

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perdagangan bebas sekarang ini, banyak perusahaan baik itu perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa menyatakan bahwa tujuan perusahaan mereka adalah memberikan kepuasan kepada konsumen. Cara perusahaan mengungkapkan hal tersebut sangat beragam, seperti : “Konsumen adalah Raja, Kepuasan Konsumen adalah tujuan kami”, dan masih banyak lagi yang lain.

Tujuan yang paling penting di sini adalah bahwa kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) tidak jadi slogan saja., tapi harus dilaksanakan secara efektif atau diwujudkan secara nyata, karena itu proses melayani konsumen menjadi sangat penting. Konsumen sebagai penerima jasa, setiap kali mereka berinteraksi dengan orang maupun fasilitas yang memberikan service padanya. Hasilnya bisa positif, negatif, atau netral tergantung dari pengalaman (*experiences*) yang mereka terima. Dari *experiences* yang diterima akhirnya mereka dapat menilai apakah mereka merasa puas atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak penyaji jasa (*service provider*)

Menurut **Philip Kotler**, dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Pemasaran “, dapat diartikan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan

apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Dalam maknanya yang utuh, diketahui bahwa masing-masing produk memiliki kemampuan yang berbeda dalam memuaskan kumpulan kebutuhan. Tinggal bagaimana, manajemen pemasaran melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang mencakup barang dan jasa yang tergantung pada pertukaran dan dengan tujuan menghasilkan pihak-pihak yang terlibat. Di mana menurut *Kotler* kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Memberikan yang terbaik merupakan salah satu syarat agar perusahaan dapat berhasil dalam pemasaran yang berorientasi pada hubungannya dengan konsumen. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, CV Super Perdana Palembang dalam hal ini tentu tidak terlepas dari kegiatan memberikan pelayanan kepada konsumen. Keterlibatan konsumen sangat mempengaruhi proses produksi daripada jasa itu sendiri, karena pada dasarnya kegiatan pelayanan jasa pengiriman di Sumatera Selatan sebenarnya cukup memberikan harapan yang besar bagi perusahaan pengiriman untuk memperoleh laba yang cukup besar.

Berikut ini dapat di lihat data perusahaan untuk melihat pendapatan jasanya selama tiga tahun terakhir :

TABEL 1.1
VOLUME PENJUALAN
CV SUPER PERDANA
Tahun 1999 s.d. 2001

No	Tahun	Target Penjualan (Rp)	Penjualan (Rp)	% Perubahan
1	1999	1000.000.000	846.425.000	-
2	2000	1.000.000.000	831.765.000	(1,73)
3	2001	1.000.000.000	798.249.000	(4,03)

Sumber Data : CV Super Perdana

Dari tabel terlihat bahwa pendapatan pada perusahaan ini mengalami penurunan dari tahun ke tahun, dan karena itu dicoba mencari tahu sebab penurunan dari volume penjualan tersebut. Di mana jika dibandingkan dengan harga yang diterapkan oleh perusahaan selama ini relatif murah jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini

TABEL 1.2
PERBANDINGAN TARIF HARGA PERKILOGRAM
Periode bulan November 2001
(Dalam Rupiah)

Perusahaan	Jenis Barang			Keterangan
	Klontongan	Barang elektronik	Alat Teknik	
1. CV Super	275	250	225	Palembang-Jakarta
2. CV Multijaya	300	325	250	Palembang-Jakarta
3. CV Dwijaya	350	275	300	Palembang-Jakarta

Sumber Data : CV Super Perdana

Dari tabel tersebut di atas jelas bahwa penurunan pendapatan bukan disebabkan oleh tarif pengiriman yang ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu dicoba menganalisis dari segi kepuasan pelanggan atau konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini.

Berdasarkan latar belakang inilah, maka dicoba untuk mengambil judul :

"Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Jasa Kiriman pada CV Super Perdana cabang Palembang"

B. Perumusan Masalah

Berbagai perusahaan terus menerus berusaha untuk meningkatkan pelayanan mereka dari para pesaing dan juga terus memikirkan keistimewaan dan manfaat baru untuk memenangkan perhatian dan minat para konsumen yang kaya

pilihan dan hemat. Sehubungan dengan itu maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan CV Super Perdana kepada para pembeli ?
2. Faktor-faktor apa yang memberi kepuasan konsumen dalam memakai jasa di CV Super Perdana ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen merupakan ekspresi konsumen terhadap layanan keseluruhan yang diberikan oleh CV Super Perdana mulai dari proses pengiriman barang sampai barang tersebut tiba di tempat tujuan, maka diadakan pengamatan terhadap sejauh mana penilaian konsumen tentang jasa perusahaan.

