bandung terlihat fluktuatif yang cukup baik di bulan Agustus 2016 – April 2017, namun pada bulan Mei – Agustus mengalami penurunan yang drastis dari bulan ke bulannya di mulai dari penurunan bulan Mei menjadi Rp. 249,000,000, di bulan Juni menjadi Rp. 209,000,000, kemudian di bulan Juli menjadi Rp. 197,000,000, dan puncaknya pada bulan Agustus pendapatan yang diterima menjadi Rp. 134.,000,000

Hal seperti ini perlu dipertanyakan mengapa pendapatan yang diterima pada bulan Mei, Juni, Juli, dan Agustus bisa menurun drastis dibanding bulan—bulan sebelumnya, sedangkan apabila dilihat dari segi pelayanan jasa telah menunjang dengan berupa serangkaian pelayanan seperti *door to door service* dan jaminan untuk barang yang di antar ke tujuan sudah seharusnya mengalami peningkatan.

Dengan banyaknya persaingan bisnis jasa titipan barang maka persaingan kedepan akan lebih meningkat atau lebih cepat berubah sehingga peta permintaan akan jasa ini juga ikut berubah. Perusahaan menyadari bahwa konsumen banyak sekali

menemukan produk dalam setiap kategori serta memiliki beragam jenis, kualitas dan jasa yang ditawarkan. Ditengah pilihan yang begitu banyak, konsumen cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan, daya beli, dan harapan masing - masing konsumen. Keadaan ini menyebabkan persaingan dalam bisnis di bidang jasa semakin kompetitif.

Maka dari itu perusahaan bersaing dalam memberikan pelayanan yang ciri khas yang berbeda dengan kualitas terbaik yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Bandung diantaranya yaitu:

**Tabel 1.1 Data Pesaing Perusahaan Pengiriman Barang di Bandung.**

1.	PT. Pos Indonesia	15.	Tiki
2.	PT. Repax Perdana Internasional (FedEx)	16.	TAM Cargo
3.	CITO Ekspres/ PT. CitosaranaJasapratama	17.	Kerta Gaya Pustaka
4.	DAKOTA/ Domestik Cargo	18.	Mitra Wibowo
5.	Si Cepat	19.	DHL
6.	TNT/ PT. Skypak Internasional	20.	JET Express
7.	PT. Metro Tara/ MPS	21.	Cakrawala Parcel Service
8.	TAS Express	22.	PT. DPE/ Dokumen Parcel Express
9.	Wahana	23.	21 Express
10.	Leuwi Gajah Paket	24.	ESL Ekspres
11.	JNT Express	25.	UPS/ United Parcel Service

12.	PT. Pandu Siwi Sentosa	26.	Panca Lexindo Ekspres
13.	DFA Ekspres/ PT. Duta FaraAbadi	27.	JNE
14.	HPM	28.	Pahala Ekspres Delivery








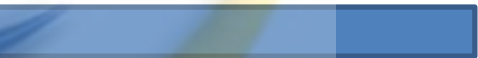




*Sumber : PT. Indah Yatama Bandung*

Berdasarkan data di atas, dari sekian banyak pelanggan PT. Indah Yatama Bandung pendapatan di perusahaan dari mei – agustus mengalami penurunan pendapatan. Untuk itu peneliti melakukan pra survey untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa dan *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Indah Yatama Bandung dengan responden sebanyak 30 pelanggan PT. Indah Yatama Bandung. Peneliti melakukan pra survey dengan pertanyaan sebagai berikut,

**Tabel 1.2**

**Pra Survey terhadap seberapa besar pengaruh Kualitas Jasa dan *Personal Selling* yang dipilih Pelanggan Untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan PT. Indah Yatama Bandung Tahun 2017**

<b>Kualitas Jasa</b>	
Kesesuaian barang yang dikirim atau diterima sesuai apa yang dijanjikan.	
Kecepatan proses penitipan barang di PT. Indah Yatama Bandung.	
Kecepatan karyawan dalam menangani masalah yang dialami konsumen.	
Kepastian yang diberikan mengenai jam keberangkatan atau kedatangan barang.	
Jaminan keamanan barang yang di berikan PT. Indah Yatama Bandung.	
Keamanan pada setiap alat transportasi barang yang ada.	

