

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang perusahaan dihadapkan pada persaingan bisnis yang tajam. Semua aktivitas di perusahaan diarahkan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.¹ Menurut Ika yang mengutip dari Mari Elka Pangestu seorang mantan menteri ekonomi dan pariwisata mengatakan industri jasa sangat berpotensi dalam hal meningkatkan ekonomi di Indonesia. Sektor jasa berkontribusi dalam meningkatkan PDB (produk domestik bruto) nasional yang menambah lapangan pekerjaan, dan mengurangi angka kemiskinan sehingga industri jasa sangat berpeluang dan berkontribusi besar di Indonesia ketika dapat dikelola dengan baik dan sesuai prosedur.²

Perkembangan bisnis yang pesat memiliki dampak bermunculannya usaha baru dan meningkatnya usaha dari berskala kecil sampai dengan usaha besar hal tersebut juga dialami dan mendorong perusahaan jasa kurir tumbuh berkembang pesat dan meningkatnya jumlah pengiriman barang. Perusahaan jasa kurir dapat membantu pelaku bisnis dalam hal mengirimkan barang kepada pelanggan. Dengan adanya peningkatan perkembangan di jasa kurir membuat cepatnya perusahaan dalam memperluas pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.³

Di Indonesia banyak sekali yang menyediakan jasa kurir seperti perusahaan TIKI, Pahala Express, Indah Logistik,

¹ Andi Sularso dan Imam Suroso, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo", *Jeam*, Vol XIV (2015) - 15 Desember, 2019 - <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1591>

² Ika, "Industri Jasa Berpotensi Besar Terhadap Peningkatan Ekonomi Indonesia", Universitas Gajah Mada, 9 februari 2020, <https://ugm.ac.id/id/berita/11510-industri-jasa-berpotensi-besar-terhadap-peningkatan-ekonomi-indonesia/> .

³ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa", *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, no.2 (2016) - 17 Desember, 2019 - <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/73>

JNT, JNE, POS, ESL, Sicepat, Wahana, dan lain sebagainya. Karena dengan banyaknya perusahaan tersebut, tiap perusahaan berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada pelanggannya agar pelanggannya menjadi puas.⁴ Pada perusahaan kurir yang sudah lama berdiri wajib menjaga asetnya dan mempertahankan yang sudah baik serta melakukan inovasi supaya pelanggan tidak beralih ke jasa kurir lainnya. Dan perusahaan kurir yang baru memasuki hiruk-pikuknya dunia kurir wajib memiliki inovasi dan strategi bagus untuk bisa bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis kurir.

Dengan adanya persaingan yang ketat para pelaku bisnis terutama jasa kurir berlomba-lomba memberikan yang terbaik kepada pelanggannya untuk mendapatkan kepuasan pelanggannya. Dalam hal ini Fajar Laksana berargumen bahwa kunci dalam memenangkan persaingan bisnis yaitu perusahaan diharuskan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Jika sebuah kepuasan sudah terpenuhi, pelanggan akan menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan sehingga dapat mempromosikan perusahaan kepada pelanggan yang lain.⁵

Besarnya daya tarik pelanggan dan minat pelanggan menggunakan jasa kurir baik dari perusahaan ataupun perseorangan merupakan suatu hal yang menjanjikan di bisnis kurir ini. Begitu halnya yang dilakukan PT Pos Indonesia (Persero) dimana Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang sudah berdiri sejak zaman kolonial Belanda dan sudah terkenal lebih dahulu seantero Indonesia dan dunia.⁶ Pada PT JNE pun yang salah satu perusahaan swasta yang cukup terkenal dan cabangnya sudah masuk ke pelosok Indonesia serta awal mula berdiri dari usaha logistik luar negeri sehingga tidak usah heran jika sudah mampu dan profesional

⁴Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa", *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, no.2 (2016) - 17 Desember, 2019 - <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/73>

⁵Fandy Tjipono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 26.

⁶Pos Indonesia, *Laporan Tahunan 2019* (Bandung: PT Pos Indonesia Persero, 2019), <http://drive.google.com/file/d/1UgAcKv15doLV0LAFxU2B7vsT2wYA7Of/view>.

dalam kurir dalam dan luar negeri.⁷ Kedua perusahaan ini sangat dikenal masyarakat Indonesia karena dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya salah satunya dari pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan perusahaan dengan menciptakan suatu strategi secara langsung yang melibatkan pelanggannya secara langsung dan dapat memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan yang diterima pelanggan.⁸ Dalam Islam, kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan syariat Islam tersirat dalam al-Qur'an ayat 267, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (al-Baqoroh ayat 267).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebuah pelayanan yang baik harus berkualitas, tidak boleh memberikan pelayanan yang buruk dan tidak berkualitas kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan dan kelemahan mengenai layanan perusahaan ketika terjadi interaksi langsung dengan karyawan perusahaan.

⁷ “JNE,” Wikipedia”, diakses pada 9 Maret, 2020. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/JNE>.

