

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era global saat ini sektor jasa telah mulai memegang peranan vital dalam perekonomian dunia, hal ini dikarenakan sejumlah faktor, seperti perubahan teknologi, peningkatan kontribusi sektor jasa pada penciptaan peluang bisnis, dan penciptaan kompleksitas kehidupan. Perkembangan dan peningkatan sektor jasa dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian.

Perkembangan industri jasa di Indonesia semakin menunjukkan eksistensi dan pertumbuhannya. Hal ini ditunjukkan dengan semakin bertambahnya perusahaan jasa di Indonesia. Perusahaan jasa adalah suatu perusahaan yang kegiatan usahanya ditujukan untuk memperoleh pendapatan ataupun penghasilan melalui pelayanan jasa – jasa tertentu. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan produk yang telah diproduksi atau dihasilkan. Jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini dapat menumbuhkan persaingan yang ketat dalam memberikan pelayanan yang terbaik diantara sekian banyaknya perusahaan jasa. Kondisi persaingan yang ketat tersebut, membuat perusahaan menentukan skala prioritas. Prioritas utama bagi perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Tjiptono (2011:331) kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal tersebut menyiratkan bahwa kualitas bukan merupakan persepsi penyedia jasa melainkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan pelayanan, sehingga diperlukan upaya-upaya untuk dapat mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan, karena kualitas pelayanan dirasakan memiliki hubungan yang erat dalam mempengaruhi kepuasan, dengan pelayanan yang baik pelanggan atau

konsumen akan merasa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Menurut Kotler dan Keller (2012:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas. Kepuasan pelanggan dapat diketahui dari respon konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, tanggapan terhadap pelayanan yang diberikan, dan kepercayaan terhadap pihak yang memberikan pelayanan.

Kepuasan akan mendorong munculnya loyalitas konsumen atau pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang loyal akan berimbas pada peningkatan reputasi perusahaan di mata masyarakat yang penting sebagai bentuk investasi jangka panjang untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Parasuraman dalam Tjiptono (2011:347) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (bukti fisik).

Dalam hal ini banyak perusahaan jasa yang ingin berlomba mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya dengan cara memberikan layanan terbaiknya guna menciptakan kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan Perusahaan Jasa Pengiriman. Perusahaan jasa pengiriman merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang layanan pengiriman, yang dalam hal ini adalah pengiriman barang. Dapat diketahui, pengiriman barang adalah proses memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Alat yang digunakan untuk memindahkan suatu barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya dikenal sebagai alat transportasi. Sementara moda yang dipakai untuk memindahkan barangnya dapat melalui darat, laut, hingga udara. Baik itu pengiriman antar kota, hingga ke antar negara.

Alasan masyarakat atau perusahaan membutuhkan jasa pengiriman barang adalah alat transportasi yang mendukung dari orang/perusahaan itu sangatlah terbatas. Maka dari itu, dibutuhkan jasa pihak lain untuk membantu melakukan pengiriman barang ke tujuan. Dalam bisnis logistik dan ekspedisi sebagian besar sudah dikenal nama-nama seperti TIKI, JNE, J&T, Kantor POS serta perusahaan yang sudah lama dalam mengurus jasa pengiriman mulai surat sampai dengan paket barang. Salah satunya yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai penyedia, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. PT Kereta Api Indonesia (KAI) memberikan layanan jasa pengiriman barang menggunakan kereta api yaitu layanan Rail Express.

