

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sektor logistik sudah memegang peranan vital dalam pendistribusian barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Kebutuhan logistik setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang signifikan. Dengan begitu banyak bertambahnya perusahaan jasa logistik yang berada di Indonesia. Perusahaan jasa logistik adalah suatu perusahaan yang kegiatan usahanya ditujukan untuk memperoleh pendapatan ataupun penghasilan melalui pelayanan jasa-jasa dalam pendistribusian dan pengiriman barang dalam skala kecil, menengah serta dalam skala besar. Setiap perusahaan ingin memberikan pelayanan jasa yang terbaik untuk para konsumennya. Hal tersebut dapat menumbuhkan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa secara terbaik.

Zeithaml dan Bitner (2004), kualitas pelayanan (*service quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut- atribut pelayanan suatu perusahaan. Layanan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen. Mereka ingin dapat menghubungi pengangkutan barang jika ada masalah dengan pengiriman barang mereka. Layanan pelanggan yang

baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan memiliki kepercayaan tinggi terhadap pengangkutan barang.

Menurut Trisetiawan (2014) ketepatan pengiriman yaitu kemampuan untuk mengirimkan barang sesuai dengan tanggal yang disepakati dan kemampuan menangani permasalahan transportasi dan untuk ketepatan jumlah yaitu: ketepatan dan kesesuaian jumlah dalam pengiriman dan kesesuaian isi kemasan, disamping waktu pengiriman yang sesuai dengan tanggal yang sudah ditentukan, jumlah barang yang dikirim harus sesuai dengan jumlah barang yang dipesan serta ada jaminan bahwa isi kemasan harus sesuai dengan ketentuan. Dengan tercapainya ketepatan waktu pengiriman yang ditentukan, maka akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan terhadap ekspektasinya. Kepuasan konsumen memegang peran yang sangat penting dalam menentukan keberlangsungan bisnis dan meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen ingin masalah yang mereka hadapi segera diselesaikan dan mereka menghargai perusahaan yang dapat memberikan solusi yang cepat dan efektif.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan harus memastikan bahwa produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Ini bisa dicapai dengan menyediakan produk atau

jasa berkualitas tinggi dan memastikan bahwa pelayanan kepada konsumen memuaskan. Konsumen ingin merasa dihargai dan diakui saat menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa layanan pelanggan mereka memuaskan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

Dalam hal tersebut, setiap perusahaan jasa logistik bersaing dengan ketat dalam memberikan kualitas layanan yang terbaik untuk para konsumennya demi mendapatkan loyalitas serta kepuasan konsumen dalam pengiriman barang. Pengiriman barang merupakan suatu kegiatan dalam pemindahan barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Dalam pengiriman barang diperlukan adanya sebuah transportasi untuk memindahkan barang tersebut secara cepat. Moda transportasi yang dipakai untuk memindahkan barangnya dapat melalui darat, laut, hingga udara baik itu pengiriman antar kota, hingga antar negara. Pengiriman barang merupakan salah satu jasa yang sangat penting bagi kebutuhan masyarakat saat ini. Baik untuk keperluan bisnis maupun pribadi, pengiriman barang memegang peran yang sangat penting.

Adanya hal tersebut, membuat perusahaan membutuhkan adanya jasa pengiriman barang untuk melakukan pengiriman barang yang mereka inginkan. Dalam sektor logistik dan ekspedisi sudah terdapat beberapa perusahaan ternama dan terpercaya seperti JNE, Sicepat Ekspres, J&T, serta Kantor POS untuk mengurus jasa pengiriman mulai dari surat hingga barang. Selain itu, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang merupakan

salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai penyedia, mengatur, dan mengurus dalam hal jasa angkutan kereta api di Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan layanan jasa pengiriman barang menggunakan kereta api yaitu layanan jasa pengangkutan barang yang biasa disebut dengan Angkutan Retail.

Angkutan Retail sendiri terbagi menjadi dua macam yaitu Angkutan Barang Hantaran Potongan (BHP) serta Angkutan Parcel. Angkutan BHP sendiri merupakan angkutan yang sarananya menggunakan satu kereta bagasi dengan muatan 20 ton, dimana kereta bagasi tersebut memiliki rangkaian yang tergabung pada kereta penumpang baik itu eksekutif, bisnis, maupun ekonomi dengan menggunakan alat penggerak berupa lokomotif. Keunggulan angkutan ini yaitu dapat menyesuaikan waktu dengan perjalanan angkutan penumpang sehingga lebih efektif. Sedangkan Angkutan Parcel merupakan angkutan muatan *cargo* dengan menggunakan satu set rangkaian kereta api dengan kapasitas sekali jalan sebesar 360 ton. Dengan rute Jakarta sampai Surabaya ditempuh dengan waktu selama 13 jam.

