

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk lebih *creative* dan berinovasi. Khususnya dalam persaingan industri jasa mengalami peningkatan yang sangat pesat jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, misalnya jasa transportasi, rumah sakit, perbankan, ekspedisi. Setiap perusahaan perlu mengetahui pentingnya untuk mementingkan pelanggan dalam kelangsungan sebuah perusahaan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan yang menjual produk. Disamping itu kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak bisnis *online* yang bermunculan. Seseorang dapat berbelanja atau melakukan aktifitas sehari-hari secara *online*. Dengan demikian aktifitas yang dilakukan seseorang dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan praktis. Bisnis jasa saat ini sangat dibutuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas konsumen sehari-hari.

Persaingan dalam bisnis jasa pengiriman barang semakin ketat dan terbuka lebar untuk pendatang baru dalam bisnis ini. Bisnis *online* berkembang pesat memicu tumbuhnya perusahaan ekspedisi lokal diantaranya yang bersaing dalam ekspedisi lokal yaitu Pos Indonesia, JNE, J&T, TIKI, Pandu Logistik, dan Wahana. Perusahaan ternama tersebut saat ini berlomba-lomba mengungguli pangsa pasar yang sebagian besar dikuasi oleh perusahaan asing. Hal ini tidak menutup kemungkinan keberadaan PT. Pos Indonesia yang merupakan salah satu

badan usaha milik negara bersaing dengan bermunculannya jasa ekspedisi milik swasta. Seperti persaingan di sekitar lokasi penelitian yaitu di Kecamatan Klakah yang marak saat ini antara Kantor Pos milik Pemerintah dengan jasa pengiriman milik Swasta yaitu JNE dan J&T.

JNE merupakan perusahaan dalam bidang kurir ekspres dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resmi adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE) tetapi namanya telah terkenal dengan nama JNE. Perusahaan ini salah satu perusahaan kurir terbesar di Indonesia. JNE didirikan sejak tanggal 26 November 1990. Pusat kegiatan usahanya yaitu penanganan kegiatan kepabean, impor kiriman barang, dokumen, serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. JNE berkomitmen memberikan layanan yang terbaik. Standar JNE, kalau sampai perusahaan asuransi tidak membayar klaim sesuai hari yang ditentukan, JNE bersedia menggantikan dengan membayar klaim konsumen. Satu lagi layanan inovatif dari JNE, *Pesona*. *Pesona* adalah pesanan oleh-oleh Nusantara. Setiap orang bisa saling mengirimkan makanan khas daerah tertentu ke sanak keluarga di daerah lain. JNE banyak melakukan inovasi-inovasi unggul lainnya. JNE sekarang membuka bisnis baru yakni *trucking*. *Trucking* adalah layanan pengiriman barang-barang kebutuhan pokok. Layanan *trucking* ini dilengkapi dengan GPS agar terpantau. JNE juga bekerjasama dengan perusahaan pengiriman barang, UPS. Konsumen bisa mengirimkan barang ke luar negeri lewat UPS ini. Disisi lain jasa pengiriman ini salah satunya berada di wilayah desa Klakah, Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur. Dibukanya cabang dari JNE tersebut menambah persaingan bisnis dalam jasa ekspedisi. Namun berbeda dengan PT. Pos Indonesia yang mendominasi konsumen. JNE setidaknya

memberikan warna dalam pelayanan yang baik serta inovasi yang unggul dalam berbagai hal terkait jasa pengiriman.

Selain ada jasa Jne ada juga jasa J&T, J&T dikenal sejak 20 Agustus 2015. J&T Express merupakan Perusahaan layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express adalah perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya, mereka menawarkan kelebihan berupa jemput barang. Sehingga para pelanggan tidak perlu mendatangi kantor J&T jika ingin mengirimkan barang. Cukup menghubungi pihak J&T, melalui aplikasi berbasis android, maka petugasnya akan datang untuk menjemput barang yang akan dikirim. Untuk urusan biaya kirim sepertinya tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya. Namun mungkin karena masih baru sehingga cakupannya belum seluas JNE atau POS Indonesia yang tersedia bahkan di pelosok-pelosok. Hadir sebagai perusahaan express baru di Indonesia, J&T Express siap melayani Indonesia untuk mendapatkan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya. Meskipun merupakan pemain baru di bidang express, J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan express yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium. Disisi lain jasa pengiriman ini salah satunya berada di wilayah desa Klakah, Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur. Dibukanya cabang dari J&T tersebut menambah persaingan bisnis dalam jasa ekspedisi. Namun berbeda dengan PT. Pos Indonesia yang mendominasi konsumen. J&T setidaknya memberikan warna dalam pelayanan yang baik serta inovasi yang unggul.

