

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang serba cepat dan terhubung ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan menarik pelanggan, khususnya dalam industri jasa. Globalisasi telah membawa dampak besar terhadap pola konsumsi dan ekspektasi pelanggan, di mana pelanggan kini tidak hanya menginginkan layanan yang cepat, tetapi juga mengutamakan kualitas, transparansi, dan kenyamanan dalam setiap aspek pelayanan. Dalam konteks ini, perusahaan-perusahaan penyedia layanan pengiriman, seperti TIKI, harus mampu menanggapi tuntutan tersebut dengan cara yang efektif agar tetap kompetitif di pasar yang semakin berkembang pesat.

TIKI merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang, perusahaan ini didirikan oleh Alm. Bpk Soeprapto Soeparno dan Ibu Nuraini Soeprapto pada 1 September 1970 yang juga bertindak sebagai pemegang saham perusahaan. Pada tahun 1972, perusahaan ini melakukan restrukturisasi manajemen dengan bekerja sama dengan Alm. Irawan Saputra, Gideon Wiraseputra dan Raphael Rusmadi yang kemudian juga menjadi pemegang saham. Dengan adanya perubahan Manajemen dan Permodalan yang baru, serta adanya pertumbuhan dan peningkatan ekonomi yang baik di Indonesia, maka membawa usaha TIKI berkembang dengan pesat dan secara bertahap mulai mengembangkan usahanya dengan mendirikan cabang-cabang utama di setiap Ibukota Provinsi di Indonesia. Dalam waktu satu setengah tahun, TIKI sudah tersebar dan menjangkau dan melayani jasa titipan ke seluruh wilayah Indonesia dan Mancanegara (TIKI, n.d).

TIKI memiliki 6 produk layanan yaitu, *Same Day Service* (SDS) kiriman tiba dihari yang sama, *Over Night Service* (ONS) kirim hari ini esok tiba, *Regular Service* (REG) kiriman tiba dalam 3 hari, *Economy Service* (ECO) pengiriman dengan biaya ongkir yang lebih hemat, *Trucking Service* (TRC) layanan pengiriman

dengan berat minimum 10 kilo gram, dan *International Service* (INT) layanan pengiriman dengan ongkir terjangkau ke luar negeri. Sama halnya dengan perusahaan ekspedisi lain, TIKI juga menyediakan fitur *Cash On delivery* (COD), namun pada TIKI Lhokseumawe hanya menyediakan 2 layanan yaitu *Economy Service* (ECO) dan *Regular Service* (REG).

TIKI Lhokseumawe memiliki 7 karyawan yang terdiri dari 3 Admin, 1 *Office Boy* dan 3 kurir dengan kendaraan pribadi sebagai kendaraan operasional, dalam satu hari TIKI ini menerima sebanyak 100-160 paket. Masalah utama pada penelitian ini yaitu terdapat beberapa kendala dalam layanan pengiriman, seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian estimasi waktu tiba, serta kondisi barang yang kurang terjaga saat diterima. Berdasarkan lampiran II, data pengiriman paket TIKI Lhokseumawe pada bulan Februari 2025 menunjukkan bahwa dari total 2.264 paket yang dikirimkan, sebanyak 33 paket mengalami keterlambatan, dan 3 paket hilang. Dan juga pada saat melakukan pengamatan selama 6 hari terdapat 3 orang konsumen yang melakukan complain secara langsung kepada admin (*teller*) terkait pengiriman yang lama, oleh karena itu pihak TIKI Lhokseumawe perlu berkonsentrasi terhadap kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama bagi sebuah perusahaan jasa.

Dari permasalahan di atas maka penulis menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA) untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan cara membandingkan tingkat kepuasan pelanggan dengan kinerja atau pelayanan yang diberikan, dimana metode ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui pencapaiannya, atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dan juga atribut-atribut yang perlu dipertahankan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pada TIKI Cabang Lhokseumawe Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis (IPA)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang adapun rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TIKI Lhokseumawe menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA)?
2. Apa saja atribut yang menjadi prioritas perbaikan dalam kualitas pelayanan TIKI Lhokseumawe dengan menggunakan *Importance Perfomance Analysis* (IPA)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan TIKI Lhokseumawe dengan menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA).
2. Untuk mengetahui Apa saja atribut yang menjadi prioritas perbaikan dalam kualitas pelayanan TIKI Lhokseumawe dengan menggunakan *Importance Perfomance Analysis* (IPA).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan maka TIKI Lhokseumawe dapat mengidentifikasi atribut atau area mana saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan, juga dapat membantu TIKI Lhokseumawe dalam menptahankan pelanggan yang sudah ada dan juga menarik pelanggan baru, dimana data kepuasan pelanggan ini menjadi informasi yang sangat penting bagi TIKI Lhokseumawe dalam pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan layanan.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan hanya pada kualitas pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh TIKI Lhokseumawe.

2. Penelitian ini hanya menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA).
3. Analisis hanya dilakukan terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari perspektif pelanggan.
4. Data yang dikumpulkan berasal dari responden yang pernah menggunakan layanan TIKI Lhokseumawe.
5. Penelitian hanya akan mengukur tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dan realitas pelayanan yang diterima berdasarkan dimensi dalam metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA).

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode *Importance Perfomance Analisys* (IPA) dinilai mampu menyelesaikan masalah terkait kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan pada TIKI Lhokseumawe.
2. Pada saat pengambilan data kuesioner tidak mengalami perubahan.
3. Responden memahami pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner.
4. Responden akan memberikan jawaban yang jujur dan akurat berdasarkan pengalaman mereka saat menggunakan layanan pengiriman TIKI Lhokseumawe.