⁸ Saffira Dwi Meiliani dan Ati Mustikasari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Jasa di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung”, *Jurnal E-Proceeding Of Applied*, no.3 (2016) - 19 Desember, 2019 - <https://openlibrary.telkomuniversitas.ac.id/pustaka/files/144684>

Harapan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka dikatakan efektif dalam kualitas layanan di perusahaan. Harapan tersebut mampu memberikan hubungan perusahaan dengan semua pelanggannya menjadi harmonis dan loyal terhadap perusahaan. Hal tersebut terbukti ketika pelanggan melakukan minat pembelian ulang, merekomendasikan produk perusahaan dari mulut ke mulut dengan adanya hal tersebut akan menjadi baik reputasi perusahaan di hadapan pelanggan, dan dapat meningkatkan keuntungan pada perusahaan.⁹

Tak hanya kualitas pelayanan yang Islami saja yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk puas dan tidak puas mengenai jasa yang diberikan, tetapi dari segi fasilitas yang disediakan pun bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhinya. Fasilitas salah satu komponen terpenting di perusahaan jasa. Pada fasilitas yang ada harus dipertimbangkan baik buruknya karena yang berhubungan langsung dengan apa yang dirasakan pelanggan¹⁰ Presepsi jasa dapat dipengaruhi oleh suasana dalam membentuk kesan dalam eksterior dan interior fasilitas jasa. Presepsi tersebut dapat menciptakan kesan aman dan percaya dikalangan pelanggan.¹¹

Jasa pengiriman paket tidak terlepas dengan harga pengiriman paket itu sendiri, faktor penentu utama permintaan pasar adalah harga. Adanya permintaan pasar adanya pula kepercayaan dan kepuasan masyarakat dalam memperoleh jasa pengiriman paket. Harga juga mempunyai pengaruh dalam persaingan antar perusahaan. Jadi, tak heran jika dalam harga mempunyai pengaruh terhadap pendapatan perusahaan.¹²

⁹ Achmad Fuat Khamali, dkk "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia Cabang Solo", *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, no. 2 (2018) - 19 Desember, 2019 -

<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/3007>

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 157.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 159.

¹² William J. Stanton dan Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran Edisi ke tujuh Jilid 1, Glora Aksara Pratama*, Erlangga, 1991, 306.

Dari lima tahun terakhir kepercayaan penggunaan jasa pengiriman paket semakin meningkat. Data jasa kurir lima tahun terakhir dalam tabel dibawah ini yaitu:¹³

Tabel 1.1 Top Brand Index Kurir Indonesia

No	Nama Jasa Kurir	TOP BRAND INDEX				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	JNE	43,5%	47,6%	49,4%	45,0%	26,4%
2	POS	6,7%	9,6%	8,4%	11,6%	5,4%
3	TIKI	36,2%	35,7%	34,7%	13,6%	12,6%
4	J&T	-	-	-	13,9%	20,3%
5	DHL	2,1%	1,3%	1,3%	3,5%	3,8%

Sumber: (www.topbrand-award.com) tahun 2015 sampai 2019

Pada tabel 1.1 memaparkan bahwa brand PT Pos Indonesia (Persero) selama 5 tahun terakhir selalu menduduki peringkat ke empat dan PT. JNE menduduki peringkat pertama selama 5 tahun terakhir. Prosentase jasa kurir pada tabel 1.1 terlihat nilai prosentasenya mengalami peningkatan dan penurunan tiap tahun, salah satu faktornya yaitu kemampuan perusahaan menjalankan perusahaan dengan baik dan penjualan produk jasa pengiriman paket pada periode waktu belakangan ini yaitu pada tahun 2015 sampai 2019 pada PT Pos Indonesia (Persero) dan PT JNE.

Setelah melakukan observasi, penulis tertarik dan ingin mengetahui lebih mengenai kualitas pelayanan, fasilitas dan harga jasa pengiriman paket pada perusahaan jasa layanan paket yaitu PT Pos Indonesia (Persero) dan PT JNE khususnya di Kota Kudus. PT Pos Indonesia (Persero) merupakan pelopor pertama jasa pengiriman paket dimana

¹³ “<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses pada 9 Februari, 2020.”

seluruh masyarakat Indonesia dan di kota Kudus sedangkan PT JNE merupakan perusahaan pengiriman jasa terbaik versi Top Brand yang sudah tidak diragukan lagi eksistensinya di masyarakat luas khususnya masyarakat Kudus. Penulis memilih Kota Kudus karena banyak dari masyarakat kudus yang menggunakan jasa kurir. Di perusahaan kurir masih terdapat masalah-masalah yang membuat penurunan pengiriman yang diakibatkan berkurangnya rasa puas pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan pelanggan PT JNE Cabang Kudus. Penurunan pengiriman barang karena masih ada komplain pelanggan. Komplain pelanggan terdapat juga pada penilaian pelanggan di google lokasi perusahaan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan penilaian pelanggan di google lokasi perusahaan PT JNE Cabang Kudus. Pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus komplain baik mengenai kualitas pelayanan seperti pengiriman paket yang melebihi dari estimasi sampai, fasilitas yang sama kurang inovasi dari tahun-ketahun, perubahan harga.¹⁴ Pada PT JNE Cabang Kudus beberapa komplain baik mengenai kualitas pelayanan seperti pegawai kurang ramah, fasilitas yang ada tidak dimanfaatkan dengan baik seperti mesin tiket, harga jauh lebih mahal dari harga yang dicek pelanggan melalui tarif paket di google dengan harga yang di cek teller.¹⁵

Dalam penelitian ini tidak serta merta mengabaikan jurnal pendukung. Jurnal yang digunakan sebagai acuan yaitu *pertama*, jurnal dari Kadek Ari Dwi Divayana dan Gede Bayu Rahanatha dengan judul “Studi Komparasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (PT. BPR Mertha Sedana dan PT BPR. Mas Giri Wangi)” pada tahun 2018, menunjukkan dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Mertha Sedana dan PT BPR Mas Giri Wangi, pengaruh ini terlihat semakin baiknya kualitas pelayanan dimata nasabah. serta memiliki perbedaan kualitas pelayanan terhadap kepuasan antara PT. BPR Mertha Sedana dan PT BPR Mas Giri Wangi, letak

¹⁴ Google Maps, Kantor Pos Kudus, diakses pada 24 Maret 2020, <https://maps.app.goo.gl/zVv329RAfr3BS3Vlk6>

¹⁵ Google Maps, JNE Sub Agen Cabang Kudus, diakses pada 24 Maret 2020, <https://maps.app.goo.gl/tJSrwP2S5rsdWF9o7>

perbedaannya terlihat pada item variabel empati dan keandalan. *Kedua*, jurnal dari Daddy J. Lumenta, Silvy L. Mandey, dan Rotinsulu Jopie J. dengan judul “Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado” pada tahun 2014, menyebutkan terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Pos Indonesia (Persero) Manado hal ini dapat dilihat dari persepsi pelanggan Pos Manado dan meyakinkan pelanggan Pos Manado jika perusahaan mampu memberikan yang harga dan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sesuai harapan dan impian pelanggan. *Ketiga*, jurnal dari Hanna Ester Novia dan Endang Sutrisna yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi di Pekan Baru (Studi PT JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru)” pada tahun 2017, menyebutkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE Pekanbaru maksudnya PT JNE Pekanbaru dapat memberikan yang terbaik dalam kualitas pelayanan dan harga sehingga menumbuhkan kepuasan pelanggan. *Keempat*, jurnal dari Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz yang judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang)” pada tahun 2018, menyebutkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi juga.

Mengenai masalah yang sudah dipaparkan dan jurnal terdahulu yang dipakai menjadi acuan dimana penelitian penulis terdapat perbedaan dengan jurnal terdahulu, sehingga penulis menginginkan melakukan penelitian mengenai variabel bebas (kualitas pelayanan islami, fasilitas dan harga) yang dapat mempengaruhi variabel terikat kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) dan PT JNE di Cabang Kota Kudus serta penulis juga meneliti apakah terdapat perbedaan variabel bebas (kualitas pelayanan islami, fasilitas dan harga) terhadap variabel bebas (kepuasan

pelanggan) antar kedua jasa kurir yaitu PT Pos Indonesia Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Komparasi PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus).”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus?
2. Adakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus?
4. Adakah terdapat perbedaan pengaruh kepuasan pelanggan antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?
5. Adakah terdapat perbedaan pengaruh fasilitas antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?
6. Adakah terdapat perbedaan pengaruh harga antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dan PT JNE Cabang Kudus.

4. Untuk mengetahui perbedaan pengaruh kepuasan pelanggan antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?
5. Untuk mengetahui perbedaan pengaruh fasilitas antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?
6. Untuk mengetahui perbedaan pengaruh harga antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus dengan PT JNE Cabang Kudus?

D. Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pelayanan, dan fasilitas dan harga yang diberikan baik di PT Pos Indonesia (Persero) maupun di PT JNE Cabang Kudus.
2. Dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang perbandingan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga antara PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kudus maupun di PT JNE Cabang Kudus.
3. Dapat menambah referensi bagi mahasiswa untuk penelitian lain, dan sebagai penunjang untuk melanjutkan penelitian yang lain.
4. Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan informasi untuk dipertimbangkan instansi dan dapat dijadikan bahan untuk menyusun strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penelitian ini yaitu:

a. Bagian Awal

Berisi halaman judul, pengesahan, pernyataan, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

b. Bagian Isi

BAB I

:PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI

Berisi berbagai teori penelitian dari teori kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan kepuasan pelanggan, beberapa penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi jenis dan pendekatan penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, jenis metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam penelitian, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum objek penelitian, memaparkan statistik deskriptif variabel, menjelaskan hasil analisis data dan menjawab hipotesis penelitian, dan pembahasan hasil analisis penelitian.

BAB V :PENUTUP

Berisi kesimpulan penelitian dan saran yang membangun.

c. Bagian Akhir

Berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.