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Perilaku penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan CV Super Perdana Palembang
- b. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa angkutan di CV Super Perdana Palembang.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga dalam mengimplementasikan pengetahuan teoritis yang sudah diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan .

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam merencanakan kebijaksanaan dimasa yang akan datang, terutama dalam sistem pelayanan.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan gambaran tentang mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam memakai jasa pengiriman barang.

D. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada CV Super Perdana yang terletak di jalan Segaran No. 80 Palembang. Penulis memilih penelitian di perusahaan ini dengan alasan CV Super Perdana cabang Palembang belum pernah diteliti.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu dengan memusatkan penelitian secara mendalam pada perilaku konsumen, dalam hal ini kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kiriman pada CV Super Perdana Palembang.

3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan diperoleh dari :

a. Penelitian lapangan

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer, melalui :

1). Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan melalui pimpinan perusahaan dan responden.

2). Kuesioner

Dilakukan dengan membuat suatu daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang akan diteliti. Setiap pertanyaan yang telah disediakan jawabannya dan responden memilih jawaban yang sesuai dan relevan bagi responden sendiri.

b. Penelitian Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data-data sebagai landasan perbandingan melalui buku-buku, diktat-diktat, majalah-majalah dan tulisan-tulisan ilmiah lainnya dalam ruang lingkup penulisan skripsi ini.

4. Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah purposive sampling, yaitu dengan cara memilih responden dari CV Super Perdana yang sering menggunakan jasa ekspedisi, yaitu sebanyak dua kali dalam satu minggu di mana responden dianggap mewakili seluruh populasi.

Agar sampel yang diambil dapat memberikan hasil yang akurat, maka dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 orang. Metode tersebut dipilih dalam penentuan sampel penelitian ini karena :

- a. keterbatasan waktu penelitian
- b. keterbatasan biaya dalam melakukan penelitian ini

5. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa kiriman CV Super Perdana Palembang, sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah pelanggan dari CV Super Perdana itu sendiri.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah :

a. Metode kuantitatif

Dengan menggunakan skala likert dengan alat bantu tabel untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap pernyataan mempunyai skala yang menunjukkan puas atau tidak terhadap pernyataan tersebut. Untuk mempermudah perhitungan hasilnya maka setiap jawaban dari kuesioner dapat diberi skor sebagai berikut :

Puas	(skor 4)
Cukup puas	(skor 3)
Kurang puas	(skor 2)
Tidak puas	(skor 1)

Kemudian dengan teknik pengumpulan data angket, maka kuesioner yang dibuat dalam bentuk *chek list* tersebut diberi kepada 100 orang responden yang diambil secara *purposive sampling*. Data tersebut dianalisis berdasarkan skoring.

b. Metode analisis kualitatif

Yaitu menginterpretasikan hasil uraian kuantitatif yang dikaitkan dengan teori-teori kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memahami uraian proposal ini, maka di dalam penyajiannya, proposal ini dibagi dalam lima bab di mana antara satu bab dengan bab yang lainnya saling berhubungan erat. Adapun bab-bab itu adalah sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini di dalamnya dibahas mengenai;

- A. Latar belakang masalah
- B. Perumusan masalah
- C. Tujuan dan kegunaan penelitian
- D. Metodologi penelitian yang digunakan
- E. Sistematika pembahasan

Bab II. Landasan Teori

Dalam bab ini diuraikan mengenai :

- A. Konsep dan definisi jasa
- B. Karakteristik jasa
- C. Kualitas pelayanan
- D. Persepsi pelanggan
- E. Harapan pelanggan
- F. Pengertian dan kepuasan pelanggan
- G. Faktor-faktor penyebab kualitas jasa yang buruk
- H. Mengelola kualitas jasa

Bab III. Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan dibahas mengenai

- A. Sejarah singkat berdirinya perusahaan
- B. Struktur organisasi perusahaan
- C. Pembagian tugas dan wewenang masing-masing bagian /divisi
- D. Perkembangan aktivitas perusahaan secara umum

Bab IV. Analisis dan Pembahasan

- A. Karakteristik responden
- B. Penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan CV Super Perdana kepada para pembeli
- C. Faktor-faktor yang memberi kepuasan konsumen dalam memakai jasa di CV Super Perdana

Bab V. Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir dari keseluruhan bab, di dalamnya berisi;

- A. Kesimpulan dari bab-bab sebelumnya
- B. Saran-saran yang membangun untuk kemajuan perusahaan di masa mendatang