Pelayanan dalam mencatat dan menghitung jumlah barang titipan konsumen.	
Keramahan para karyawan PT. Indah Yatama Bandung.	
Kelengkapan fasilitas alat-alat yang digunakan PT. Indah Yatama Bandung	
Kebersihan area Penitipan barang di PT. Indah Yatama Bandung	
<b><i>Personal Selling</i></b>	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung selalu menghubungi calon pelanggan sebelum melakukan kunjungannya	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung sudah menetapkan layanan mana yang sesuai dengan calon pelanggan sebelum melakukan kunjungan	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung memahami semua layanan jasa pengiriman	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung dalam menyampaikan informasi mengenai layanan pengiriman barang dan mudah dipahami calon pelanggan	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung dapat menangani keberatan calon pelanggan	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung dalam menangani masalah pelanggan penuh kesabaran	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung selalu berusaha menutup penawaran dengan mendorong calon pelanggan untuk melakukan transaksi	
Marketing PT. Indah Yatama Bandung selalu menjaga hubungan baik	

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari 30 pelanggan yang memilih pengaruh kualitas jasa dan *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan, pada kualitas jasa terdapat penurunan yang signifikan yaitu pada pernyataan “Kecepatan proses penitipan barang di PT. Indah Yatama Bandung.” Hal tersebut menjadi permasalahan yang cukup penting bagi PT. Indah Yatama Bandung, karena kecepatan (*responsivnes*) menjadi salah satu faktor dalam penurunan pendapatan PT. Indah Yatama Bandung saat ini. Sedangkan pada bagian *personal selling* terdapat penurunan yang signifikan pada pernyataan “Marketing PT. Indah Yatama Bandung dapat menangani keberatan calon pelanggan.” Hal tersebut menjadi permasalahan yang cukup penting bagi PT. Indah Yatama Bandung, karena dalam mengatasi keberatan menjadi salah satu faktor dalam penurunan pendapatan PT. Indah Yatama Bandung saat ini.

Menurut **Kotler dan Keller (2012:42)** :

“Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected received*)”.

Jadi jika sekali saja perusahaan tersebut keliru dalam mengambil langkah strategis maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperbaikinya, karena kompetitor akan mengambil kesempatan dari kekeliruan tersebut dan memenangkan pangsa pasar. Semakin banyaknya pesaing atau pelaku bisnis yang bergerak di bidang yang sama membuat pelaku bisnis berebut pangsa pasar yang sama. Selain itu dewasa ini konsumen atau pelanggan menjadi lebih selektif terhadap preferensi produk atau jasa yang akan digunakan atau dikonsumsi.

Penilaian konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Apabila konsumen telah merasakan produk maupun jasa mempunyai kesan dan pengalaman yang tak terlupakan serta memberikan nilai tambah yang positif jika terwujud melalui

kualitas jasa. Namun akhir- akhir ini konsumen banyak memberikan keluhan kepada PT. Indah Yatama Bandung.

Salah satu cara untuk membuat keunggulan layanan jasa diketahui oleh calon pelanggan adalah dengan menggunakan tenaga *personal selling*. PT. Indah Yatama Bandung menggunakan *personal selling* dengan cara mengirimkan tenaga *personal selling* secara *door to door* ke setiap rumah dan perusahaan untuk menawarkan jasa pengiriman barang secara langsung kepada calon pelanggan. Saat ini terdapat keterbatasan jumlah tenaga kerja *personal selling* pada PT. Indah Yatama Bandung yaitu hanya 2 orang tenaga *personal selling*. *personal selling* diproyeksikan mengembangkan di 3 titik wilayah bandung (Bandung Barat, Bandung Tengah, dan Bandung Timur).



**Gambar 1.2 Peta Bandung Raya**

Sehingga *personal selling* merasa keberatan ketika pelanggan dan calon pelanggan menyampaikan permintaan lebih seperti memberikan promosi secara langsung. Keterbatasan waktu dan jumlah tenaga *personal selling* membuat kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Indah Yatama belum optimal untuk memperkenalkan dan memasarkan keunggulan produk jasa pengiriman barang yang ditawarkan perusahaan.



*Personal selling* yang kurang efektif dalam memasarkan dan memperkenalkan produk jasa pengiriman, dapat menyebabkan keinginan konsumen untuk mengirim barang berkurang. Menurut **Kotler & Keller (2012:128;)** *personal selling* mempunyai karakteristik yang sangat berbeda dengan alat promosi lainnya. Keunggulan utamanya adalah penjualan tatap muka yang melibatkan komunikasi langsung kepada calon konsumen yang potensial. Pesan penjualan dengan *personal selling* bisa membujuk konsumen dibandingkan dengan pengiklanan atau publisitas di media massa.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa titipan barang yang menyediakan sarana pengiriman paket yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah PT. Indah Yatama Bandung yang menyajikan pelayanan terbaik seperti memberikan opsi pengiriman melalui via darat, udara, dan laut. guna memenuhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. PT. Indah Yatama Bandung juga memberikan jaminan atau asuransi terhadap barang yang akan dikirimkan (apabila barang tersebut diasuransikan), sehingga konsumen tidak perlu cemas akan barang yang akan dikirim apabila terjadi sesuatu seperti kehilangan dan kerusakan karena pihak perusahaan akan mengganti barang tersebut sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, untuk mengetahui seberapa besar

**“Pengaruh Kualitas Jasa dan *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengiriman Barang di PT. Indah Yatama Bandung.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis telah membatasi masalah-masalah yang sesuai dengan data dan informasi yang di dapat dari objek penelitian. Masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas jasa dan *personal selling* terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan pengiriman barang PT. Indah Yatama Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada pengiriman barang di PT. Indah Yatama Bandung?

3. Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan pada pengiriman barang di PT. Indah Yatama Bandung?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana atribut produk dan *personal selling* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, sedangkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas jasa dan *personal selling* pengiriman barang di PT. Indah Yatama Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada pengiriman barang di PT. Indah Yatama Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa dan *personal selling* terhadap proses kepuasan pelanggan pengiriman barang PT. Indah Yatama Bandung.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang telah disajikan dalam bentuk laporan ini di harapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Bagi penulis, Dapat dijadikan sebagai gambaran dan menambah wawasan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas jasa dan *personal selling*, pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang.
2. Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi bagi perusahaan serta sebagai bahan penelitian dan bahan evaluasi akan pentingnya kualitas jasa dan *personal selling* bagi perusahaan yang dapat mengefektifkan pelaksanaan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

3. Bagi Pembaca, dengan adanya penelitian ini diharapkan pembaca dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat digunakan sebagai referensi dikemudian hari khususnya bagi mahasiswa dan mahasiswi.

### **1.5 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. Indah Yatama Bandung Jl. BKR No.55 Bandung pada bulan April hingga Juli 2017.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitiannya ini sistematika penulisan dibagi kedalam lima (5) bab, yang diuraikan sebagai berikut :

- BAB I** : Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Bab ini berisi tentang penjabaran teori dengan pokok permasalahan yang dipilih dan akan dijadikan sebagai landasan teori dalam penulisan skripsi ini. Bab ini juga memaparkan penelitian terdahulu yang mendorong untuk pembuatan penelitian selanjutnya, serta akan dijelaskan tentang kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.
- BAB III** : Bab ini menguraikan penjelasan tentang lokasi dan obyek penelitian, populasi dan sample, jenis dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan untuk mengelola data.
- BAB IV** : Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB V** : Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan saran – saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut.