

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dijaman yang semakin modern, tidak dapat dipungkiri bahwa pengiriman jasa sangat dibutuhkan oleh para konsumen, kebutuhan pengiriman barang juga sangat dibutuhkan oleh setiap pebisnis. Semakin meningkatnya bisnis online yang bermunculan maka semakin banyaknya pelaku bisnis menggunakan jasa pengiriman barang untuk sampai ketempat tujuan, tidak hanya pebisnis tetapi seseorang sangat membutuhkan jasa pengiriman barang. Seseorang dapat berbelanja dengan mudah melakukan belanja online atau melakukan kegiatan sehari-hari dengan online. Dengan demikian aktifitas tersebut dapat mudah dilakukan, oleh karena itu seseorang tidak bisa dapatkan atau membeli hanya di satu daerah saja. Tetapi kendala dari semua itu adalah jarak antara sumber barang dengan pelanggan sehingga menyita waktu cukup banyak jika seseorang melakukan aktivitas pembelian seorang diri. Maka konsumen berfikir untuk menggunakan jasa pengiriman barang agar mudah untuk mendapatkan barang dari sumber dimana barang itu berada dan sampai barang itu ketempat tujuan.

Banyaknya perusahaan jasa yang berkembang pesat di dalam negeri maupun di internasional, persaingan menjadi yang terbaik adalah hal mutlak untuk dilakukan agar perusahaan dapat bertahan. Kebutuhan pengiriman barang saat ini sudah menjadi kebutuhan utama bagi setiap bisnis dalam hal ini mengakibatkan konsumen dapat memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan

pelayanan terbaik dan harga yang terjangkau. Banyaknya bisnis jasa yang tidak terlepas dari persaingan, menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut, setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggan, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa pengiriman barang yang dapat dipercaya, dikarenakan persaingan yang ketat dalam bisnis ekspedisi (jasa pengiriman barang).

Para pelaku bisnis menjadi lebih bersemangat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, berbagai jenis model pengiriman barang yang ditawarkan dari segi level pengiriman tercepat sampai dengan level pengiriman standar, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dengan pendistribusian secara baik sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan dapat memiliki daya saing yang cukup tinggi di bandingkan dengan pesaing lainnya.

Jasa pelayanan PT. Garuda Tama Indonesia telah mencangkup wilayah Nasional, sehingga dibutuhkan pelayanan yang maksimal demi menjaga keunggulan kompetitif. Perusahaan harus mampu memberikan promosi yang lebih menarik dan melayani dan menyediakan sesuai pelanggan agar dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya, seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, Wahana Logistik, Indah Logistik dan lain-lain. Perusahaan Garuda Tama harus memperhatikan faktor ancama dari competitor, yaitu dari segi harga yang diberikan konsumen dapat bersaing. Pesaing jasa pengiriman barang atau *Brand Kompetitor* seperti Pos Indonesia, JNE, Indah Logistik, dan sebagainya yang juga semakin gencar mempromosikan jasanya untuk selalu

memenangkan persaingan. Dibawah ini *kompetitor* produk *brand* jasa pengiriman barang

Tabel 1.1

Nama-nama Brand Perusahaan Jasa Pengiriman Barang

No	Nama	Jumlah Cabang
1	Pos Indonesia	4800
2	JNE	400
3	Indah Logistik	257
4	First Logistics	150
5	Pandu Logistik	150
6	TIKI	65
7	Wahana Logistik	44
8	Garuda Tama Logistik	34

Sumber : *Peneliti 2018*

PT. Garuda Tama Indonesia adalah salah satu produsen penyedia jasa pengiriman barang yang sudah memiliki 34 kantor cabang di Indonesia. Dari data tabel 1.1 diatas Brand yang paling unggul adalah Pos Indonesia setelah itu JNE, Indah logistic, First logistic, Pandu logistic, TIKI, kemudian Wahana Logistik. Garuda tama secara brand belum mampu bersaing dengan brand-brand competitor. Untuk dapat bersaing dengan brand-brand ternama, PT. Garuds Tama berusaha menambah Kantor Cabang agar pelanggan dapat dengan mudah mencari, sebagai bagian dari pelayanan konsumen. PT. Garuda Tama berusaha dalam meningkatkan promosi dengan melakukan promosi

media cetak maupun media online dengan desain yang menarik sehingga brand PT. Garuda Tama Indonesia dapat di ingat di masyarakat.

