

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Peranan pelayanan jasa dalam era globalisasi saat ini sangatlah penting, seperti sekarang ini kemajuan teknologi informasi semakin pesat. Adanya teknologi saat ini lebih memudahkan perusahaan untuk dapat bersaing. Banyaknya bidang pelayanan jasa khususnya dalam jasa pelayanan lebih banyak meningkatkan kualitas perusahaan agar dapat meraih pangsa pasar dan konsumen dipasaran sehingga perkembangan dunia usaha kini dituntut untuk berkembang di berbagai bidang pelayanan. Terutama dibidang pelayanan jasa sehingga menimbulkan banyak usaha diibidang jasa pengiriman barang dimana pengiriman barang dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah.

Meningkatkan kualitas layanan dan memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis dan bermutu dimana keseluruhan hal tersebut hanya ditunjukan untuk menarik minat pelanggan atau konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli pada produk tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian terhadap harapan konsumen dengan hasil kinerja pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pada konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh dengan layanan sesungguhnya seperti yang mereka harapkan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan yang diberikan adalah kualitas pelayanan yang baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang dipersiapkan buruk.¹

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberi kepuasan pada pelanggan. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang loyal karena puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi

¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 9

layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat. Di antaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.²

Loyalitas lebih digambarkan pada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, dan didasarkan pada pengambilan keputusan dimana pelanggan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara terus menerus. Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi dari tingkat kepercayaan pelanggan, sehingga dari tingkat kepercayaan yang telah di dapat dari pelayanan yang prima akan diperoleh tingkat loyalitas yang tinggi. Kepercayaan yang tinggi juga dipengaruhi dari kredibilitas suatu perusahaan dengan menawarkan produk atau layanan yang dapat diandalkan dan mempunyai nilai emosional antara pihak pelanggan dengan perusahaan.

Loyalitas pelanggan dapat dibangun adanya usaha dari perusahaan jasa untuk memberikan kualitas terbaik dari jasa dan layanan yang dimiliki sehingga terbentuknya persepsi kualitas yang kuat dibenak pelanggan. Loyalitas sebagai komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Control)*. (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), 70.

untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang yang besar bagi perusahaan jasa untuk menjaring pelanggan yang baru.³

PT JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) merupakan salah satu perusahaan jasa swasta pengiriman barang berskala besar yang ada di Indonesia. PT JNE mempunyai perluasan jaringan domestik di berbagai wilayah di seluruh Indonesia seperti halnya cabang JNE yang terletak di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Lebih tepatnya JNE AGEN Gurah yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 3 Desa Ngrancangan Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri.

Perkembangan bisnis dibidang pengiriman jasa di wilayah Gurah telah menunjukkan tren yang sangat positif terutama bagi masyarakat yang mempunyai usaha jual beli online. Kebutuhan jasa pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap pengusaha online guna menyalurkan barang ke berbagai kota di seluruh Indonesia. Setiap pengusaha online pasti akan membutuhkan jasa pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat. Hal ini membuat peluang bagi para pengusaha bisnis dibidang jasa pengiriman barang di wilayah Gurah yang

³ [Http://www.loyalti/Definisi Loyalitas Pelanggan \(customer loyalty definition\) The Marketing Management's Blog.htm](http://www.loyalti/Definisi%20Loyalitas%20Pelanggan%20(customer%20loyalty%20definition)%20The%20Marketing%20Management's%20Blog.htm), di akses tanggal 12 November 2017 jam 23.00 WIB.

terus berkembang dan saling merebutkan pasar. Salah satunya seperti perusahaan jasa pengiriman JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri ini yang telah banyak diminati oleh para pengusaha online. Perusahaan jasa JNE sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, tingkat kepercayaan para pengguna jasa JNE sudah tidak diragukan dalam sebuah pengiriman yang cepat sampai. Akan tetapi, perusahaan jasa JNE di Indonesia banyak dihadapkan dengan berbagai keluhan dari pelanggan yang muncul diberbagai media online. Permasalahan tersebut disebabkan sering terjadi keterlambatan waktu saat pengiriman paket. Permasalahan yang sama terjadi di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri saat ini. Dengan adanya hal itu, dapat dikatakan bahwa JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima, dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebuah keunggulan dibanding dengan usaha jasa lainnya, sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.

JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri mempunyai keunggulan tersendiri dalam mengembangkan usahanya, yaitu meningkatkan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan memodifikasi fasilitas disamping ketentuan SOP (Standart Operasional Pelayanan) JNE yang membuat pelanggan merasa terpuaskan, sehingga bisa menciptakan kelayaitasan para pelanggan menggunakan jasa JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri. Salah satunya adalah pelayanan pengambilan barang di rumah secara gratis, kemudahan pembayaran secara bertempo, selain itu

juga karyawan di JNE AGEN Gurah memberikan pelayanan yang didasarkan dengan kejujuran.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti merasa tertarik dan melakukan penelitian yaitu bagaimana kualitas pelayanan yang diterapkan oleh JNE AGEN Gurah, sehingga bisa terbentuknya pelanggan yang loyal. Maka timbul keinginan meneliti lebih dalam tentang: **“Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri”**

B. Fokus Penelitian

Setelah memaparkan konteks penelitian, maka peneliti memberi batasan masalah untuk mengatur agar tidak kabur kemana-mana dan agar tidak melenceng dari pembahasan.

Untuk itu penulis memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri ?
2. Bagaimanakah peranan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas, maka dapat dirumuskan tujuan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui peranan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Setelah memberikan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan pembahasan, maka dapat diharapkan memberikan manfaat yang berguna antara lain:

1. Kegunaan secara teoritis

Secara teoritis, skripsi ini di upayakan dapat menjadi kontribusi ilmiah bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, pembahasan skripsi, penulis mengharap dapat digunakan sebagai sumbangan bagi pemegang ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya yang berkenaan dengan peranan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE AGEN Gurah Kabupaten Kediri.

2. Kegunaan secara praktis

Dalam bentuk praktis kegunaan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengelola pelayanan secara baik sehingga kualitas mutunya bisa berkembang dari waktu ke waktu dan juga sebagai pertimbangan dalam pengambilan kebijakan perusahaan pada karyawan, serta sebagai masukan bagi pimpinan dalam mengambil langkah-langkah kebijakan perusahaan.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat penelitian terdahulu, dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang terdahulu sehingga tidak terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan untuk mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aan Faikotul Hikmah tahun 2009 dengan judul “Strategi Pelayanan BMT Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di UGT Sidogiri Pasuruan”. Peneliti tersebut berlatar belakang tentang menghadapi maraknya persiangan lembaga keuangan berbentuk Baitul Mal wa Tanwil (BMT), maka BMT tentu tidak hanya menggunakan cara pandang produk saja, tetapi harus memaksimalkan untuk memenangkan persaingan dalam merebut dan mempertahankan pelanggan dengan strategi pelayanannya guna membuat nasabah itu loyal. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan sangat berperan penting mengunci loyalitas nasabah yang tujuannya supaya nasabah merasa yakin bahwa BMT UGT Sidogiri Pasuruan benar-benar mempunyai reputasi yang baik serta menjadi solusi transaksi yang mudah, terjamin dan aman.⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayuningrum pada tahun 2011 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

⁴ Aan Faikotul Hikmah, “*Strategi Pelayanan BMT Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di UGT Sidogiri Pasuruan*”. Skripsi tidak diterbitkan. STAIN, KEDIRI, 2009.

di Pegadaian Syari'ah Cabang Kediri". Peneliti tersebut berlatar belakang tentang untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak nasabah yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), wawancara, dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini menerima Hipotesis alternatif yaitu terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah di Pegadaian Syari'ah Cabang Kediri.⁵

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ike Nofitasari pada tahun 2014 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menjadi Nasabah studi kasus pada BMT Lantasis Kediri". Penelitian tersebut membahas tentang Kualitas pelayanan dengan keputusan menjadi nasabah memiliki hubungan yang sangat erat. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket, metode interview, dan metode dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan yang baik dalam arti sesuai harapan nasabah, sehingga keputusan menjadi nasabah akan semakin meningkat.

⁵ Dwi Rahayuningrum, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap, Kepuasan Nasabah di Pegadaian Syari'ah Cabang Kediri*". Skripsi tidak diterbitkan. STAIN.KEDIRI, 2011.

Dengan melalui metode lima indikator tersebut meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung dalam pelayanan.⁶

Menurut penelitian di atas, peneliti pertama membahas tentang penerapan strategi pelayanan dalam meningkat loyalitas pelanggan. Kemudian peneliti kedua dan ketiga membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan yang membuat keputusan nasabah sesuai yang diharapkan. Perbedaan dari ketiga peneliti di atas adalah pada objek dan pada latar belakang permasalahan. Dalam penelitian ini, berfokus pada peranan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE AGEN GURAH Kabupaten Kediri.

⁶ Ike Nofitasari, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Lantisir Kediri*". Skripsi tidak diterbitkan. STAIN, KEDIRI, 2014.