Dalam tahun-tahun belakangan ini, Angkutan Parcel cukup diminati oleh para konsumen dalam pengiriman barang berupa *cargo*. Pada unit angkutan barang terdapat sistem yang bernama *Business To Business* (B2B) dan *Business To Customer* (B2C). Menurut Miletsky dan Smith (2009), B2B merupakan sebuah proses bisnis marketing dalam menjual produk dan jasa kepada perusahaan lain, sedangkan menurut Laudon dan Traver (2017)

menyatakan bahwa B2C yaitu transaksi penjual sebagai organisasi bisnis sementara pembeli adalah konsumen individu. Berikut merupakan data pengiriman Angkutan Parcel dari tahun 2019 hingga tahun 2022 :

Tabel 1. 1 Data Total Tonase Kereta Api Parcel Tahun 2019-2022

No	Tahun	Total Tonase Per Tahun
1	Tahun 2019	6.443 Ton
2	Tahun 2020	5.279 Ton
3	Tahun 2021	4.552 Ton
4	Tahun 2022	4.490 Ton

Sumber : Data Unit Angkutan Barang (2019-2022)

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 memiliki total tonase sebesar 6.443 ton. Adanya sistem *Business To Business* (B2B) yang dimana ekspedisi memiliki kontrak dengan kereta api khususnya bagian angkutan barang. Pada tahun 2020, total tonase sebesar 5.279 ton. Tahun ini mengalami penurunan dikarenakan sistem *Business To Business* (B2B) diganti dengan *Business To Customer* (B2C) yang mana pada PT. Kereta Api Indonesia sendiri memberikan jasa kepada *customer* secara langsung melalui Rail Express Tawang. Dimana pada sistem tersebut *customer* dapat pengiriman barang dari *station to station*, sehingga tidak perlu melalui ekspedisi terlebih dahulu. Pada tahun 2020 merupakan awal pandemi yang dimana semua aktivitas dibatasi oleh pemerintah. Pada tahun 2021, total tonase sebesar 4.552 ton. Pada tahun tersebut mengalami penurunan kembali yang dikarenakan masih pandemi covid-19, sehingga berdampak pada menurunnya tonase dari angkutan parcel. Pada tahun 2022, total tonase sebesar 4.490 ton. Tahun ini total pengiriman

mengalami penurunan dikarenakan perubahan sistem yang mulanya *Business To Customer* (B2C) kembali menjadi *Business To Business* (B2B) dikarenakan pada penggunaan sistem B2C juga terjadi penurunan ketepatan waktu pengiriman yang menyebabkan para konsumen mengeluh. Serta penurunan tonase tersebut disebabkan oleh perubahan sistem yang dimana ekspedisi memiliki kontrak dengan kereta api, sehingga *customer* kereta api hanya berfokus pada ekspedisi saja.

Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan serta ketepatan waktu pengiriman barang ke dalam *cargo* yang menimbulkan masalah seperti terjadinya kerusakan barang serta kurangnya tata letak pemuatan dalam *cargo* yang mana hal tersebut sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap judul yang peneliti ambil yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman dengan Menggunakan Kereta Api *Parcel* Terhadap Kepuasan Konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT Kereta Api Indonesia (Persero).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti melakukan rancangan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?
2. Adakah pengaruh dari ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan

konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?

3. Adakah pengaruh secara bersama-sama diantara variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian Tugas Akhir ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT. Kereta Api Indonesia (Persero).
2. Mengetahui ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT Kereta Api Indonesia (Persero).
3. Mengetahui pengaruh secara bersama-sama diantara variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen di Unit Angkutan Barang DAOP 4 Semarang PT Kereta Api Indonesia (Persero).

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan hasil dari penelitian ini memiliki beberapa kegunaan untuk Universitas, Instansi terkait, maupun peneliti sendiri.

1. Bagi Prodi Manajemen dan Administrasi Logistik

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman dalam mendapatkan kepuasan konsumen serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat tema yang sama.

2. Bagi Instansi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Penelitian ini diharapkan dapat membantu kinerja PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pelayanan jasa pengangkutan barang.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan mengaplikasikan teori yang sudah didapatkan dalam perkuliahan sehingga mampu mencari kendala-kendala tentang bagaimana tingkat kualitas pelayanan pengangkutan barang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.