PT. Garuda Tama Indonesia merupakan perusahaan dibidang jasa logistic yang berdiri pada tahun 2011, perusahaan ini mengkhususkan dalam pelayanan domestik pengiriman cargo di wilayah Indonesia, PT. Garuda Tama Indonesia perusahaan yang mempunyai filosofi "amanah" dimana filosofi tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan Garuda Tama Indonesia mampu menjaga dan melindungi setiap pengiriman barang yang dipercayakan pada PT. Garuda Tama Indonesia dari satu tempat ke tempat lain dengan tepat dan yang pasti cepat dan tepat, dan dapat dipercaya sehingga membuat pelanggan dapat memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman barang di PT. Garuda Tama Indonesia.

Menurut teori secara umum Kepuasan pelanggan merupakan tahap yang paling menentukan bagaimana kualitas suatu perusahaan jasa tersebut dapat dikategorikan sangat memuaskan atau tidaknya. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempertahankan konsumen agar tetap memilih perusahaan itu kembali. PT Garuda Tama memiliki suatu pelayanan yang baik dengan standar pelayanan yang cepat dan handal , harga yang terjangkau untuk setiap pelanggan serta ketepatan waktu dalam pengiriman barang ke konsumen yang dituju dapat memberikan kepuasan bagi seseorang pelanggan dan memberikan efek positif ke perusahaan dengan mendapatkan kepercayaan yang akan menghasilkan laba ke perusahaan tersebut. Dengan banyaknya perusahaan jasa ini maka timbulah suatu

persaingan antar perusahaan jasa. Berikut adalah tabel penjualan jasa pengiriman barang selama 2015, 2016 dan 2017 pada PT. Garuda Tama Indonesia.

Tabel 1.2
Total Pendapatan Tahun 2015-2017
Pada PT. Garuda Tama Indonesia

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Kenaikan (Rp)	Penurunan (Rp)	Presentase (%)	
					Naik	Turun
1	2015	13.000.000.000				
2	2016	12.000.000.000		1.000.000.000		8,3%
3	2017	9.000.000.000		3.000.000.000		33.3%

(Sumber : Managng Director PT. Garuda Tama Indonesia.)

Dari tabel 1.2 diatas terjadi penurunan penjualan pada PT. Garuda Tama Indonesia sebanyak 33,3% pada akhir tahun 2017. Karena ditahun 2017 PT. Garuda Tama Indonesia tidak mengevaluasi harga dan kalah bersaing dengan harga kompetitor. Dalam posisi ranking website Garuda Tama mengalami kendala penurunan dikarenakan pada tahun 2017 Garuda Tama sedang melakukan evaluasi websitenya.

Kualitas Pelayanan yang menjadi poin utama dalam jasa pengiriman ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu akan membuat konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Sikap atau cara karyawan PT. Garuda Tama Indonesia dalam melayani pelanggan secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan. Kualitas Pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia dengan berupa karyawan yang

berpenampilan rapih, sopan dan bersih. Dan karyawan melakukan komunikasi yang baik dalam melayani pelanggan. Untuk mencapai tingkat keunggulan layanan, setiap karyawan PT. Garuda Tama Indonesia harus memiliki keterampilan khusus yang diantaranya memahami harga jasa secara mendalam, bersikap ramah dan bersahabat, menunjukkan komitmen dan perhatian pribadi dalam melayani pelanggan. menurut teori yang ada kualitas pelayanan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas Pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi untuk memenuhi keinginan yang ada. Menurut teori yang ada kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Ketepatan Waktu adalah merupakan salah satu kegiatan yang sangat menentukan sebuah kepercayaan suatu perusahaan jasa kepada konsumen. Dimana pengiriman yang sudah meraka jadwalkan harus sesuai dengan jadwal yang mereka tentukan, dan apabila terjadi keterlambatan satu hari dari jawal, maka akan menimbulkan hasil yang negative terhadap perusahaan jasa, diantaranya tingkat kepercayaan konsumen berkurang karena tidak tepatnya barang yang konsumen titip kepada jasa logistik untuk di kirim ke konsumen lainnya.

