BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang semakin pesat dibandingkan dekade sebelumnya membuat perkembangan bisnis dibidang pengiriman jasa membawa dampak yang sangat positif. Saat ini sektor jasa pengiriman barang dibutuhkan oleh perdagangan barang dan manufaktur. Hal ini terjadi karena masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih suka berbelanja secara online daripada pergi ke toko untuk membeli barang yang dibutuhkan. Tren inilah yang membuat toko-toko online seperti tokopedia, shopee, lazada, olx dan bukalapak bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut toko-toko online bekerjasama dengan perusahaan penyedia jasa pengiriman dalam membantu pendistribusian barang-barang tersebut agar sampai ke tangan pelanggan dengan cepat, aman serta memastikan barang yang dikirimkan sampai pada tempat dan waktu yang tepat.

Melihat keadaan ini, perusahaan penyedia jasa pengiriman dituntut untuk dapat memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan. Pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan bervariasi antara lain ada yang menawarkan tujuan pengiriman ke dalam kota, luar kota bahkan hingga ke luar pulau. Ini menjadikan persaingan antar perusahaan

penyedia jasa pengiriman semakin ketat. Untuk mengatasi hal tersebut maka dibutuhkan strategi yang matang agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan. Cara yang dapat ditempuh yaitu dengan menerapkan konsep pelayanan yang tepat artinya pelayanan yang diberikan perusahaan harus berkualitas sesuai ekspektasi yang diharapkan atau melebihi ekspektasi yang diharapkan pelanggan.

Perusahaan sudah memberikan pelayanan yang berkualitas, maka akan tercipta kepuasan bagi pelanggannya. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan setelah pelanggan menggunakan layanan jasa perusahaan tersebut kemudian pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diterima dengan ekspektasi yang diharapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan yang sama.

Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan yang matang melalui pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan tujuan mempertahankan pelanggan dan mampu bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat

memperbaiki citra perusahaan dimata masyarakat luas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan. Dimensi kualitas jasa dapat dijadikan sebagai pedoman untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dalam kerangka perencanaan strategis perusahaan. Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, maka akan terjadi kepuasan pelanggan.

Industri jasa, kepuasan pelanggan merupakan salah satu penilaian penting yang tidak bisa di anggap remeh begitu saja. Hal inilah yang diupayakan semua perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas sedangkan jika pelayanan yang diberikan dibawah ekspektasi yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kurang puas atau tidak puas dan akan menceritakan ketidakpuasannya tersebut kepada orang lain yang nantinya akan berdampak buruk bagi citra perusahaan dimata masyarakat luas (Lupiyoadi, 2013:219).

Ketidakpuasan pelanggan ini akan menimbulkan dampak jangka panjang seperti pendapatan perusahaan yang menurun drastis yang disebabkan oleh hilangnya pelanggan karena pelanggan beralih ke perusahaan pesaing yang dianggap dapat memberikan pelayanan yang jauh lebih baik. Demikian dapat terjadi karena kualitas pelayanan pada dasarnya memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Hubungan ini yang akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk

selalu menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan yang nantinya akan memberikan kesan yang dapat menempatkan perusahaan di hati pelanggan.

Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman adalah CV.Vatfrilla Sukses Jaya Blitar. CV.Vatfrilla Sukses Jaya Blitar harus selalu melakukan pengukuran kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pengukuran ini dilakukan dengan tujuan yaitu pertama, untuk meminimalisir masalah yang terjadi di dalam perusahaan dan kedua, sebagai langkah ke depan yang ditempuh perusahaan dengan merencanakan strategi untuk kelanjutan hidup perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil judul : Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar.

B. Permasalahan

Perusahaan diharapkan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya karena ini merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menarik pelanggan. Namun, dalam praktek dilapangan masih ditemui kendala-kendala yang memunculkan pendapat pelanggan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar kurang berkualitas. Pendapat para pelanggan tersebut dibuktikan oleh penulis melalui survey pendahuluan yang dilakukan dengan melibatkan pelanggan CV. Vatfrilla

Sukses Jaya Blitar yang pernah melakukan pengiriman lebih dari 3 kali. Melalui hasil survey tersebut didapatkan dua permasalahan yang mayoritas dialami oleh pelanggan CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar yaitu penanganan transaksi di CV.Vatfrilla Sukses Jaya Blitar kurang tepat dan kurang teliti serta minim dalam memberikan jaminan keamanan paket pada saat pengiriman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang dan permasalahan diatas maka rumusan masalah yang harus diidentifikasi adalah bagaimana menganalisis kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang baik guna meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi CV. Vatfrilla Sukses Jaya Blitar

   Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan pada perusahaan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik lagi sehingga pelanggan merasa puas.

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang berguna serta menambah pengalaman yang bermanfaat sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

   Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi dalam penelitian dengan tema yang sejenis.

4. Bagi STIEKEN Blitar

   Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan ilmu pengetahuan dan pemahaman studi mengenai kualitas pelayanan.