Sama halnya dengan PT. Pos Indonesia dalam memberikan pelayanan juga berusaha yang terbaik untuk masyarakat yaitu dengan mendirikan Kantor Pos di hampir setiap kecamatan di Indonesia. Hal ini dimaksudkan untuk lebih mendekati masyarakat yang membutuhkan sarana komunikasi seperti mengirimkan surat dan mengirim paket ke kerabat dan sahabat yang jauh atau pun dekat. Dengan perkembangan teknologi yang sekarang, kantor pos mengembangkan fungsi menjadi lebih luas lagi, seperti menerima *western union*, pembayaran listrik, dan telepon.

Kantor pos mengembangkan fungsinya adalah untuk menyikapi masalah dari dampak kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Kantor pos menambahkan fungsi di bidang keuangan, seperti bayar tagihan kartu kredit, mobil, motor, pesan tiket kereta, bayar pajak. Oleh karena itu, kantor Pos yang bergerak dibidang jasa juga harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik.

“Jasa merupakan suatu tindakan yang tidak mengakibatkan suatu kepemilikan apapun, sifatnya tidak berwujud, dalam penyampaiannya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan barang” (Suparyanto dan Rosad, 2015:126).

Kita dapat mengetahui bahwa setiap perusahaan harus dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri dan mendapatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan itu sendiri terhadap perusahaan kita. Untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan bukanlah usaha yang mudah, tetapi bukan merupakan sesuatu yang tidak mungkin. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan loyalitas kepada pelanggan melalui lokasi usaha yang strategis dan jasa yang berkualitas dengan kepuasan yang dirasakan.

Semua aktivitas perusahaan diarahkan untuk meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dibentuk dengan memberikan layanan yang baik, dan mempertimbangkan lokasi yang strategis. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan cara memberikan layanan yang baik pada saat penjualan maupun saat layanan purna jual. Pelayanan berkualitas yang diberikan dengan baik akan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa dihargai keberadaannya. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Ratnasari dan Aksa (2011:117) mengemukakan “pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan”.

Selain kualitas pelayanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah masalah lokasi yang merupakan tempat dimana suatu usaha dioperasikan. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:14) “lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha. Sehubungan dengan itu seorang pengusaha tidak dapat mengabaikannya. Banyak usaha yang sukses dijalankan di tempat tertentu, tetapi usaha yang sama terbukti gagal jika dilaksanakan ditempat lainnya. Tempat tertentu akan sangat sesuai untuk suatu jenis usaha, tetapi tidak sesuai untuk jenis usaha yang lainnya”.

Kepuasan pelanggan harus disertai dengan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan yang diperoleh. Sedangkan loyalitas berkaitan

dengan apa yang dilakukan pelanggan setelah berinteraksi dalam proses layanan. Seluruh kegiatan yang dilakukan pelanggan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) “secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

Loyalitas pelanggan tentu diperlukan sebuah perusahaan untuk bisa tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Bagi perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, akan menganggap bahwa pelanggan adalah nyawa atau kehidupan perusahaannya, terutama pelanggan yang loyal harus tetap dijaga dan dimanjakan agar tidak berpaling ke perusahaan lain. Sementara itu, loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa didefinisikan oleh Bendapudi dan Berry dalam (Tjiptono dan Diana, 2015:211) sebagai “respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis”.

Penelitian tentang kualitas layanan dan lokasi pernah diteliti oleh beberapa peneliti, diantaranya adalah Diasari dan Oetomo (2016) meneliti tentang “Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menjadi pelanggan di PT. Pos Indonesia Cabang Taman Apsari Surabaya yang jumlahnya tidak teridentifikasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan metode sampling aksidental. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner

dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan metode analisis data menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: 1) harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, 2) produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, 3) kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, 4) harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan, 5) produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan, 6) kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Sementara itu Haromain dan Suprihhadi (2016) juga meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Ahass Z618 Surya Agung Motor Bangkalan Madura. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah melakukan servis di Ahass Z618 Surya Agung Motor Bangkalan Madura dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*. Adapun teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan model penelitian layak dilanjutkan pada analisa berikutnya. Hasil ini didukung dengan perolehan koefisien korelasi sebesar 65,3% yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas layanan, harga, dan lokasi masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian dari negara lain yang dipublikasikan secara internasional dilakukan oleh Kishada dan Wahab (2015) dengan judul *“Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Perbankan Islam Malaysia. Metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data. Komponen utama yang digunakan dalam analisis data terhadap 100 survei pelanggan. Hipotesis diuji dengan melakukan analisis regresi. Hasil menunjukkan bahwa hanya satu yaitu variabel kepuasan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Penelitian dari negara lain yang dipublikasikan secara internasional juga dilakukan oleh Saleem dkk, (2017) dengan judul *“Service Quality and Student Satisfaction: The Moderating Role of University Culture, Reputation and Price in Education Sector of Pakistan”*. Informasi dan data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan survei dari institusi pendidikan tinggi Pakistan dengan menggunakan teknik convenience sampling. Temuan menunjukkan bahwa dengan efek moderat budaya universitas, reputasi universitas dan harga, institusi pendidikan tinggi dapat lebih signifikan mencapai kepuasan siswa. Budaya universitas secara positif memperkuat kualitas layanan untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan siswa, sementara reputasi harga dan universitas memperkuat hubungan dalam arah negatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah tempat dan periode penelitian. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah di Kantor Pos Klakah yang berada di Jl. Raya Klakah No.144 Klakah Lumajang. Peneliti tertarik untuk mengambil topik tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan karena ingin mengetahui lokasi yang dipilih dalam menjalankan usaha dengan melihat lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dan juga ingin mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pos dengan melihat keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik sehingga para pelanggan akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Sedangkan alasan pemilihan objek penelitian pada Kantor Pos Klakah karena peneliti ingin mengetahui penerapan kualitas pelayanan dan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau untuk memuaskan pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka peneliti mengambil judul sebagai berikut “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Kantor Pos Klakah di Lumajang.

1.2 Batasan Masalah

Agar dapat memudahkan pembahasan dalam penelitian ini perlu diadakan pembatasan masalah untuk menghindari adanya pembahasan dan persepsi yang berbeda dari pembaca, adapun masalahnya adalah:

- a. Penelitian ini merupakan penelitian dibidang pemasaran jasa.
- b. Penelitian ini berfokus pada pokok bahasan tentang kualitas pelayanan, lokasi, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- c. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Kantor Pos Klakah di Lumajang.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang didukung dengan beberapa penelitian sejenis maka perumusan masalah yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- b. Apakah terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan lokasi yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- d. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- e. Apakah terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- f. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan lokasi yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- g. Apakah terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- e. Untuk mengetahui pengaruh lokasi yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- f. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan lokasi yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?
- g. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Klakah di Lumajang?

1.5 Kegunaan Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan menguji kembali pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan, lokasi, kepuasan dan loyalitas sehingga dapat diketahui apakah hasilnya dapat memperkuat atau justru melemahkan hubungan antar variabel penelitian.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Kantor Pos Klakah

- a) Memberikan informasi mengenai tingkat kualitas pelayanan dan lokasi yang dimiliki perusahaan saat ini.
- b) Dalam rangka memenuhi kepuasan dan loyalitas pelanggan maka dapat diketahui faktor apa saja yang masih perlu diperbaiki dan dikembangkan oleh perusahaan tersebut.

2) Bagi Pelanggan Kantor Pos Klakah

Sebagai bahan masukan untuk mempertimbangkan tentang kualitas layanan dan lokasi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap jasa ditawarkan.

3) Bagi peneliti

Penelitian ini disamping sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana stara satu di Sekolah Tiinggi Ilmu Ekonomi di Widya Gama Lumajang, penelitian ini juga diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas layanan, lokasi, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4) Bagi peneliti lain

Sebagai bahan masukan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian yang sejenis terhadap variabel kualitas layanan dan lokasi, serta variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada tempat dan periode yang berbeda.