KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI PENETAPAN TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN

(DI P.T. KERTA GAYA PUSAKA PERWAKILAN SOLO TAHUN 2008)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Kesarjanaan Jenjang Strata 1

Disusun Oleh

AFIRSTYA AGMUHSURTAN
A210 050 044

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat yang diimbangi dengan perkembangan alat-alat teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba yang semaksimal mungkin dengan pengorbanan seminimal mungkin. Mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tersebut tidaklah mudah, semuanya pasti mempunyai strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan bisnis. Persaingan memang sangat diperlukan di segala bidang, karena dengan adanya persaingan akan semakin termotivasi dalam diri setiap individu untuk memacu dirinya untuk meningkatkan kualitas diri sehingga dirinya mampu untuk berlomba-lomba atau bersaing dengan siapa saja.

Saat ini untuk membuktikan suatu perusahaan dapat unggul dari perusahaan lainnya yaitu dengan diminatinya produk-produk yang diluncurkan oleh para produsen. Menarik perhatian para konsumen tentunya bukan hal yang mudah bagi setiap perusahaan karena terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Mankiw (1998:77) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen adalah (1) harga; (2) pendapatan; (3) harga barang lain (barang substitusi dan komplementer); (4) usia; (5) ekspektasi. Pada saat inilah peran seorang

pemasar harus maksimal untuk memasarkan produknya melalui iklan. Selain itu pemasar juga harus memperhatikan tarif yang ditetapkan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar konsumen tertarik. Seorang konsumen pastinya menginginkan kepuasan pada saat membeli sabuah produkk. Tarif yang sesuai dan kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan sehingga menambah kepuasan bagi konsumen dalam menikmati produk yang telah dibelinya.

Pencapaian kepuasan yang dirasakan kosumen merupakan hal yang diinginkan produsen. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Tjiptono (2004:146) mengemukakan bahwa sebenarnya konsep kepuasan konsumen masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana maupun kompleks dan rumit. Pelanggan tidak hanya lebih banyak kecewa pada jasa daripada barang, tetapi mereka juga jarang mengeluh. Salah satu alasannya adalah karena mereka juga ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa. Kotler (2000:42) mengemukakan bahwa "kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya".

Oliver (dalam Tjiptono & Chandra, 2005:196) mengemukakan kepuasan konsumen adalah penilaian bahwa bentuk/model produk atau jasa, atau produk/jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Pada dasarnya ada dua hal penting dan paling mendasar agar para konsumen merasa puas ketika membeli produk kita yaitu tarif yang akan ditetapkan dan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Tarif adalah suatu ukuran yang menunjukkan nilai dari sebuah barang atau jasa yang dijual kepada konsumen. Menurut Wojowasito (2000:307) mengemukakan tarif adalah nilai barang sedangkan menurut Marsudi Djojodipuro (1991:51) tarif adalah nilai suatu barang yang dapat dinilai dengan uang. Disamping itu pula tarif meruakan hal yang paling mendasar yang harus dipikirkan para pemasar setelah sebuah barang atau jasa itu selesai dibuat. Karena bagi para kebanyakan konsumen dimasa krisis keuangan duniasemacam ini jika akan membeli sebuah produk baik itu barang atau jasa pasti yang akan dilihat atau ditanyakan kepada penjual adalah harganya bahkan dalam keadaan ekstrim pembeli akan membeli produk yang paling murah walaupun produk tersebut belum teruji di pasaran. Dimasa sulit seperti sekarang ini harga-lah yang menjadi patokan produk tersebut nantinya laku atau tidak karena itu para pemasar berfikir keras untuk menetapakan harga yang layak terhadap produk yang akan dijualnya baru setelah itu memikirkan bagaimana cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya. Seperti yang

dijelaskan oleh Sugiarto, Endar (1999, 45) bagi perusahaan yang utama dalam menciptakan sebuah produk adalah berusaha menetapakan produk selayak mungkin agar terjangkau semua kalangan baru setelah itu berfikir untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik. Jika pemasar berhasil menetapkan harga yang layak maka para pelanggan akan merasa puas.

Setelah berhasil menetapakan harga yang layak para pemasar juga harus berfikir bagaimana cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Karena kualitas pelayanan menjadi salah satu tolak ukur produk tersebut memuaskan bagi pelanggan atau tidak. Tjiptono (2004:51) mengemukakan bahwa konsep kualitas itu sendiri dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Dalam perspektif TQM (Total Quality Management), kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Goestsh & Davis (dalam Tjiptono, 2004:51) mendefinisikan bahwa "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Jasa angkutan barang merupakan salah satu bidang usaha yang sangat lekat dengan faktor kualitas pelayanan yang sangat mementingkan kepuasan pelangganya. Seiring perkembangan jaman jasa angkutan barang di Indonesia

semakin berkembang. Pada dasarnya setiap perusahaan jasa ini mempunyai kesamaan yaitu adanya penetapan tarif yang mengatur tentang besarnya tarif untuk setiap jenis barang yang dikirim, jauhnya tujuan barang akan dikirim dan dengan jenis transportasi apa yang akan dipakai untuk pengiriman barang tersebut. Tapi yang membedakan setiap perusahaan yang bergerak dibidang ini adalah kualitas pelayananya. Dalam bidang usaha ini kualitas pelayanan adalah yang terpenting, salah satu yang terpenting adalah cepatanya barang yang dikirim sampai ketangan penerima. Jika salah satu faktor kualitas pelayanan jasa ini dijaga oleh perusahaan jasa angutan barang maka perusahaan dapat menjaga kepuasan pelanggan yang selama ini menggunakan jasanya.

Hal ini pula yang dirasakan oleh PT. Kerta Gaya Pusaka perwakilan Solo dalam upayanya untuk menjaga kepuasan konsumen, terlebih lagi pada masa ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak dibidang sama yang juga bersaing untuk memuaskan pelanggannya agar dapat menarik lebih banyak lagi pelanggan baru. Tapi dalam upayanya untuk menjaga kepuasan pelanggan PT. Kerta Gaya Pusaka perwakilan Solo terkendala masalah penetapan besarnya tarif yang tidak bisa diubah tanpa adanya kesepakatan bersama para pengusaha pengangkutan barang kota Solo (ASPERINDO-Solo). Maka dari itu PT. Kerta Gaya Pusaka perwakilan Solo berupaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar merasa terpuaskan dalam menggunakan jasa PT. Kerta Gaya Pusaka perwakilan Solo.

Penilitian ini mencoba mengangkat PT. Kerta Gaya Pusaka yang merupakan salah satu pelopor perusahaan pengangkutan barang swasta di Indonesia yang selalu mengedepankan kualitas pelayanannya guna menjaga kepuasan pelanggan yang selama ini mempercayakan pengiriman barangnya melalui PT. Kerta Gaya Pusaka khususnya yang melalui perwakilanan Solo.

Berdasarkan uraian di atas, penulis sangat tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut, maka penulis mengambil judul **" KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI PENETAPAN TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. KERTA GAYA PUSAKA PERWAKILAN SOLO TAHUN 2008".**

B. Pembatasan Masalah

Supaya masalah yang diteliti tidak meluas maka perlu diadakan pembatasan masalah. Batasan masalah sangat penting karena merupakan fokus penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Tingkat kepuasan pelanggan hanya didasarkan atas penetapan tarif dan tingkat pelayanan yang diberikan.
2. Subyek penelitian khusus bagi pelanggan tetap yang berjenis instansi yang telah menggunakan jasa PT. Kerta Gaya Pusaka sejak perusahaan ini berdiri di kota Solo

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Bagaimana pengaruh penetapan tarif terhadap kepuasan pelanggan?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan dapat diukur dengan penetapan tarif dan kualitas pelayanan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian sehingga dengan tujuan penelitian akan dapat bekerja secara terarah baik dalam mencari data dan pemecahan masalah, adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penetapan tarif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Perusahaan Jasa Pengiriman Barang.

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan yang bersangkutan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan.

2. Bagi Pelanggan

   Sebagai dasar yang menunjukkan bahwa perusahaan yang dipilih sebagai relasi kerja bagus atau tidak

3. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan agar penulis dapat menerapkan disiplin ilmu selama mengikuti kuliah serta sebagai kepuasan intelektual.

4. Bagi Pihak Lain

   Sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian berikutnya.

F. Sistematika Skripsi

Dalam hal ini penulis akan menggambarkan sedikit tentang materi yang akan penulis teliti.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang pengertian dan konsep kepuasan pelanggan, pengukuran kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan, konsep biaya dan tarif, kategori tarif angkutan, jenis tarif angkutan, contoh penetapan tarif, karakteristik jasa, mengelola kualitas jasa, ciri khas kualitas jasa, mengenal keluhan pelanggan, sumber dan cara pemecahannya. Tingkat kepuasan pelanggan ditinjau dari penetapan tarif dan kualitas pelayanan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Tempat Penelitian, Populasi, Sampel, Sampling, Variabel

Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Instrument, Try Out Angket, Uji Prasyarat Analisis, Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang Sejarah singkat perusahaan, lokasi dan luas areal perusahaan, struktur organisasi, pembahasan dari hasil penelitian yang berupa penjelasan teknik, pengumpulan data dan analisis data

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan kesimpulan dari hasil analisis data yang dilakukan penulis dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN