

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan merebut pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin banyaknya pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka. Pada gilirannya, pemahaman tersebut dijadikan dasar dalam merancang strategi dan program pemasaran yang diharapkan dapat lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan yang dituju. Maka dari itu, perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memuaskan pelanggan sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada serta membawa dampak yang positif terhadap kemajuan perusahaan.

Jasa pengiriman barang atau disebut *freight forwarder* yaitu pengiriman barang dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah ke seluruh Indonesia. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen melalui

penawaran dengan memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan kepada para pelanggannya. Konsumen akan merasa puas jika suatu pelayanan jasa sesuai dengan harapan bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan.

Banyaknya jasa pengiriman barang di Indonesia sudah banyak sekali bermunculan dan saat ini cukup membantu masyarakat yang ingin menemukan layanan jasa pengiriman sesuai dengan keinginan berdasarkan harga, waktu atau lamanya pengiriman, tujuan pengiriman, jenis barang yang dikirim dan nama jasa perusahaan pengiriman. Salah satunya adalah PT. INDAH YATAMA AIR CARGO yang menawarkan jasa pengiriman barang, dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam bisnis jasa ini dibutuhkan fasilitas yang dapat memberikan kepuasan terhadap layanan jasa tersebut. Semakin bagus dan memuaskan layanan jasa di percaya akan mendapatkan kesuksesan dan keberhasilan dalam mendirikan usaha tersebut.

Menurut Philip Kotler dalam Fandy Tjiptono (2005;16) jasa didefinisikan sebagai: “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Dari definisi diatas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan

merupakan barang, akan tetapi jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak terwujud.

Untuk dapat menempatkan perusahaan di hati para pelanggan, perusahaan harus mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang harus dicapai dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya agar mereka merasa puas terhadap pelayanan jasa yang mereka rasakan.

Survei yang dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Fortune 500 menunjukkan bahwa 71% di antaranya berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu tantangan terbesar dalam 5 tahun ke depan, namun hanya 18% perusahaan yang memiliki program mapan untuk memantau kepuasan pelanggan. Kondisi serupa juga dijumpai di kawasan Asia, Australia, dan Selandia Baru. Sebagai Konsumen, kita tentunya bisa mengamati sekilas bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum sungguh-sungguh memantau dan menindaklanjuti kepuasan pelanggannya.

Dalam hal ini, yang dimaksud dengan pelanggan adalah “orang yang membeli atau menggunakan produknya dan merupakan orang yang berinteraksi dengan organisasi setelah proses menghasilkan produk/jasa” (Fandi Tjiptono, 2002: 128). Pelanggan harus dipuaskan, jika mereka tidak dipuaskan, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing. Makin banyak pelanggan yang meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak asing, penjualan perusahaan akan menurun yang akhirnya membuat laba perusahaan juga akan menurun. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan

menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industri, dan perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Sebagai pedoman sederhana, rumusan Richard L. Oliver bisa dijadikan acuan: “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya”. Dengan demikian, apakah seorang konsumen puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*perceived pervomance*) dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan dan apakah sang konsumen menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka konsumen itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (*delighted*).

PT. Indah Yatama Air Cargo adalah salah satu diantara perusahaan yang melakukan kegiatan jasa pengiriman barang. Perusahaan ini termasuk dari anggota Indah Group yang di dirikan oleh Bapak H. Arizal aziz pada penghujung tahun 2007, tepatnya pada tanggal 17 Desember 2007. Indah Group adalah kumpulan beberapa perusahaan yang seluruhnya bergerak dalam bidang usaha

jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh Propinsi dan Kabupaten yang ada di Indonesia, serta melayani pengiriman barang/dokumen ke Luar negeri.

