

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Gagasan tentang kehidupan manusia telah mengalami perubahan signifikan di era Revolusi Industri 4.0. Bagaimana seseorang memenuhi tuntutan adalah salah satu bidang yang berubah. Saat ini, belanja online lebih populer daripada belanja langsung. Ini mempromosikan penciptaan dan pertumbuhan toko online dan e-commerce, dan mengubah fenomena belanja online menjadi cara hidup baru bagi orang-orang. Penciptaan masalah yang disebutkan di atas secara langsung terkait dengan permintaan yang signifikan untuk sektor jasa yang terlibat dalam pengiriman barang dari penjual ke pembeli. Konsumen menginginkan layanan pengiriman yang realistis untuk mendukung belanja selain kebutuhan ini, sehingga mereka tidak hanya menunggu sampai bisnis menawarkan layanan ini. Tentunya hal ini juga berdampak pada saling ketergantungan yang signifikan antara ketiga tema terkait E-commerce yaitu penjual, pembeli, dan jasa ekspedisi. Kualitas layanan, menurut Tjiptono (2001), adalah kontrol atas tingkat keunggulan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selama epidemi, lebih banyak orang menggunakan jasa kurir untuk mengangkut produk. Hal ini sejalan dengan temuan jajak pendapat singkat yang dilakukan MarkPlus, Inc. terhadap 122 responden di seluruh Indonesia, dengan 59,8% berasal dari Jabodetabek dan 41,2% dari non-Jabodetabek, menurut kontan.co.id (2021). Menurut Titisari, M. A., Karya, D. F., & Hadi, S. (2021). SWOT Analysis and ANP for Organic Tempeh SME Business Development Strategy. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 4(6), 913–923. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v4i6.1540> den, frekuensi penggunaan jasa kurir meningkat pesat sejak pandemi, dan 39% lainnya mengakui bahwa jumlahnya sedikit meningkat. Hingga 85,2% individu menggunakan layanan kurir untuk mengirimkan barang yang mereka pesan secara online. Sementara 50,8% sisanya memposting foto belanjaan mereka dari toko online di media sosial. Orang-orang menjadi 72% lebih pilih-pilih ketika memilih layanan ekspedisi setelah wabah. Menurut (Titisari et al., 2021) “ *The occurrence*

*of a very dynamic global market development and changes in buyer behaviour requires core competencies. Companies must look for core competencies in the business they do. It means that the company must be able to use all the power of its resources as much as possible. These resources include equipment, an extensive marketing distribution network, the use of superior quality raw materials, and a good product image.”* Dimana ia mengungkapkan bahwa perkembangan global bersifat sangat dinamis sehingga perlunya perusahaan menggunakan kekuatan sumber daya yang ia miliki untuk dapat bersaing dengan perusahaan kompetitor yang sejenis.

J&T Express, Ninja Express, SiCepat ekspres, Indah Logistik, Wahana Logistik, Pandu Logistics, Republic Express (RPX), Cahaya Logistik, Synergy First Logistik, PT Pos Indonesia, dan Citra Van Titipan Kilat (TIKI) dan PT Tiki Jalur Nugraha Ekacourier (JNE) hanyalah beberapa perusahaan pelayaran yang dipilih orang untuk mengirimkan barang mereka. SiCepat Ekspres merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang yang melayani pengiriman yang menjangkau seluruh pelosok Indonesia, dan memiliki cabang droppoint hampir di setiap kota di Tanah Air. SiCepat Express konsisten dalam mengirimkan barang dengan kecepatan yang telah teruji dan tepat waktu, serta memiliki sistem monitoring yang sangat baik di seluruh negeri. Layanan pengiriman dijalankan oleh tim manajemen ekspres SiCepat yang terampil, sehingga memudahkan pelanggan untuk memeriksa paket pengiriman yang didukung oleh sistem IT yang canggih. SiCepat express juga memiliki manfaat memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan penjemputan gratis di tempat kapan pun dan di mana pun mereka berada melalui aplikasi smartphone, situs web, dan call center, mulai dari manfaat yang tercantum di atas untuk menunjukkan daya saing yang tinggi.

Daya tarik barang atau jasa tidak dapat dipisahkan dari harga, termasuk uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya perilaku, nilai, dan harga. Harga sering digunakan sebagai indikator nilai jika harga dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu barang atau jasa, dan apakah kualitas layanan dapat ditentukan oleh kemampuan produsen untuk memenuhi harapan pelanggan,

tergantung pada hubungan antara harga dan manfaat yang dirasakan. Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli komoditas atau jasa bersama dengan barang dan jasa lainnya. Liputan6.com (2021) melaporkan bahwa Sicepat menerima keluhan tertulis, foto, dan video dari pelanggan karena transportasi pembelian mereka tertunda lebih lama dari biasanya. Pelanggan mengajukan sejumlah keluhan setelah mendengar bahwa perusahaan telah memecat ratusan utusannya secara massal.

Untuk menghasilkan produk jasa yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing di pasaran, perusahaan dituntut untuk melakukan hal-hal sebagai berikut: menghasilkan produk jasa yang berkualitas tinggi, harga murah, proses, dan pengiriman dapat dilakukan tepat waktu.

Berdasarkan latar belakang analisis di atas, dapat ditarik kesimpulan umum bahwa bisnis yang menyediakan jasa pengiriman barang harus memperhatikan aspek kualitas pelayanan yang mumpuni. Layanan ini dapat menjadi alat yang sangat baik bagi bisnis untuk bersaing di pasar, dan semakin baik layanannya, semakin kompetitif bisnis tersebut. Dalam rangka mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SEVEN TOOLS AT SICEPAT EKSPRES GELURAN SIDOARJO."**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas SiCepat ekspres telah berupaya memberikan beberapa inovasi pelayanan, maka dapat dirumuskan:

1. Bagaimana pendapat para pelanggan untuk kualitas layanan yang diberikan SiCepat ekspres Geluran?
2. Strategi apa yang akan diberikan oleh SiCepat ekspres Geluran untuk mengendalikan kualitas layanan?

### **1.3 Batasan masalah**

Untuk membatasi pembahasan penelitian ini agar tidak keluar dari topik dan melebar, maka ditetapkan batasan masalah yaitu penelitian akan berfokus pada Analisa Kualitas Layanan yang diterapkan SiCepat ekspres cabang Geluran.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas maka ditetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana Kualitas Layanan SiCepat ekspres cabang Geluran.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah disampaikan, diharapkan memberikan manfaat baik bagi berbagai pihak, diantaranya :

#### **1. Bagi Peneliti**

Dengan menggabungkan materi dan objek permasalahan tentang quality control layanan cabang SiCepat ekspres Geluran yang dijadikan bahan diskusi, Anda dapat memberikan dan menambah wawasan bagi penulis, khususnya dalam penerapan ilmu yang dipelajari selama dunia perkuliahan. Anda juga dapat menyelesaikan tugas akhir dan memenuhi syarat untuk menerima gelar Bachelor of Engineering.

#### **2. Bagi perusahaan**

Diyakini bahwa penelitian ini akan dapat memberikan informasi kepada perusahaan untuk ditinjau guna meningkatkan layanan dan layanan sehingga mereka dapat berhasil dalam persaingan bisnis di masa depan.

#### **3. Bagi pembaca**

Studi ini diharapkan dapat menawarkan sumber data dan referensi bagi pembaca, serta informasi baru tentang jaminan kualitas layanan SiCepat ekspres di cabang Geluran dan rekomendasi untuk studi selanjutnya.