Rail Express adalah produk layanan terbaru yang dimiliki PT. Kereta Api Indonesia untuk layanan jasa pengiriman barang yang mulai beroperasi sejak Januari 2020. Rail Express merupakan layanan angkutan barang *Station to Station* dengan harga terjangkau yang tersedia di 60 stasiun di Pulau Jawa. Rail Express menggunakan kereta bagasi yang dijalankan khusus sebagai KA Parcel *One Night Service* (ONS) maupun dirangkaikan pada KA Barang Hantaran Potongan (BHP). Cakupan - cakupan Rail Express meliputi stasiun-stasiun yang berada di Pulau Jawa, dari Daop satu hingga Daop sembilan yang melayani bongkar muat Rail Express dimulai dari Jakarta Gudang (JAKG) hingga stasiun Ketapang (KTG). Dengan mengutamakan keselamatan, Keamanan, Cepat, Tepat Waktu dan Tarif mulai dari Rp. 500/kg. Berikut data terkait jumlah pengguna layanan jasa Rail Express :

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Layanan Jasa Rail Express periode Januari - Maret Tahun 2020

Bulan	Jenis usaha	Jumlah Pengguna
Januari	Badan Usaha	11
	Perorangan	69
Februari	Badan Usaha	11
	Perorangan	77
Maret	Badan Usaha	11
	Perorangan	81

Sumber : Data internal perusahaan (2020)

Menurut data yang telah disajikan pada Tabel 1.1, dapat diketahui dalam jangka waktu tiga bulan terdapat peningkatan pada jumlah pengguna jasa layanan Rail Express. Hal ini terjadi dikarenakan Rail Express tidak hanya melayani angkutan barang dalam jumlah besar yang biasanya dikirim oleh perusahaan/organisasi produsen/distributor barang, Rail Express juga melayani pengiriman barang yang dilakukan oleh perorangan seperti dokumen, sepeda, sepeda motor, bahan makanan, produk industri, produk UMKM, dan sebagainya.

Hal ini juga berkaitan dengan adanya perubahan pada pola bisnis yang diterapkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero), sehingga terdapat aturan serta ketentuan – ketentuan yang sedang dalam fase transisi. Dimana sebelumnya diterapkan sistem kontrak pada setiap gerbong, kemudian diubah menjadi sistem berdasarkan berat muatan dengan berat minimum lima kilogram dengan tarif mulai dari Rp.500/kg.

Hal ini dilakukan PT. KAI bertujuan untuk meningkatkan pelayanan masyarakat, dapat memperluas cakupan pasar serta meningkatkan kualitas layanan agar tetap menjadi layanan terbaik. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas layanan Rail Express yang masih termasuk dalam kategori produk baru, PT. Kereta Api Indonesia perlu mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap jasa layanan Rail Express yang diberikan agar dapat mengetahui hal – hal apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana Kualitas Layanan yang terdiri dari variabel – variabel yang berupa Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan membahas tentang **“Evaluasi kualitas pelayanan PT. Kereta Api Indonesia Unit angkutan barang stasiun Pasar Turi terhadap kepuasan pengguna”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- Bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan PT. Kereta Api Indonesia pada unit angkutan barang Stasiun Pasar Turi kepada Ekspediter selama ini?
- Bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan kualitas layanan PT. Kereta Api Indonesia Stasiun Pasar Turi?
- Apa saja harapan atau keinginan konsumen/Ekspediter khususnya pengguna layanan Rail Express PT. Kereta Api Indonesia Stasiun Pasar Turi dalam rangka peningkatan kinerja dan layanan?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Sejalan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) unit Angkutan Barang Stasiun Pasa Turi.
- b. Dapat mengetahui kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) unit Angkutan Barang Stasiun Pasart Turi.
- c. Untuk mengetahui harapan dan keinginan konsumen/Ekspedisi pengguna layanan Rail Express PT. Kereta Api Indonesia Stasiun Pasar Turi.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian. Serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

b. Bagi perusahaan

Agar pihak perusahaan dapat mengetahui Laporan Tugas Akhir ini, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam evaluasi dan peningkatan kualitas layanan serta dapat mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Unit Angkutan Barang Stasiun Pasar Turi.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi semua pihak nantinya dalam melakukan penelitian kedepan.

1.5 Jadwal Tugas Akhir

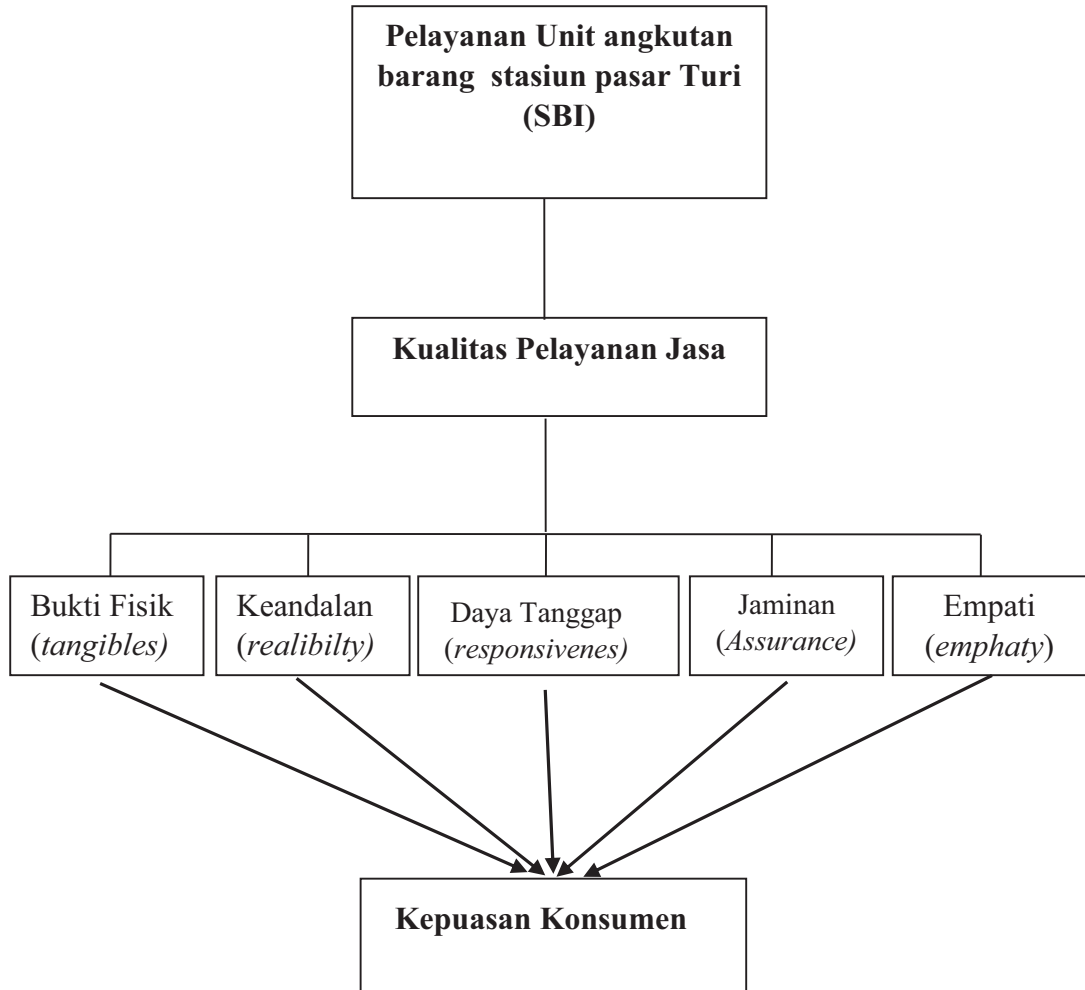
Tabel 1.2 Tabel Jadwal Tugas Akhir

Keterangan	Jan 2020				Feb 2020				Mar 2020				Apr 2020				Mei 2020				Jun 2020				Jul 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei Tempat PKL	■																											
Penyusunan dan Pengajuan Proposal PKL PT Kereta Api Indonesia (Persero)		■	■																									
Pelaksanaan PKL					■	■	■	■	■																			
Penentuan Dosen Pembimbing				■																								
Bimbingan dengan Dosen Pembimbing					■	■			■	■			■	■			■	■										
Pengerjaan Laporan Tugas Akhir						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pengumpulan Laporan Tugas Akhir																										■		
Sidang Tugas Akhir																											■	

Sumber : Data diolah (2020)

1.6 Kerangka Berpikir

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



Sumber: data diolah (2020)