

PENGARUH ELEMEN LOGISTIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS 3 TOKO BANGUNAN DI KELURAHAN HARAPAN JAYA, KECAMATAN BEKASI UTARA)

Renja Guntur Rismara, Cundo Harimurti, I Nyoman Purnaya

Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami^{1,2,3}
Email : renjarismara9@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords :

Logistics Elements,
Customer Satisfaction

This study aims to determine how much influence the Elements of Logistics on Customer Satisfaction (Case Study 3 Building Stores in the Harapan Jaya Village, North Bekasi District). The population of this study were customers who came to Sinar Harapan Building Stores, Anam Building Stores and Rapid Building Stores. Samples in this study as many as 90 people using the non-probability sampling method that is accident sampling, then the data is processed by simple linear regression analysis.

The dependent variable in this study is customer satisfaction and the independent variable is the logistics element. The results of the study indicate that the logistics element has an influence on customer satisfaction. It can be seen from the results of the coefficient of determination (R²) which shows the value of R² = 0.402. It means that the Logistics Element variable (X) can affect Customer Satisfaction (Y) by 40,2%, 59,8% the rest is equal are influenced by other variables not included in the model or equation in this study.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri konstruksi pada beberapa tahun terakhir ini memang menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Menurut Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Basuki Hadimuljono mengatakan bahwa industri konstruksi menjadi salah satu penyokong pertumbuhan ekonomi nasional, disamping sektor konsumsi. Hal ini dikatakan sesuai dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa triwulan-II 2018, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,27%. Menurut Swantari (2015), pertumbuhan sektor konstruksi di Indonesia per tahun hingga tahun 2015 mencapai 7% - 8%, dan diperkirakan hingga tahun 2025, pertumbuhan sektor konstruksi di Indonesia akan mencapai 10% - 15 % seiring program Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) dan Program Pembangunan Jangka Panjang. Ditambah lagi dengan adanya dukungan dari pemerintah yang mendorong sinergi antara kontraktor kecil, menengah dan besar untuk penggarap proyek-proyek tersebut. Selain itu, dengan diadakannya ACFTA (ASEAN-CHINA Free Trade Area) pada tahun 2015, dimana kawasan tersebut merupakan satu kawasan perdagangan bebas antara anggota ASEAN dan CHINA, membuat industri konstruksi menjadi pusat perhatian investor luar negeri untuk melakukan investasi. Investasi yang dilakukan adalah investasi publik yang merupakan kunci dalam rencana pemerintah untuk fasilitas umum. Fasilitas umum seperti membangun jalan, sumber daya air dan infrastruktur pemukiman warga untuk pembangunan jangka panjang.

Salah satu dampak utama dari pertumbuhan industri konstruksi adalah meningkatnya permintaan pekerjaan pada badan usaha jasa konstruksi dan kebutuhan tenaga kerja konstruksi. Selain itu, perkembangan industri konstruksi juga memberikan dampak terhadap menjamurnya toko bangunan di Indonesia, termasuk di daerah Bekasi, Jawa Barat. Terdapat beberapa toko bangunan di daerah Bekasi, Jawa Barat. Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian toko bangunan disekitar rumah peneliti yaitu di kelurahan Harapan Jaya, kecamatan Bekasi Utara. Toko yang menjadi objek penelitian diantaranya : toko bangunan Sinar Harapan, toko bangunan Pesat dan Toko Bangunan Anam. Toko bangunan ini dipilih sebagai objek penelitian karena toko bangunan tersebut dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga peneliti mudah dalam mendapatkan data yang diperlukan. Selain itu, menjamurnya toko bangunan di kelurahan Harapan Jaya, kecamatan Bekasi Utara, menjadikan persaingan yang sangat ketat antar toko sehingga peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian.

