

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan kebutuhan yang sangat penting didalam kehidupan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Arus distribusi barang dan kebutuhan manusia untuk berpindah dari satu tempat menuju ke tempat lainnya dalam setiap harinya sangatlah tinggi. Distribusi barang dan mobilitas masyarakat akan berjalan dengan lancar apabila sarana transportasi berjalan sebagaimana mestinya. Untuk memperoleh kelancaran arus perpindahan tersebut, dibutuhkan adanya sarana dan prasarana penunjang dan manajemen lalu-lintas yang baik, agar memperoleh kelancaran pendistribusian barang maupun mobilitas manusia didalam upaya pemenuhan kebutuhannya.

Oleh karena transportasi merupakan faktor penting didalam kehidupan masyarakat, hal tersebut memunculkan usaha-usaha yang bergerak dibidang transportasi. Jasa ekspedisi merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang transportasi, yang menawarkan jasa untuk melakukan pengiriman barang.

Usaha jasa ekspedisi sendiri di Indonesia saat ini tengah menunjukkan perkembangan, hal ini didukung dengan kondisi wilayah Indonesia yang terdiri dari pulau-pulau yang menjadikan usaha ini memiliki peranan yang penting dalam kegiatan bisnis maupun keseharian. Ditambah dengan adanya kemajuan di bidang teknologi, dimana maraknya bisnis yang memanfaatkan perkembangan teknologi *e-commerce* atau penjualan secara online. Dalam transaksi jual-beli secara online, dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung sehingga barang yang dibeli oleh konsumen

harus dikirim ke alamat pembeli, hal ini berdampak dengan semakin meningkatnya kebutuhan terhadap jasa ekspedisi dalam mendukung kelancaran bisnis tersebut.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat atau pelaku bisnis terhadap jasa ekspedisi, hal tersebut membuat semakin banyaknya perusahaan-perusahaan jasa ekspedisi yang bermunculan. Para pelaku bisnis jasa pengiriman barang tersebut berlomba-lomba menarik konsumen untuk menggunakan jasa perusahaannya dengan menerapkan berbagai strategi sebagai upaya dalam menjangkau konsumen.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang mana suatu pihak dapat menawarkan ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun (Kotler *et al.*, 2005). Didalam bisnis di bidang jasa, kualitas pelayanan harus sangat diperhatikan untuk memperoleh kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan inti dan tujuan utama dari bisnis tersebut.

Salah satu upaya perusahaan jasa ekspedisi didalam menarik konsumen untuk menggunakan jasa perusahaannya adalah dengan memberikan jaminan terhadap layanan yang diberikan (*service guarantee*). Garansi layanan adalah janji formal yang diberikan kepada konsumen mengenai pelayanan yang akan mereka dapatkan (Zeithaml dan Bitner, 1996). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (2003:74) jaminan atau garansi dapat memperkuat nilai dan kredibilitas suatu perusahaan. Perusahaan dapat menjanjikan uang kembali, kompensasi, atau penggantian produk, tetapi perusahaan harus relevan, tanpa syarat, dapat dipercaya dan mudah dipahami.

Jaminan yang di janjikan oleh jasa ekspedisi, baik itu ketepatan waktu, jaminan barang sampai ke tujuan, serta jaminan apabila terdapat kehilangan atau kerusakan serta kompensasi yang akan diperoleh konsumen dapat menjadi faktor-faktor pertimbangan konsumen didalam memilih jasa ekspedisi. Dengan adanya jaminan terhadap layanan

yang diberikan oleh perusahaan diharapkan dapat memperkecil resiko yang akan diperoleh konsumen atas kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Garansi layanan merupakan suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan, menciptakan keunggulan dalam bersaing serta untuk menciptakan loyalitas konsumen.

Menurut Hart *et al.* (Bjorlin and Skalen, 2003:36) garansi layanan merupakan kunci sukses dalam hal- meningkatkan proses pemulihan layanan, kinerja karyawan, menyediakan data tentang kegagalan layanan, serta mengembangkan langkah-langkah untuk kepuasan pelanggan dan menetapkan standar kinerja.

Dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing, dengan menawarkan garansi terhadap layanan yang dimiliki, perusahaan juga dituntut untuk dapat memberikan perbedaan atau keunikan dari garansi layanan yang ditawarkan dari para pesaingnya. Selain harus dapat menawarkan garansi layanan yang berbeda, perusahaan juga harus mampu mengisyaratkan dan menginformasikan kualitas dari layanan yang dimilikinya kepada konsumen. Dengan mengisyaratkan dan menginformasikan kualitas layanan yang dimiliki dengan memberikan garansi, maka perusahaan akan mampu menghilangkan keraguan yang dirasakan oleh konsumen terhadap tingkat kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuan dari perusahaan didalam menawarkan garansi layanan selain untuk menginformasikan kualitas dari layanan yang dimilikinya, juga untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan layanan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.

Salah satu dampak dari penawaran garansi, yakni adanya keterlibatan konsumen didalam proses pelayanan. Dengan memberikan garansi, maka konsumen akan merasa tertantang untuk memaksimalkan usaha mereka sebagai bagian didalam proses

pelayanan, yang mana akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, karena pelayanan yang berkualitas yang dihasilkan merupakan salah satu dampak atau bagian dari usaha yang mereka lakukan.

Didalam bisnis ekspedisi di Indonesia terdapat nama-nama seperti Tiki, JNE, Indo- Pacific, RPX, Pos Indonesia, DHL Ekspres, FedEx dan lain-lain. Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan ekspedisi menciptakan persaingan yang semakin ketat, yang mana setiap perusahaan diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik, seperti harga yang terjangkau, kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman, jangkauan wilayah yang luas, terdapat layanan online, serta adanya jaminan keamanan (barang hilang/rusak) dari pihak ekspedisi untuk resiko yang mungkin terjadi pada saat pengiriman barang.

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau yang lebih dikenal dengan JNE merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) didirikan oleh Soeprapto Suparno, pada tanggal 26 November 1990. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TiKi) yang bergerak dalam bidang jasa kurir internasional. Setelah beberapa tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah diri sendiri. Karena ini dua-duanya perusahaan menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen diri sendiri (wikipedia,2013).

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang dalam persaingan bisnis memiliki visi dan misi untuk menjadi perusahaan rantai pasokan global terdepan didunia, serta dapat memberi

pelayanan terbaik kepada pelanggan secara konsisten sebagai upaya dalam bersaing di pasar regional, nasional maupun internasional.

JNE memberikan jaminan penggantian dengan nilai maksimal sepuluh kali dari ongkos kirim apabila terjadi kerusakan ataupun kehilangan barang. Tetapi konsumen juga dapat memperoleh penggantian penuh atas kiriman yang hilang ataupun rusak dengan menambahkan atau membayar biaya asuransi. JNE juga menawarkan garansi pada salah-satu jasa pengiriman paket yang mereka miliki, YES (Yakin Esok Sampai) merupakan layanan JNE yang menawarkan garansi berupa uang kembali (biaya pengiriman) apabila barang yang dikirim tidak sampai pada keesokan harinya.

Pertumbuhan cabang maupun gerai yang dimiliki oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) berdasarkan data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Network Growth 2011

Provinsi	Cabang	Agen	Sub-Agen	Gerai
Jakarta	16	-	-	309
Jawa	8	15	52	289
Sumatera	4	8	110	151
Kalimantan	3	3	45	37
Sulawesi	2	5	28	32
Bali/NTT/NTB	1	2	17	16
Papua/Maluku	-	5	12	1
Total	34	37	264	835

Pada penelitian ini penulis akan meneliti pengaruh garansi layanan terhadap konsumen didalam mengevaluasi pelayanan yang diberikan perusahaan pada pasca

penggunaan jasa perusahaan, pada saat terdapat kegagalan layanan yang diberikan perusahaan ataupun tidak terdapat kegagalan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Garansi layanan: Evaluasi Konsumen Pada Pasca-Pembelian (Studi Pada Pengguna Jasa Layanan Ekspedisi JNE)”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah evaluasi pelanggan terhadap garansi layanan memiliki hubungan terhadap *provider satisfaction*?
2. Bagaimanakah hubungan antara diferensiasi garansi dengan *provider satisfaction*?
3. Apakah penawaran garansi layanan (*guarantee signalling*) berhubungan terhadap *provider satisfaction*?
4. Apakah keterlibatan konsumen dalam proses pelayanan (*consumer coproduction*) berhubungan terhadap *self satisfaction*?
5. Apakah keterlibatan konsumen dalam proses pelayanan (*consumer coproduction*) berhubungan terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan (*consumer's overall satisfaction*)?
6. Apakah *provider satisfaction* berhubungan terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*)?
7. Apakah *self satisfaction* berhubungan terhadap kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan evaluasi pelanggan terkait garansi layanan terhadap *provider satisfaction*.
2. Menganalisis hubungan diferensiasi garansi terhadap *provider satisfaction*.
3. Menganalisis hubungan *guarantee signalling* terhadap *provider satisfaction*.
4. Menganalisis hubungan antara keterlibatan konsumen dalam proses pelayanan (*consumer coproduction*) terhadap *self satisfaction*.
5. Menganalisis hubungan antara keterlibatan konsumen dalam proses pelayanan (*consumer coproduction*) terhadap kepuasan konsumen secara keseluruhan (*consumer's overall satisfaction*).
6. Menganalisis hubungan *provider satisfaction* terhadap *self satisfaction*.
7. Menganalisis hubungan *self satisfaction* terhadap *overall satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi kalangan akademis maupun masyarakat umum terutama yang berhubungan dengan garansi layanan .

2. Manfaat praktis

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan mengenai pengaruh garansi layanan terhadap kepuasan konsumen didalam penggunaan jasa perusahaan.