Ketepatan waktu pengiriman PT.Garuda Tama Indonesia mempunyai beberapa faktor diantaranya adalah jarak tempuh, mode tranportasi pengiriman, dan banyaknya kurir yang dimiliki. PT Garuda Tama Indonesia yang bergerak dibidang jasa ekspedisi untuk melayani pengiriman barang dan penerimaan barang dari ke berbagai

kota/kabupaten/kecamatan di seluruh Indonesia. Dalam menjalankan bisnisnya walaupun banyak memiliki pesaing PT. Garuda Tama Indonesia tetap memberikan yang terbaik, salah satunya dari segi ketepatan waktu dimana barang yang dikirimkan sesuai estimasi. Oleh karena itu dalam jasa pengiriman barang ketepatan waktu pengiriman barang menjadi suatu faktor yang harus di perhatikan ketika PT Garuda Tama Indonesia memilih bekerja sama dengan pihak penyedia jasa transportasi yang membantunya mengirim barang ke seluruh Indonesia, seperti halnya mereka memilih transportasi cargo jalur laut dan udara, serta jalur darat. Dan mereka juga harus memikirkan faktor cuaca dalam pengiriman, dikarenakan faktor tersebut juga sangat berpengaruh dengan ketepatan barang bisa sampai ke tangan konsumen. Menurut teori yang ada ketepatan waktu dalam adalah kemampuan supplier mengirim tepat waktu dengan lot pengiriman kecil. Hal ini dapat dinilai dari jarak antara penyedia jasa dengan perusahaan, kapasitas barang dan kemampuan historis mereka dalam mengirim tepat waktu.

Harga pun menjadi salah satu perlu di pertimbangkan oleh konsumen dalam menarik minat beli sebuah jasa, perbedaan kemampuan daya beli pada setiap orang membuat adanya kelompok konsumen sensitif terhadap harga. Dalam menentukan harga dapat menimbulkan adanya persaingan bisnis, dimana untuk mendapatkan pelanggan yang banyak maka, PT. Garuda Tama Indonesia harus memberikan harga yang mampu bersaing. PT. Garuda Tama Indonesia ditahun ini sudah mengevaluasi harga yang lebih murah dibandingkan ditahun sebelumnya, Menurut teori yang ada,

harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk dan jasa.

Dibawah ini beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Garuda Tama Indonesia. Penelitian sebelumnya masih ada perbedaan hasil mengenai konsumen.

Tabel 1.3
Tabel Riset GAP

Variabel	Peneliti	Hasil penelitian
Kualitas Layanan (X1)	Irma Ayu Noeraini (Mei 2016)	Kualitas Layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
	Irawati dan Hery Syahrial (Mei 2015)	Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
Ketepatan Waktu (X2)	Aminah, Yudi Rafani, Hariyani (September 2017)	Ketepatan Waktu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
	Nova, Anggo, Dini (November 2016)	Ketepatan Waktu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan
Harga (X3)	Irma Ayu Noeraini (Mei 2016)	Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
	Ana Fitriyatul Bilgies (April 2016)	Harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

(Sumber : Diolah peneliti 2018)

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. GARUDA TAMA INDONESIA JAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia ?
2. Apakah Ketepatan Waktu berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia ?
3. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia ?

1.3 Pembatasan Masalah

1. Maka dengan Keterbatasan waktu dan dana peneliti hanya membahas mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Garuda Tama Indonesia.
2. Penelitian ini dilakukan hanya di PT. Garuda Tama Indonesia pada cabang Jakarta.

1.4 Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan perusahaan PT. GarudaTama Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan perusahaan PT. Garuda Tama Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Garuda Tama Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik ingin meneliti dengan topik maupun objek yang sama.

2. Bagi Akademik

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Bakti kepada perguruan tinggi Universitas Satya Negara Indonesia pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada Khususnya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman barang dan harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat mengenai rencana skripsi yang meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini membahas tentang pengertian Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga. Hubungan antar variable, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, desain penelitian, hipotesis, variabel dan skala pengukuran, metode pengumpulan data, jenis data, populasi dan sampel, metode analisis data yang digunakan analisis deskriptif, uji instrument (uji validitas, uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskeditas, uji autokorelasi), uji hipotesis (uji korelasi, uji regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi.)

BAB IV : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran saran, sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitin selanjutnya.

