BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu bisnis, perusahaan di tuntut untuk dapat berkembang semakin maju dalam persaingan bisnis yang di hadapi. Banyaknya perusahaan pada jasa pengiriman barang menjadikan persaingan yang ketat pada bisnis ini. Dorongan kemajuan teknologi informasi dan transportasi juga berdampak pada perusahaan jasa pengiriman barang. Pada saat ini perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat menghasilkan laba rugi perusahaan.

Perusahaan harus memiliki keunggulan dalam persaingan pasar yang ada. Pola hidup masyarakat yang menjadi lebih modern, hal ini dapat terlihat dengan bagaimana masyarakat menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Kebutuhan informasi dan komunikasi yang semakin cepat telah mendorong persaingan antar perusahaan untuk terus berkompetisi dalam menguasai pasar. Perusahaan harus menerapkan berbagai strategi tepat untuk dapat menciptakan keunggulan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Begitu juga dengan perusahaan dibidang jasa, khususnya jasa pengiriman barang. Perusahaan pengiriman yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan dalam persaingan harus mampu memberikan produk berupa jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik terhadap para pelanggan. Sehingga akan muncul kepuasan pelanggan dan diharapkan mampu memberikan dampak yag positif bagi perusahaan. Pemilik perusahaan jasa pengiriman barang harus lebih fokus pada konsumen, untuk mengetahui keinginan konsumen

dan dapat mengembangkan bisnisnya. Salah satu unsur dari total nilai konsumen adalah kepuasan pelanggan dimana kualitas pelayanan merupakan unsur utama yang bersifat positif dalam pembentukan nilai konsumen. Konsumen akan lebih mempertimbangkan jasa yang akan digunakan.

Perusahaan Jasa Pengiriman barang hendaknya mampu melihat kebutuhan dan keinginan konsumennya, misalnya di kota-kota besar, yang semakin banyak perusahaan pengiriman barang, sehingga persaingan pasar semakin ketat. Berbagai perusahaan jasa pengiriman barang yang tersebar di wilayah Surabaya dan sekitarnya seperti: J&T, JNE, TIKI, PCP, Pos Indonesia, dan lain sebagainya. Konsep pemasaran yang digunakan masing-masing perusahaan jasa pengiriman barang bervasriasi untuk mampu melayani kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan. Pada perusahaan J&T maupun JNE menggukan konsep pemasaran melalui promosi dengan menggunakan public figure, Pos Indonesia menggunakan brand image (citra merk) untuk dapat menarik konsumen, sedangkan untuk perusahaan jasa pengiriman barang lainnya, salah satunya adalah PT. Yapindo Transportama atau sering disebut juga dengan Priority Cargo & Package (PCP) merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pengiriman barang yang secara resmi beroperasi pada tahun 2002 termasuk PCP cabang Surabaya. PCP Express adalah perusahaan jasa pengiriman ekspres yang sedang berkembang, melayani pengiriman ekspres 'door to door' baik untuk pelanggan korporat maupun pelanggan individual. Dengan cakupan yang luas di seluruh Indonesia, PCP Express menawarkan jasa kiriman dalam kota maupun distribusi barang ke seluruh Indonesia untuk dokumen dan paket pelanggan.

Pentingnya Fasilitas perusahaan jasa pengiriman barang merupakan menjadi factor penting dalam memudahkan proses pengiriman barang ataupun saat akan melakukan pengiriman barang. Fasilitas yang lengkap untuk konsumen dapat memeberikan rasa nyaman dalam kegiatan menggukan jasa pengiriman barang, Fasilitas yang di berikan dapat berupa ruang tunggu konsumen, tempat parkir, alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang. Menurut Koter (2009:45) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Hal ini dapat diketahui bahwa fasilitas perlu di perhatikan oleh para pebisnis jasa pengiriman barang untuk dapat memberikan fasilitas yang nyaman, aman bagi para konsumen.

Sedangkan factor kedua dari segi pelayanan, para konsumen akan lebih memilih perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik, hal ini dapat memberikan daya Tarik bagi konsumen pada saat menggukan jasa tersebut. Menurut Tjiptono (2009) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dalam jasa pengiriman barang merupakan faktor pendorong yang sangat besar dalam menciptakan rasa puas pada konsumen. Konsumen akan merasakan pelayanan yang di berikan oleh perusahaan untuk dijadikan stimulus untuk membentuk emosi kepuasan konsumen.

Pada perusahaan jasa penentuan lokasi sangatlah penting karena dimana lokasi yang strategis dapat di gunakan untuk melihat pagsa pasar serta mempermudah dalam proses pengiriman barang. Konsumen juga akan mempertimbangkan keberadaan lokasi perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:96) mengartikan lokasi sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang akan dilakukan perusahaan guna membuat produk atau jasa tersedia dan mudah diperoleh oleh konsumen sasaran. Lokasi juga merupakan hal penting dalam suatu bisnis yang di jalankan, pemilihan lokasi yang tepat dapat memberikan kemudahan konsumen untuk memilih jasa yang di gunakan.

Dari ketiga factor diatas penulis belum mengetahui bahwa kepuasan konsumen di pengaruhi oleh factor tersebut. Kepuasan Konsumen memiliki berbagai banyak factor yang dapat mempengaruhinya, maka dari itu penulis akan melakukan penelitian kepada ketiga factor diatas. Menurut Tjiptono (2011:434), kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

Dari uraian latar belakang permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN JALUR DARAT PT YAPINDO TRANSPORTAMA (PCP EXPRESS)**"

1.2 Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang yang sudah di jelaskan di atas maka dapat di buat pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah Fasilitas ,Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di PT Yapindo Transportama
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Yapindo Transportama.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.di PT Yapindo Transportama.
4. Untuk mengetahui dan mengalisis pengaruh antara Fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara simultan di PT Yapindo Transportama.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan:

   Penelitian ini dapat sebagai informasi bagi perusahaan dalam mengukur kepuasan konsumen, serta dapat memberikan saran untuk menciptakan kepuasan konsumen pada bisnis yang sedang di jalankan perusahaan juga dapat berinovasi dalam strategi marketing untuk memajukan perusahaan

2. Bagi Universitas PGRI Adibuana Surabaya:

   Berguna sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya dan juga memperkembangkan teori baru dalam memajukan kualitas pendidikan.

3. Bagi Peneliti:

   Berguna untuk menambah wawasan dan menciptakan teori baru mengembangkan suatu strategi marketing.