

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Sejarah Perusahaan

JNE didirikan oleh Soeprapto Suparno pada tanggal 26 November 1880. JNE dirintis sebagai sebuah divisi dari TIKI atau PT Citra van Titipan Kilat yang bergerak pada bidang jasa kurir internasional. Bermula dari 8 orang dan kapital seratus juta rupiah, JNE memulai kegiatannya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan impor kirim dokumen, branga dan mengantar dari luar negeri ke Indonesia. Karena usaha yang semakin maju, tepatnya di tahun 1991, JNE bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan kurir negara Asia atau ACCA untuk memperluas jaringan internasional. ACCA berpusat di Hongkong. JNE mendapat kesempatan dari ACCA untuk mengembangkan wilayah hingga keseluruh dunia, karena banyaknya persaingan di pasar domestik, JNE juga mengembangkan jaringan domestik yaitu memperluas pelayanan dengan distribusi dan logistik. Berdasarkan jaringan domestik TIKI dan namanya, JNE memperoleh profit persaingan dalam pasar domestik.

Selama bertahun-tahun JNE dan TIKI berkembang dan menjadi 2 perusahaan yang memiliki arah diri sendiri. Oleh karena alasan ini, kedua perusahaan ini menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan tersendiri dan memiliki manajemen sendiri. JNE juga memakai logo sendiri dan membedakan dari TIKI. Pada tahun 2002, JNE membeli gedung dan mendirikan JNE Operation Sorting Center. Gedung ini berpusat di Jakarta.

Gambar 1.1

Logo JNE



Sumber: Arsip Perusahaan, 2014

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari perusahaan PT. JNE adalah sebagai berikut:

a. **Visi**

Perusahaan Rantai Pasok Global Terdepan di Dunia

b. **Misi**

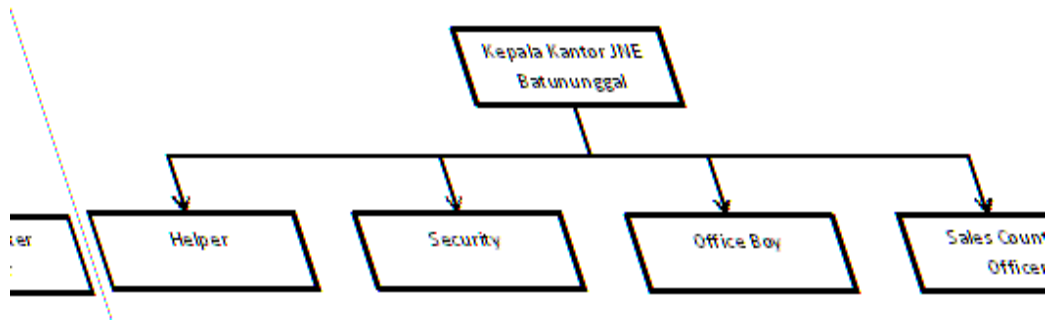
Memberi Pengalaman Terbaik kepada Pelanggan Secara Konsisten.

1.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi JNE Batununggal adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2

Struktur Organisasi JNE Batununggal



Sumber: Arsip Perusahaan, 2014

1.2 Latar Belakang Objek Observasi

Saat ini merupakan era dimana teknologi semakin maju dan berkembang pesat. Pertumbuhan manusia yang terus bertambah mengakibatkan permintaan kebutuhan hidup terus naik serta tiada habisnya. Terkadang manusia terlalu sibuk dengan pekerjaannya sampai ia tidak sempat untuk melakukan pekerjaan lain seperti jalan-jalan atau sekedar mengirim barang untuk hadiah.

Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, menjadi peluang bisnis tersendiri bagi banyak pebisnis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berbagai macam produk dan jasa terus tumbuh dan berkembang seiring perkembangan teknologi dan *trend* selalu berubah seiring perkembangan zaman. Semakin padatnya jalur bisnis yang bermunculan, mengakibatkan laju transportasi semakin berkembang dikarenakan perkembangan perekonomian indonesia yang menuju persaingan global.

Terkait dengan transportasi dan laju pengiriman barang, saat ini pergerakan bisnis yang semakin cepat dan padatnya aktivitas didunia nyata (*offline*) telah melahirkan dunia baru yang disebut dunia *online* (internet). Bisnis *online* mulai bermunculan dan akibatnya transaksi *online* serta pengiriman barang *online* semakin banyak dan pada akhirnya berujung pada meningkatnya kebutuhan jasa pengiriman.

Jasa pengiriman barang di Indonesia sudah banyak sekali bermunculan seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, DHL, Fedex dan berbagai jasa pengiriman barang lainnya yang telah menjamur di seluruh kawasan Indonesia. Terlebih saat ini sedang maraknya *trend* bisnis *online*, sehingga jasa pengiriman barang pun menjadi semakin dibutuhkan karena mereka menjadi media penyambung antara penjual dan pembeli dalam media pendistribusian barang.

Pada saat ini, salah satu jasa pengiriman barang bernama PT. JNE telah menjadi salah satu jasa yang terpercaya didalam jasa pengiriman di Indonesia. Kualitas pelayanan JNE merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu jasa yang diberikan JNE semakin beragam dan inovatif sehingga kualitas pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan. Mempertahankan pelanggan yang loyal, serta menjaga agar tidak beralih ke jasa pengiriman barang sejenis merupakan hal yang penting untuk mengikat pelanggan PT. JNE. Untuk itu, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran seperti harga terjangkau, promosi penjualan efektif untuk menarik pelanggan baru, *customer service* yang sigap dalam melayani pelanggan, serta jaminan resiko kehilangan atau kerusakan pengiriman paket yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan jasa PT. JNE.

Dengan adanya PT. JNE semakin memudahkan konsumen untuk melakukan pengiriman barang. Namun semakin besarnya sebuah perusahaan maka akan memperlihatkan bahwa pangsa pasar yang dikuasai mereka akan dimasuki pesaing-pesaing lainnya, untuk itu PT. JNE harus meningkatkan kualitas pelayanannya, dikarenakan berkembang pesat bisnis pengiriman paket ini, tidak terlepas dari beberapa kesalahan yang terindikasi dapat mengurangi loyalitas konsumen. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (daya tanggap),

assurance (jaminan). Dari lima dimensi kualitas pelayanan diatas ternyata didapat beberapa masalah yaitu :

1. Kurangnya petugas yang berjaga saat jam-jam sibuk sehingga membuat pelanggan antri lebih lama.
2. Kurangnya jumlah kursi yang tersedia di ruang tunggu untuk menampung konsumen yang datang dalam jumlah banyak.
3. Perlunya PT. JNE menyediakan fasilitas tambahan seperti majalah atau koran agar pelanggan tidak bosan menunggu antrian yang lama.
4. Pengiriman barang terkadang tidak sampai tepat waktu.

Dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan yang berdampak kepada loyalitas pelanggan PT. JNE. Maka dari itu, penulis mengambil judul, **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. JNE BANDUNG (STUDI KASUS : PELANGGAN PT. JNE CABANG BATUNUNGGAL)”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE kepada pelanggan?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan pada jasa JNE?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan JNE?

1.4 Tujuan Observasi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang terdapat perumusan masalah yang telah dijelaskan, yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan JNE kepada pelanggan.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan pada JNE.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan JNE.

1.5 Kegunaan Observasi

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan JNE dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang akan dijelaskan pada halaman berikutnya:

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis adalah menambah wawasan keilmuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan PT. JNE.

2. Bagi Pembaca

a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran

b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan pengembangan bagi pihak manajemen JNE sebagai sumber informasi dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi masalah perusahaan, khususnya berkaitan dengan membangun dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, penulisan penelitian ini disusun sistematis ke dalam tiga bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai tujuan teori yang mendukung proses pemecahan masalah yang akan dibahas. Teori-teori ini diambil dari berbagai buku dan informasi melalui internet yang digunakan untuk mendukung penelitian serta untuk memecahkan masalah permasalahan dan akhirnya mencapai tujuan yang diinginkan. Beberapa penelitian terdahulu serta metode penelitian yang akan digunakan.

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

