

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman. Banyak orang mulai dari masyarakat kota hingga yang ada di pelosok pedesaan membutuhkan jasa pengiriman. Saat ini bisnis jasa pengiriman barang dalam negeri berkembang cukup pesat. Tentu semua pelaku usaha jasa pengiriman berlomba-lomba agar bisnis yang dikelolanya mendapatkan omset yang sebesar-besarnya.

Salah satu jasa pengiriman barang yang sudah terkenal adalah titipan kilat atau TIKI. PT TIKI yang bernama resmi Citra Van Titipan Kilat memiliki lebih dari 3000 gerai yang tersebar di Indonesia. Salah satu gerainya yaitu gerai 046 yang terletak di Jl. Dustira No 26 Cimahi. Sebagai salah satu gerai yang sudah berdiri lama tepatnya sejak tahun 2000, gerai ini mempunyai pelanggan tetap.

Berdasarkan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak gerai TIKI, dalam 4 tahun terakhir ini pihak gerai mengalami penurunan pendapatan dan kehilangan loyalitas konsumen (tidak kembalinya konsumen baru), hal ini tentunya disebabkan oleh banyak faktor sehingga gerai tersebut mengalami kehilangan loyalitas konsumen dan penurunan pendapatan. Sehingga, diperlukan analisa mengenai strategi yang tepat untuk dapat menarik konsumen dan mengetahui hal yang menjadi pertimbangan orang memilih mengirim barang melalui gerai ini. Berikut adalah data penurunan pendapatan gerai dari tahun 2015-2018 :

Tabel 1.1
Pendapatan Tahun 2015-2018

| Tahun | Pendapatan |
|-------|-------------------|
| 2015 | Rp 937,259,931.00 |
| 2016 | Rp 917,976,414.00 |
| 2017 | Rp 830,222,741.00 |
| 2018 | Rp 764,867,652.00 |



Gambar 1.1
Grafik Pendapatan TIKI Tahun 2015-2018

Dari data diatas dapat diketahui bahwa tiap tahun dari tahun 2015, pendapatan gerai tersebut semakin menurun. Dari tahun 2015 hingga 2018, TIKI mengalami penurunan pendapatan hingga Rp 172.392.279. Pihak TIKI mengalami penurunan hingga 22,5%. Dan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak TIKI, ada banyaknya konsumen yang tidak kembali lagi mengirim barang ke TIKI Dustira dan pihak TIKI belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat. Peneliti ingin membantu pihak gerai TIKI dengan cara mengusulkan solusi berupa strategi pemasaran untuk tetap dapat mempertahankan loyalitas konsumen meskipun banyak jasa pengiriman baru bermunculan. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap gerai TIKI dan dapat membuat konsumen mengajak orang-orang disekitarnya untuk menjadi konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Pihak TIKI Dustira kurang memahami variabel-variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen mengirim barang menggunakan jasa TIKI Dustira.
2. Kinerja TIKI Dustira kurang baik di mata konsumen.
3. Konsumen belum merasa puas terhadap jasa TIKI Dustira
4. Pihak TIKI Dustira belum mengetahui faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang diterapkan belum tepat.
6. Banyaknya konsumen TIKI Dustira yang beralih ke pesaing.
7. Strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen yang diterapkan TIKI Dustira kurang tepat.

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Setelah melakukan identifikasi masalah, maka langkah berikutnya adalah pembatasan masalah. Pembatasan masalah bertujuan untuk membatasi masalah-masalah apa saja yang dapat dibatasi agar penelitian ini tidak menjadi terlalu luas. Hal-hal yang dapat dibatasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini tidak membahas masalah persaingan antar jasa pengiriman.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih TIKI Dustira sebagai jasa pengiriman barang?
2. Bagaimana tingkat kinerja TIKI Dustira di mata konsumen?

3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap TIKI Dustira?
4. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen TIKI Dustira?
5. Faktor kinerja apa yang mempengaruhi loyalitas konsumen?
6. Bagaimana *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk TIKI Dustira?
7. Usulan strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan oleh TIKI Dustira dalam meningkatkan loyalitas konsumen?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Mengidentifikasi faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih TIKI Dustira.
2. Untuk mengetahui kinerja TIKI Dustira saat ini di mata konsumen.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap TIKI Dustira.
4. Mengetahui loyalitas konsumen terhadap TIKI Dustira.
5. Mengetahui faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
6. Mengetahui *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang harus dilakukan oleh TIKI Dustira.
7. Memberikan usulan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen dari jasa TIKI Dustira.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang dihadapi, identifikasi masalah yang terjadi di TIKI, pembatasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian, perumusan masalah yang terjadi, tujuan penelitian untuk TIKI, serta sistematika penulisan dari laporan tugas akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori yang akan digunakan oleh peneliti dalam memecahkan masalah, tinjauan pustaka yang didapatkan berasal dari beberapa sumber yang menjadi referensi penulis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan *flowchart* langkah-langkah penelitian yang dilakukan dari awal sampai akhir serta menjelaskan tiap langkah yang dilakukan tentang proses penelitian keseluruhan.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi data-data yang dikumpulkan penulis berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yang kemudian data-data ini akan diolah pada bab berikutnya.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA & ANALISIS

Pada bab ini berisi langkah pengolahan data yang dilakukan agar menghasilkan informasi yang diperlukan, serta analisis hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis melakukan penarikan kesimpulan dari pengolahan data yang telah diteliti serta analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dan penulis memberikan saran bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**