

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi makin pesat, komputerisasi sudah diterapkan di segala bidang, sehingga masyarakat telah lama meninggalkan cara tradisional dan beralih pada kemajuan teknologi canggih yang lebih efektif dan efisien. Salah satu kemajuan teknologi yang dapat kita lihat adalah dalam hal sarana transportasi. Sarana transportasi mempunyai peranan yang sangat besar dalam hal memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa. Sehingga menjadikan banyak bermunculan sarana pengiriman barang baik darat, udara, laut yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta.

Adanya kendala pengiriman barang dan jasa pada masyarakat berupa waktu dan tenaga serta tempat, maka sarana transportasi sangat penting fungsinya. Melihat hal itu maka bermunculan berbagai pengelola sarana transportasi untuk pengiriman yang efektif dan efisien. Dilain pihak konsumen sebagai pemakai jasa lebih banyak menentukan alternatif pilihan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa pengiriman dengan berusaha mencari kepuasan maksimal pada jasa tersebut dengan memperhatikan kualitas jasa yang diberikan.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas jasa diberikan selama penyerahan pelayanan terjadi dalam proses interaksi antara konsumen dan terdapat kontak

personil dengan penyelenggara jasa tersebut. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemulihan produk dan jasa bagi konsumen.

Pada saat ini sarana pengiriman barang dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja perusahaan. Jaminan kepuasan yang diberikan adalah dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang sebaik-baiknya sehingga akan disenangi oleh pelanggan. Dengan adanya faktor terjaminnya barang sampai tujuan, keamanan, lama pengiriman barang, harga dan pelayanan, akan menyebabkan pelanggan mengambil keputusan untuk mengirim atau tidak pada jasa lainya. Masyarakat sebagai konsumen tentunya sangat jeli dalam melihat perusahaan mana yang dapat memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan akurat, bahkan konsumen berani membayar mahal sekalipun.

Kinerja perusahaan yang tinggi dan kualitas jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa merupakan faktor pendukung bagi kepuasan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen agar mereka puas sesuai dengan harapanya. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu diperlukan evaluasi dari pelangganya.

CV. Surya Cargo Yogyakarta sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang (Cargo) perlu juga melakukan

---

evaluasi atas kualitas jasa dari konsumennya. Evaluasi kualitas jasa pada CV. Surya Cargo Yogyakarta dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas jasa yang terdiri dari segi bukti langsung (*tangibles*) yang didapat setelah konsumen mengirim paket, keandalan (*reliability*) yaitu kecepatan dan keakuratan pelayanan karyawan, daya tanggap (*responsiveness*) dalam pelayanan, jaminan (*assurance*) terhadap barang yang dikirim dan perhatian (*emphaty*) pada konsumen.

Melihat fenomena diatas, maka pihak CV. Surya Cargo Yogyakarta mencoba menghadirkan sarana jasa pengiriman barang yang akan ikut bersaing dengan yang lainnya. Sebaga salah satu sarana pengiriman barang, maka CV. Surya Cargo diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada perannya, terutama kuantitas dan kualitas jasa yang diberikan dalam upaya memuaskan pelanggan dengan menawarkan berbagai keunggulan dan ketepatan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS JASA PENGIRIMAN BARANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. SURYA CARGO YOGYAKARTA”.

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor kualitas jasa yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yaitu dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, dkk (1985) dalam Yamit (2001).

---

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yaitu:

1. Apakah variabel kualitas jasa yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV. Surya Cargo Yogyakarta?
2. Faktor apakah yang paling signifikan dari dimensi kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukanya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan CV. Surya Cargo Yogyakarta.
2. Untuk mengidentifikasi faktor yang paling signifikan dari dimensi kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat diadakanya penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi:

---

### 1. Penulis

- a. Dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan oleh penulis di bangku kuliah dengan masalah yang sebenarnya.
- b. Dapat menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kualitas jasa.

### 2. Perusahaan

- a. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan terutama dalam hubungannya dengan kualitas jasa.
- b. Dapat memberikan masukan bagi perusahaan terutama industri jasa supaya meningkatkan kualitas jasanya untuk mencapai kepuasan pelanggan.

### 3. Masyarakat

Dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam usaha meningkatkan pengetahuan, khususnya sebagai bahan bacaan dalam rangka memperbandingkan antara teori dan kondisi bisnis yang sesungguhnya.

---