PT. Indah Yatama Air Cargo berdiri kurang lebih 8 tahun pada tanggal 19 september 2011 di bekasi, dan pada tahun 2012 membuka cabang di pekanbaru. Perusahaan tersebut melengkapi layanan pengiriman barang yang sudah ada, PT. Indah Yatama Air Cargo menghadirkan keunggulan layanan via udara dengan jaminan kecepatan waktu pengiriman. Divisi ini juga melayani pengiriman barang mulai dari 1 kg, termasuk pengiriman dokumen dalam kota. PT. Indah Yatama Air Cargo merupakan agen resmi Garuda Indonesia, sehingga keamanan dan ketepatan waktu pengiriman barang via Udara menjadi lebih terjamin. PT. Yatama Air Cargo pun memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih via jalur layanan manakah yang akan mereka pilih untuk transportasi yang digunakan dalam pengiriman paket mereka. yaitu dengan 7 pilihan melalui layanan:

1. Transportasi Udara
2. Transportasi Laut
3. Transportasi Darat
4. Prioritas
5. Trucking
6. Cooler
7. Citi kurir

Dalam perkembangannya PT. Yatama Air Cargo berusaha untuk memberikan solusi pengiriman barang guna meningkatkan efektifitas, efisiensi dan produktifitas yang baik dalam suatu organisasi perusahaan. Berbagai upaya

dilakukan Yatama Air Cargo dalam meningkatkan pelayanan, diantaranya dengan didukung oleh para tenaga operasional yang profesional dan berpengalaman yang mempunyai kompetensi dalam bidangnya, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memahami bagaimana menjual jasa. Pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh konsumen, siapa saja yang menjadi konsumen, dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhannya (membeli), mengapa konsumen membutuhkan, bagaimana konsumen membeli, siapa yang terlibat dalam kegiatan pemasaran sudah menjadi prioritas bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan.

Hal yang melatarbelakangi permasalahan, bahwa berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan penjualan. Hasil survey di lapangan menunjukkan bahwa pada tiga tahun terakhir loyalitas pelanggan terhadap jasa pengiriman Yatama Air Cargo mengalami penurunan. Hal itu terbukti dengan menurunnya jumlah pelanggan, seperti yang ditunjukkan data pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 : Data Perkembangan Jumlah Pelanggan yang Menggunakan Jasa Pengiriman Barang PT Yatama Air Cargo

Bulan	Jumlah Pelanggan
2015	469.025
2016	462.600
2017	460.440

Sumber : PT. Indah Yatama Air Cargo, Tahun 2018

Dari data tersebut diatas, maka dilihat dari jumlah pelanggan yang setiap tahunnya mengalami penurunan yang berturut-turut, tentu saja tidak menguntungkan bagi kelangsungan hidup PT. Yatama Air Cargo Pekanbaru karena hal ini akan berdampak pada penurunan pendapatan. Hal tersebut juga tidak lepas karena adanya komplain dari para pelanggan yang menggunakan jasa PT. Yatama Air Cargo Pekanbaru. Data komplain yang masuk ke perusahaan selama tahun 2017 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 : Data Komplain PT. Yatama Air Cargo Pekanbaru selama tahun 2017

Bulan	Jenis keluhan			Jumlah
	kehilangan	keterlambatan	kerusakan	
Januari	2	2	2	6
Februari	2	6	3	11
Maret	1	2	2	5
April	2	-	-	2
Mei	-	3	2	5
Juni	2	2	2	6
Juli	3	4	-	7
Agustus	4	3	5	12
September	-	-	3	3
Oktober	1	1	-	2
November	1	4	2	7
Desember	3	1	1	5
Jumlah	21	28	23	

Sumber: PT. Yatama Air Cargo, Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas secara keseluruhan jumlah keluhan dari berbagai masalahnya PT. Yatama Air Cargo berjumlah 71 dengan keluhan tertinggi pada masalah keterlambatan mencapai 28. Masalah yang terjadi banyaknya pelanggan yang protes pada keterlambatan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan janji (*reliability*) yang diberikan oleh perusahaan, selain itu adanya keluhan dari

pelanggan yang tidak merasa puas atas ketidaksigapan (*responsiveness*) karyawan dalam melayani pelanggan. Perusahaan menerima banyak keluhan dari pelanggan via SMS seperti barang yang hilang, rusak, pecah (*assurance*) namun tidak ditanggapi dengan serius oleh perusahaan sehingga mengurangi ketidaknyamanan terhadap pelanggan dan juga masalah lain adanya karyawan yang melempar tanggung jawab/melimpahkan pekerjaan kepada karyawan yang lain ketika pelanggan membutuhkan bantuan dari karyawan (*emphaty*) dan juga kelengkapan fasilitas (*tangible*) dalam ruang tunggu tidak bersih dan penampilan karyawan yang tidak rapi. Keadaan ini mempengaruhi jumlah pelanggan dalam Tiga tahun terakhir yang tidak stabil. Apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan pelanggan maka juga mempengaruhi jumlah target penjualan sehingga pendapatan dari tahun ke tahun tidak dapat mencapai target yang ditetapkan.