Toko bangunan merupakan sebuah usaha yang bergerak pada penjualan bahan bangunan dan perkakas pembuat bangunan. Usaha dagang ini menjual berbagai bahan dan perkakas untuk membuat bangunan



seperti pasir, semen, berbagai macam kayu, paku, cat, besi pondasi, sekop, palu dan sebagainya. Banyaknya toko bangunan di kelurahan Harapan Jaya, kecamatan Bekasi Utara menimbulkan persaingan yang ketat antar toko bangunan, termasuk toko bangunan Sinar Harapan, toko bangunan Pesat dan toko bangunan Anam. Kesamaan produk, kesetaraan harga serta jarak antar toko yang dekat membuat toko-toko tersebut harus pintar-pintar dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Selain itu, toko-toko tersebut juga harus mempunyai strategi agar konsumen tidak berpindah ke toko lain.

Distribusi yang tepat waktu akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Waktu pendistribusian bahan bangunan sesuai dengan *item* barang yang akan dikirim, urutan orderan serta jarak yang akan ditempuh. Dalam pendistribusian barang sering terjadi antrian dikarenakan banyaknya orderan yang masuk baik yang datang langsung ke toko atau via telvon. Untuk itu dibutuhkan beberapa armada untuk mengirim barang serta pelayanan di toko harus dipilih mana yang lebih dulu dilayani dan dikirim agar konsumen tidak kecewa.

Setiap toko bangunan pasti mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing, baik dalam hal pelayanan, kelengkapan produk dan lain sebagainya yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Setiap konsumen pasti menginginkan produk yang mempunyai kualitas yang baik, pelayanan yang cepat, pengiriman yang cepat serta harga yang tepat untuk produk yang diinginkan. Selain itu, para pelanggan ingin produk yang diinginkannya tidak mengalami cacat setelah sampai ke tangan pelanggan ataupun mendapat kendala dalam hal apapun. Oleh karena itu dalam penelitian yang dilakukan di toko bangunan (toko bangunan Sinar Harapan, toko bangunan Pesat, dan toko bangunan Anam) agar peneliti dapat mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap toko-toko bangunan tersebut. Penelitian tersebut meliputi elemen logistik dimana produk yang dikirimkan dalam jumlah dan kondisi yang tepat ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat dan harga yang tepat kepada pelanggan yang tepat.

PERUMUSAN MASALAH

Seberapa besar pengaruh elemen logistik terhadap kepuasan pelanggan?

TINJAUAN PUSTAKA

Logistik

Logistik merupakan seni dan ilmu yang mengatur dan mengontrol arus barang, energi, informasi dan sumber daya lainnya, seperti produk, jasa, dan manusia, dari sumber produksi ke pasar dengan tujuan mengoptimalkan penggunaan modal (Gunawan, 2014:7).

Logistik didefinisikan sebagai bagian dari proses rantai suplai (supply chain) yang berfungsi merencanakan, melaksanakan, mengontrol secara efektif, efisien proses pengadaan, pengelolaan, penyimpanan barang, pelayanan dan informasi mulai dari titik awal (point of origin) hingga titik konsumsi (point of consumption) dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. (Siagian,2005).

Logistik merupakan istilah yang dipinjam dari militer yang menjelaskan suatu proses secara strategik mengelola aliran efisien dan penyimpanan sejumlah bahan mentah, persediaan dalam proses, dan persediaan barang jadi dari titik asal sampai ke titik konsumsi (Daniel, 2001:31)

Menurut Bowersox (2002:13) logistik merupakan proses pengelolaan yang strategis terhadap pemindahan dan penyimpanan barang, suku cadang dan barang jadi dari para suplai, di antara fasilitas-fasilitas perusahaan dan kepada para pelanggan.

Sedangkan menurut Walters (2003:3-4) logistik adalah fungsi yang melibatkan perpindahan, mengatur perpindahan barang, dan penyimpanan material dalam perjalanannya dari pengirim awal, melalui rantai pasok dan sampai ke pelanggan akhir.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa logistik adalah pergerakan barang dari tempat asal sampai dengan ke tangan konsumen.

Manajemen Logistik

Menurut Abbas (2012), manajemen logistik adalah suatu proses kegiatan fungsional untuk mengelola material, yang meliputi kegiatan perencanaan dan penentuan kebutuhan, penganggaran pengadaan, penyimpanan dan penyaluran, pemeliharaan, penghapusan dan pengendaliannya.

Sedangkan menurut Siahaya (2012), manajemen logistik adalah bagian dari Supply Chain Management (Manajemen Rantai Pasok) yang merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan aliran barang secara

efektif dan efisien, meliputi transportasi, penyimpanan, distribusi dan jasa layanan serta informasi terkait mulai dari tempat asal barang sampai ke tempat konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Manajemen logistik banyak diartikan sebagai : *Bisnis Logistics, Channel Management, Distribution, Industrial Logistics, Logistical Manajement, Physical Distribution, Quick-respon System*, juga *Supply Chain Management*. (Tunggal, 2009).

Berdasarkan definisi diatas manajemen logistik merupakan bagian dari Supply Chain Management yaitu system yang mengintegrasikan seluruh proses perusahaan atau organisasi dari menyiapkan dan menyampaikan produk ke pelanggan.

Elemen Logistik

Menurut Shapiro & Heskett (1995, p.6) Manajemen Rantai Pasok yang berkembang mengikuti prinsip 7R, dimana produk yang dikirimkan dalam jumlah dan kondisi yang tepat, ke tem

Menurut Shapiro & Heskett (1995, p.6) Manajemen Rantai Pasok yang berkembang mengikuti prinsip 7R, dimana produk yang dikirimkan dalam jumlah dan kondisi yang tepat, ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dan harga yang tepat kepada pelanggan yang tepat.

Demikian pula menurut Gammelgaard & Larson (2001) Manajemen Rantai Pasok adalah proses mendapatkan produk yang tepat, ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang tepat untuk biaya yang tepat dengan kualitas yang tepat.

Berdasarkan definisi diatas peneliti melihat bahwa elemen logistik adalah fungsi dasar dalam pergerakan barang dari tempat asal sampai ke tangan pelanggan dimana dalam menyampaikan barang kepada pelanggan menggunakan prinsip 7R, yaitu produk yang dikirimkan dalam jumlah dan kondisi yang tepat, ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat dan harga yang tepat kepada pelanggan yang tepat.

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang berisi pengungkapan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data yang aktual, yakni dengan menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikannya.

Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Selanjutnya penulis menggunakan pendekatan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2007:13): data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner yang telah disebar rata-rata didominasi pelanggan laki-laki sebanyak 78 responden atau 87% dan didominasi usia > 50 tahun sebanyak 30 responden atau 34%.

Berdasarkan hasil rekapitulasi dari elemen logistik didapat rata-rata sebesar 3,69 untuk hal ini hasil rata-rata tersebut masuk ke dalam kategori baik, dan sangat disayangkan dari hasil rekapitulasi elemen logistik masih ada 6 indikator yang nilainya dibawah rata-rata, diantaranya :

1. Harga produk yang dijual masih dapat dijangkau oleh pelanggan dengan nilai 3,65.
2. Harga produk yang dijual setara dengan harga produk di Toko Bangunan yang lain dengan nilai 3,08.
3. Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dengan nilai 3,37.
4. Kondisi rak penyimpanan produk Toko Bangunan dengan nilai 3,52.
5. Waktu pengiriman sesuai dengan jadwal yang diterima pelanggan dengan nilai 3,64.

6. Pengiriman tepat waktu sesuai dengan jarak yang ditempuh dengan nilai 3,27.

Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa elemen logistik pada 3 Toko Bangunan di Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara harus ditingkatkan dan diperbaiki kembali dikarenakan masih ada beberapa indikator yang dibawah rata-rata.

Sedangkan hasil rekapitulasi dari kepuasan pelanggan didapat rata-rata sebesar 3,86 untuk hal ini hasil rata-rata tersebut masuk ke dalam kategori baik, dan sangat disayangkan dari hasil rekapitulasi elemen logistik masih ada 3 indikator yang nilainya dibawah rata-rata, diantaranya :

1. Pelanggan berminat berkunjung kembali karena mendapat produk yang sesuai dengan nilai 3,81.
2. Pelanggan berminat berkunjung kembali karena mendapat fasilitas yang menunjang yang memadai dengan nilai 3,73.
3. Pelanggan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk di Toko Bangunan tersebut karena mendapat produk yang sesuai dengan nilai 3,57.

Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada 3 Toko Bangunan di Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara harus ditingkatkan dan diperbaiki kembali dikarenakan masih ada tiga indikator yang dibawah rata-rata.

Selain itu peneliti juga mengalisa uji hipotesis yang terdiri dari hasil uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana, uji t. Dan hasil uji tersebut peneliti mengetahui besar pengaruh variabel elemen logistik terhadap variabel kepuasan pelanggan, hasil penghitungan dari kuesioner yang merupakan r-Hitung, kemudian dibandingkan dengan r-Tabel. Pada penelitian ini, r-Tabel ($n=90$, k =jumlah semua variabel= 2, sehingga $n-2=90-2=88$) pada tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan r-Tabel sebesar 0,207. Pada Tabel 3.4, seluruh nilai korelasi atau r-hitung setiap pertanyaan lebih dari nilai r-Tabel (0,207). Hal ini berarti hasil pengujian validitas menunjukkan semua data valid.

Peneliti juga melakukan pengujian korelasi, Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,634. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel Elemen Logistik adalah terhadap Kepuasan Pelanggan adalah kuat.

Peneliti juga melakukan pengujian koefisien determinasi Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai $R^2 = 0,402$. Artinya variabel Elemen Logistik (X) dapat menerangkan atau menjelaskan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 40,2%, sisanya sebesar 59,8% (dari penghitungan $100\% - 40,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan pada penelitian ini.

Peneliti juga melakukan pengujian regresi linear sederhana dan uji t dimana, Nilai a = 0,232 adalah konstanta. Artinya apabila variabel Elemen Logistik (X) sama dengan nol, maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,232. Diketahui besarnya koefisien regresi Elemen Logistik(X) diperoleh 0,428 bernilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan Elemen Logistik (X) sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,428, atau sebaliknya apabila terjadi penurunan Elemen Logistik (X) sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh penurunan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,428 satuan.

Dan uji t menunjukkan variabel Elemen Logistik (X) mempunyai nilai t-hitung sebesar 0,080. Nilai t-tabel yang merupakan standar untuk mengambil keputusan pada hipotesis dicari dengan menentukan df. Nilai $df=n-k$, n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah semua variabel dalam penelitian ini ($df=n-k=90-2=88$), diperoleh nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,98. Pada penelitian ini terdapat hipotesis:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara Elemen Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan.

H_1 = Terdapat pengaruh antara Elemen Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,080 < 1,98$). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau terdapat pengaruh (secara parsial) antara Elemen Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini memberikan pandangan bahwa elemen logistik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dilihat pula dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vina Islami (2018) mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Gigi Palapa Dentists, Jakarta Selatan." Berdasarkan hasil evaluasi bahwa hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kedua variabel saling berpengaruh.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,402, hal ini menjelaskan pengaruh Elemen Logistik (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 40,2%. Sisanya sebesar 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan, Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasara Buku 1*. Jakarta : Erlangga

Siahaya, Willem. 2012. *Manajemen Pengadaan, Procurement Management*. Bandung: Alfabeta.

Shapiro, R. & Heskett, J. 1995. *Logistics Strategy : cases and consepts*. St. Paul, Minnesota : Web Publishing Co.

Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tunggal, Amin Widjaja. 2009. *Managemen Logistik dan Supply Chain Managemen (Management Rantai Pasokan)*. Jakarta : Harvarindo.