

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini sektor jasa telah menjadi peranan vital dalam perekonomian Indonesia, hal ini dikarenakan sektor jasa memiliki kontribusi dalam membantu peningkatan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Semakin banyaknya perusahaan jasa di Indonesia, menunjukkan bahwa sektor jasa semakin terlihat jelas pertumbuhannya. Menurut Tjiptono (2019:29), jasa didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Perusahaan penyedia jasa menawarkan layanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal tersebut mampu mendorong persaingan kompetitif di antara berbagai perusahaan jasa dalam mengoptimalkan *service* yang terbaik. Persaingan bisnis tentu dapat dimenangkan apabila penyedia jasa dapat menarik calon pelanggan untuk menggunakan jasanya, sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Maka dari itu, setiap perusahaan penyedia jasa harus menetapkan rencana strategis untuk mencapai keunggulan di tengah persaingan bisnis. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan fokus pada strategi meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan pelanggan.

Kualitas pelayanan atau kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan (Tjiptono, 2017:180). Oleh sebab itu, diperlukan usaha untuk menemukan penyesuaian *service*

quality sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan bagian dari strategi yang dapat memberikan keuntungan tersendiri dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, menarik pelanggan baru, mempertahankan yang sudah ada, dan mencegah mereka beralih ke pesaing. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak pada keputusan pelanggan dalam memilih menggunakan layanan dari suatu perusahaan. Selain kualitas layanan, faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan penggunaan jasa adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Menurut Muda dalam Disa (2017:36), kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai perilaku yang berdasarkan keyakinan pelanggan untuk bergantung pada penjual dan mengambil keputusan dalam keadaan di mana tindakan tersebut membuat pelanggan rentan terhadap penjual. *Customer trust* merupakan sebuah pondasi yang menjadi dasar bagi suatu perusahaan jasa. Pelanggan mencari perusahaan yang dapat dipercaya sepenuhnya untuk memberikan layanan dengan kualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhannya. Ketika perusahaan berhasil membangun kepercayaan pelanggan, hal ini dapat menciptakan dasar yang stabil untuk membangun hubungan dalam jangka panjang. *Customer trust* dapat dikatakan sebagai pilar utama dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa. Ketika pelanggan merasa percaya pada jasa yang ditawarkan perusahaan, maka mereka memiliki keyakinan bahwa keputusan mereka dalam menggunakan jasa tersebut merupakan keputusan yang terbaik.

Salah satu perusahaan jasa yang perlu memperhatikan faktor kualitas layanan dan kepercayaan pelanggannya adalah PT Kereta Api Indonesia (KAI). Perusahaan ini menyediakan layanan transportasi berupa kereta api. Selain menyediakan jasa

transportasi penumpang, PT KAI juga menyediakan jasa angkutan barang yang dapat memenuhi kebutuhan logistik pelanggan. PT KAI saat ini memiliki wilayah operasi yang berada di Pulau Jawa dan Sumatera. Untuk wilayah operasi Pulau Jawa terbagi menjadi 9 Daerah Operasi (Daop), salah satunya yaitu PT KAI Daerah Operasional 5 Purwokerto yang disingkat dengan Daop 5 Purwokerto. PT KAI Daop 5 merupakan salah satu perkeretaapian yang ada di Indonesia di bawah lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dibawah pimpinan seorang *Vice President (VP)*. Selain memberikan layanan angkutan penumpang, PT KAI Daop 5 juga memberikan layanan berupa angkutan barang dibawah naungan Unit Angkutan Barang yang disingkat dengan ANGBAR.

Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 menyediakan jasa angkutan barang khususnya berupa angkutan *corporate* dan angkutan retail. Angkutan *corporate* merupakan angkutan barang Kereta Api yang menggunakan satu set rangkaian Kereta Api dengan target minimum 800 ton untuk sekali jalan. Jenis barang yang sesuai untuk pengangkutan ini meliputi: Bahan Bakar Minyak (BBM), Peti Kemas, Batu Bara, *Crude Palm Oil (CPO)*, Semen dan Multikomoditi (angkutan besi dan baja). Sedangkan angkutan retail merupakan pengangkutan barang oleh Kereta Api yang menggunakan sarana Kereta Bagasi dengan ketentuan target angkutan sebesar 20 ton per hari. Dalam melaksanakan bisnisnya, Unit Angkutan Barang Daop 5 Purwokerto menerapkan sistem B2B (*Business To Business*). Sistem B2B (*Business To Business*) merupakan kesepakatan bisnis yang terjadi antar perusahaan, jika suatu perusahaan menerapkan sistem B2B maka perusahaan tersebut tidak dapat melakukan transaksi langsung dengan *customer*.

Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 berkontrak langsung dengan beberapa perusahaan yang membutuhkan jasa angkutan menggunakan Kereta Api. Berikut ini merupakan data jumlah pengguna jasa angkutan retail dari Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengguna Jasa Unit Angkutan Barang

Tahun	Jumlah Pengguna Jasa
2019	5
2020	8
2021	8
2022	5

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 terdapat 5 perusahaan sebagai pengguna jasa dari angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto. Perusahaan tersebut meliputi: PT Kereta Api Logistik, PT Herona Express, PT Lintas Nusantara Perdana (LNP), PT Karya Indah Buana (KIB), PT Karunia Indah Delapan Express (KI8). Pada tahun 2020 jumlah pengguna jasa Angkutan Barang mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Hal itu dikarenakan bertambahnya tiga perusahaan yang menggunakan jasa angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto yakni PT Toto Express, Jet Express, PT NCS Indonesia, sehingga pada tahun tersebut jumlah pengguna jasanya menjadi 8 perusahaan. Namun, pada tahun 2022 yaitu PT Toto Express, Jet Express, NCS Indonesia sudah tidak menggunakan kembali jasa dari Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto. Sehingga pada tahun 2022 jumlah pengguna jasa telah mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu dari 8 perusahaan menjadi 5

perusahaan saja yang menggunakan jasa Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto, sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Mitra Ekspedisi Unit Angkutan Barang

No	Nama Perusahaan	Kereta Yang Digunakan
1	PT Kereta Api Logistik (KALOG)	KA Parcel Tengah, KA Parcel Selatan, KA Malabar, KA Joglosemarkerto.
2	PT Herona Express	KA Parcel Tengah
3	PT Lintas Nusantara Perdana (LNP)	KA Parcel Tengah, KA Serayu Malam, KA Wijayakusuma, KA Mutiara Selatan.
4	PT Karunia Indah Delapan Express (KI8)	KA Parcel Tengah, KA Serayu Malam, KA Wijayakusuma, KA Mutiara Selatan.
5	PT Karya Indah Buana (KIB)	KA Parcel Tengah, KA Serayu Malam, KA Wijayakusuma, KA Mutiara Selatan.

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Dari data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2022 jumlah pengguna jasa angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto mengalami penurunan yang dapat menimbulkan dampak bagi perusahaan, seperti turunnya target pendapatan dan berkurangnya volume tahunan perusahaan dari tahun sebelumnya. Berikut merupakan estimasi target dan realisasi volume tahunan angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto:

Tabel 1.3
Data Target dan Realisasi Volume Angkutan Retail

Tahun	Target Volume	Realisasi Volume
2019	9.600 Ton	9.134 Ton
2020	15.360 Ton	15.462 Ton
2021	15.462 Ton	15.396 Ton
2022	9.134 Ton	9.097 Ton

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat target dan realisasi volume angkutan retail, dimana untuk target volume ditentukan berdasarkan hasil realisasi volume di tahun sebelumnya. Target volume juga dilihat berdasarkan jumlah mitra perusahaannya, sehingga dengan menurunnya jumlah pengguna jasa angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto dapat menyebabkan menurunnya target dan volume tahunan pada angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5. Hal itu tentu menjadi perhatian khusus bagi Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto agar dapat meningkatkan kembali jumlah pengguna jasanya pada tahun-tahun berikutnya.

Berdasarkan pengamatan yang ada dilapangan bahwa pelayanan yang diberikan Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto masih kurang maksimal. Hal ini dapat dilihat dari adanya keluhan terkait keterlambatan pengiriman barang dan kerusakan pada packing maupun pada barang yang dikirim. Dengan adanya kasus tersebut dapat menyebabkan mitra perusahaan kurang percaya dan ragu untuk menggunakan layanan atau jasa dari Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto. Oleh karena itu, Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto harus terus berkomitmen untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya agar dapat memberikan layanan yang lebih baik dan memuaskan bagi para mitra perusahaannya. Dengan memberikan pelayanan yang handal, tepat waktu, dan transparan, Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto dapat membangun kepercayaan yang kuat dari mitra perusahaan dan memastikan bahwa mereka tetap memilih untuk menggunakan jasa pengangkutan barang dari PT KAI Daop 5 Purwokerto sebagai mitra yang terpercaya. Kepercayaan yang terjaga akan menjadi landasan yang kuat untuk mempertahankan hubungan bisnis yang

berkelanjutan dan berkontribusi pada kesuksesan bersama antara Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto dan para mitra perusahaannya.

Dalam konteks Angkutan Barang PT KAI Daop 5, masih diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Retail Pada Unit Angkutan Barang PT KAI Daop 5 Purwokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan gambaran latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto?
2. Apakah kepercayaan pelanggan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto?
3. Apakah kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto.
3. Menganalisis pengaruh dari kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi peneliti khususnya mengenai dampak kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan dapat memberikan informasi bagi perusahaan terkait dampak kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa angkutan retail pada Unit Angkutan Barang PT KAI DAOP 5 Purwokerto.

3. Bagi Akademik

Harapannya, penelitian ini akan berkontribusi dalam memperkaya koleksi referensi di perpustakaan Universitas Diponegoro dan menjadi panduan bagi peneliti berikutnya yang tertarik pada tema serupa dengan penelitian ini.