

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan. Era globalisasi seperti sekarang ini menjadikan kebutuhan setiap individu semakin kompleks ditambah pula dengan mobilitas yang tinggi menyebabkan kecepatan dalam memperoleh sesuatu menjadi penting. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk melihat dan merespon dengan cepat mengenai peluang dan tantangan yang ada, jika tidak maka perusahaan akan jauh tertinggal atau tidak dapat mampu bersaing dengan perusahaan yang mampu menyikapinya dengan baik

Persaingan usaha dapat dimenangkan dengan cara menciptakan produk barang maupun jasa yang mampu memenuhi keinginan pelanggan. Pemenuhan keinginan itu dapat berupa penciptaan produk barang maupun jasa yang memiliki kualitas yang baik. Konsumen atau pelanggan menjadikan kualitas sebagai aspek yang penting dalam pemilihan barang maupun jasa. Penilaian kualitas tersebut berdasarkan kinerja atau nilai guna produk yang sesuai dengan

yang diharapkan oleh pelanggan.

Aspek kualitas memiliki implikasi yang besar terhadap kepuasan konsumen (Firdian, 2012:51). Kepuasan menurut Kottler (2013:36) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) dengan harapan-harapannya. Selain kualitas, aspek harga tentu menjadi aspek yang penting untuk dipertimbangkan dalam memperoleh kepuasan konsumen. Hal tersebut terkait dengan kesesuaian harga dengan kualitas yang ditawarkan. Selain harga, kecepatan merupakan aspek yang sangat menentukan kepuasan yang didapatkan oleh konsumen.

Konsumen yang puas terhadap layanan yang diberikan akan berimplikasi terciptanya loyalitas pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih ke produk layanan pesaing. Jika hal tersebut tidak terpenuhi maka loyalitas mereka akan hilang sehingga akan beralih untuk membeli produk atau jasa pesaing. Hal tersebut akan berimplikasi pada penurunan penjualan sehingga menurunkan laba atau bahkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, manajer perusahaan harus mampu mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggannya. Terutama dalam industri jasa pengiriman barang atau jasa kurir yang mana barang cepat sampai atau pelayanan yang jauh lebih singkat akan mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut.

PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa dikenal dengan JNE adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa kurir. Melihat potensi dan peluang dari industri ini yang prospektif dan persaingan dalam industri yang semakin ketat, maka JNE berusaha untuk menjadi yang terbaik dan berusaha

memenangkan persaingan yang ada. JNE sebagai penyedia jasa pengiriman barang di mana berfungsi menjadi penghubung antara pihak-pihak yang mempercayakan pengiriman barangnya melalui perusahaan tersebut, dituntut melakukan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggannya, baik pelanggan individu maupun pelanggan bisnis. Aktivitas bisnis JNE tidak hanya sebatas kirim terima barang dari konsumen (*business to consumer*) tetapi melibatkan perusahaan lain dalam kegiatan bisnisnya (*business to business*), seperti pada layanan angkutan darat yang mana JNE melibatkan Assarent (PT. Adi Sarana Armada Tbk), yaitu perusahaan penyewaan kendaraan di Indonesia sementara untuk angkutan udara melibatkan Lion Air (PT. Lion Mentari Airlines) dan Sriwijaya Air (PT. Sriwijaya Air). Penjaminan barang yang rusak ataupun hilang pihak PT. TIKI JNE bekerja sama dengan lembaga asuransi PT. Asuransi Ramayana. Produk pengiriman uang tunai yang bekerja sama dengan Western Union. Produk layanan Pesona JNE pihak perusahaan melibatkan industri UMKM dibidang kuliner daerah.

JNE Cabang Padang dengan sejumlah kantor cabang pembantu telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap JNE. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan JNE Cabang Padang. Dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan JNE Cabang Padang sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan oleh JNE Cabang Padang sudah sesuai

atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan. Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan JNE memberikan kepuasan melalui pelayanannya, diperlukan riset pemasaran. Informasi dari hasil riset pemasaran tersebut bertujuan mengetahui sikap dan perilaku para pelanggan terhadap apa yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan menjadi pelanggan JNE Cabang Padang. Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“ANALISA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGIRIMAN BARANG JNE DI KOTA PADANG MENGGUNAKAN METODE COBIT”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam laporan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang sistem informasi manajemen kepuasan konsumen dalam pengiriman barang di JNE tersebut bisa berjalan efisien dan efektif ?
2. Apakah dengan sistem yang diterapkan dapat membantu pihak JNE mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang di JNE Kota Padang ?
3. Apakah dengan menggunakan metode Cobit dapat membantu dalam

meningkatkan kualitas sistem informasi pada manajemen kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang di JNE Kota Padang ?

1.3 Hipotesa

Adapun hipotesa dalam laporan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam melakukan analisa kualitas sistem informasi manajemen kepuasan konsumen ini dibuatlah sebuah kuisioner berbentuk web, yang akan di isi oleh konsumen JNE setiap kali melakukan pengiriman barang. Sehingga hasilnya langsung dapat dilihat menggunakan rumus yang sesuai ketetapanannya.
2. Diharapkan dengan diterapkan analisa kualitas sistem informasi manajemen kepuasan konsumen dalam pengiriman barang ini dapat membantu pihak JNE melihat bagaimana kepuasan konsumen dalam melakukan pengiriman barang sehingga dapat dilakukan evaluasi, sehingga membantu pihak JNE untuk meningkatkan layanannya.
3. Dalam menggunakan framwork Cobit akan sangat membantu karyawan dalam menganalisa kualitas sistem informasi manajemen kepuasan konsumen dalam pengiriman barang di JNE Kota Padang

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yaitu :

1. Dalam analisa kualitas sistem manajemen ini dapat membantu karyawan dalam kepuasan konsumen pengiriman barang dengan akurat dan tepat

2. Mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam menganalisa kualitas sistem informasi manajemen
3. Dengan menggunakan metode Cobit ini dapat mempermudah karyawan dalam menganalisa kualitas sistem informasi manajemen kepuasan konsumen dalam pengiriman barang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Untuk membantu analisa kualitas sistem manajemen terstruktur
2. Untuk membantu karyawan dalam mendapatkan informasi kepuasan konsumen dalam pengiriman barang
3. Dengan diterapkannya metode Cobit, ini dapat membantu analisa kualitas sistem manajemen.

1.6 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada perusahaan adalah sebagai berikut :