Tentunya juga menjadi pertanyaan mengapa bisa sampai begitu banyaknya keluhan yang diterima. Keluhan dari para pelanggan akan selalu ada bila tidak ada perbaikan dalam pelayanan PT. Yatama Air Cargo. Akibat lebih jauh, pelanggan akan berpindah ke pesaing yang lebih baik dalam melayani pelanggannya. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap jasa layanan Iklan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Untuk mengetahui siapa saja yang menjadi kompetitor dari PT. Indah Yatama Air Cargo dalam menarik konsumen, seperti yang ditunjukkan data pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3 : Nama-Nama Perusahaan Pesaing / Kompetitor PT Indah Yatama Air Cargo

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	PT. Eka Sari Lorena Express	Jalan soekarno hatta, Arengka
2	PT. TAM Cargo	Jalan angkasa gang mushola
3	PT. Titipan Kilat Riau	Jalan Majalengka
4	PT. Jalur Nugraha Ekakurir	Jalan Sisingamangaraja
5	PT. Riau Lingga Indrasakti	Jalan Merpati belakang UIN Susqa
6	PT. Bina Mitra Wibhawa	Jl Sisingamangaraja 3 Pekanbaru
7	PT Elteha International Ltd	Jl Jend A Yani 108 Pekanbaru
8	PT Esa Putra Primajasa	Jl Dahlia 13 Pekanbaru
9	PT Garukartama Megah	Jl Jend Sudirman 125-B Pekanbaru
10	PT Gerta Gaya Pustaka	Jl Kuini 15 Pekanbaru

Sumber: PT Indah Yatama Air Cargo, Tahun 2018

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa perusahaan pesaing untuk perusahaan PT Indah Yatama Air Cargo itu sendiri merupakan perusahaan yang sangat kompeten dalam menjalankan bisnisnya, terbukti bahwa dari segi image yang melekat pada perusahaan itu sendiri sudah membuktikan bahwa perusahaan tersebut pantas dijadikan kompetitor bagi PT. Indah Yatama Air Cargo agar bisa mencapai tujuan serta memperoleh kesuksesan seperti pesaingnya.

Dari uraian di atas dapat di tarik sebuah fenomena yang terjadi di dalam permasalahan tersebut, yaitu:

1. Hasil di lapangan menunjukkan bahwa pada tiga tahun terakhir 2015-2017 pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. Indah Yatama Air Cargo mengalami penurunan dikarenakan kurang puasnya pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.

2. Kurangnya kepercayaan masyarakat pada jasa pengiriman barang karena masih sering dijumpai keluhan-keluhan.
3. Kurangnya perhatian yang dilakukan oleh petugas pelayanan pengiriman barang.
4. keterlambatan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
5. Semakin banyaknya persaingan dibidang jasa pengiriman barang yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan.

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas dari permasalahan yang ada jelas bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman paket di PT. Indah Yatama Air Cargo masih kurang memuaskan. Sehingga penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan ini lebih dalam. Sehingga penulis memutuskan untuk memilih judul: “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PT. INDAH YATAMA AIR CARGO PEKANBARU”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi di latar belakang, penelitian ini untuk mengetahui keinginan pelanggan jasa PT. Indah Yatama Air Cargo dengan mengukur tingkat kepuasan konsumennya berdasarkan persepsi konsumennya. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

”Bagaimanakah Kepuasan Konsumen pada PT. Indah Yatama Air Cargo Pekanbaru?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen pada PT. Indah Yatama Air Cargo Pekanbaru.

2. Manfaat penelitian

- a. Guna teoritis, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi dan data sekunder bagi kalangan akademis yang akan melakukan penelitian dalam topik yang sama. Serta daribhasil penelitian ini juga diharapkan dapat memacu perkembangan ilmu administrasi.
- b. Guna praktis, hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi perusahaan dalam hal kepuasan pelanggan.
- c. Guna akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat di jadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu administrasi, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya.