

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan bisnis di era digital, banyak masyarakat ingin melakukan suatu kegiatan secara praktis dan mudah, terutama pada proses jual beli barang yang rata-rata dilakukan secara online. Kemajuan teknologi juga dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk menunjang bisnisnya dengan cara memasarkan produk pada media *online*. Dalam hal ini pula, menyebabkan adanya peningkatan dalam belanja *online* melalui media sosial dikarenakan masyarakat menjadikan media sosial sebagai gaya hidup dan perubahan perilaku berbelanja (Siburian & Kartika, 2021).

Online Shop menjadi salah satu faktor yang sangat berkaitan dengan kemajuan perusahaan jasa ekspedisi. Transaksi pada jual beli *online* yang umumnya memiliki jarak lumayan jauh serta jumlah barang pengiriman yang terkadang tidak sedikit, menuntun pelaku bisnis untuk menggunakan jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi dalam proses pengiriman barang yang akan dijual belikan. Selain pelaku bisnis yang merasa terbantu akan adanya jasa ekspedisi, para konsumen pemburu belanja online pun merasa diuntungkan karena barang pesanan bisa sampai dalam kurun waktu yang terbilang singkat serta kondisi barang yang terjaga.

Di Indonesia khususnya di daerah Lumajang terdapat banyak perusahaan jasa ekspedisi yang berkembang, seperti contoh J&T, JNE, POS INDONESIA, Si Cepat, AnterAja dan perusahaan ekspedisi perorangan lainnya yang memiliki

bentuk pelayanan dan fasilitas jasa pengiriman yang berbeda dengan tujuan memudahkan konsumen memilih jasa sesuai dengan kebutuhan. Dengan banyaknya jasa ekspedisi yang terus bermunculan dan gaya konsumtif masyarakat yang meningkat melalui jejaring *online*, persaingan perusahaan jasa ekspedisipun semakin sengit. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Ini tentu merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan. “Dampaknya adalah perusahaan harus mulai berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan produktifitas dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen” (Sakti & Mahfudz, 2018). Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Hal tersebut memungkinkan setiap perusahaan jasa ekspedisi saling bersaing meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendapatkan loyalitas dari konsumen.

Mengukur tingkat kepuasan para pelanggan menjadi hal penting untuk setiap perusahaan demi terciptanya kepuasan konsumen yang nantinya hal tersebut berdampak pada kemajuan perusahaan itu sendiri. Zeithaml dan Bitner (1996) dalam Restuadhi (2012) faktor utama yang menjadi penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan tersebut terhadap kualitas layanan. Tjiptono (2002) dalam (Prasetio, 2012) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan bentuk perasaan seseorang tentang perbandingan antara kinerja produk yang diterima dengan yang diharapkan. Konsumen yang merasa puas, mereka akan menggunakan kembali

jasa tersebut serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa yang sama. Namun tidak sedikit juga dari beberapa konsumen yang merasa tidak puas dari satu pelayanan yang sama, hal ini di karenakan rasa terpuasnya setiap orang itu berbeda. Perusahaan yang menyediakan pelayanan yang baik maka akan memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (Tjiptoo, 2000). Hal tersebut bertujuan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat penilaian yang baik di mata masyarakat.

Pada perusahaan jasa ekspedisi ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen, berupa kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan biaya pengiriman yang dapat di berikan perusahaan sehingga konsumen bisa merasa puas. Bentuk penilaian pelanggan terhadap baik buruknya perilaku atas layanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan apabila pelanggan menyatakan suatu permasalahan atas apa yang mereka disebut sebagai kualitas layanan. Zeithmal dan Bitner (2004) dalam Lupiyoadi (2006:181) menyampaikan, kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. “Semakin tinggi kualitas pelayan yang dipersepsikan, semakin meningkat pula kepuasan pelanggan” (Siburian & Kartika, 2021). Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut ini (Kotler, 1997).

- a. Memperkecil kesenjangan kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan,

- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan,
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan,
- d. Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, pro aktif dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Selain kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur kepuasan konsumen, ketepatan waktu dalam proses pengiriman juga menjadi pertimbangan penting suatu perusahaan. “Menurut Arini T. Soemohadiwidjojo (2019:89) ketepatan waktu pengiriman adalah apabila pesanan dikirim dalam keadaan baik dan diterima sesuai tanggal yang telah disepakati antara penjual dan pembeli” (Siburian & Kartika, 2021). Estimasi pengiriman yang dijanjikan singkat dan cepat namun ternyata tidak sesuai bisa dikatakan sebagai bentuk keterlambatan, hal tersebut akan berpengaruh negatif kepada perusahaan dengan tidak tumbuhnya lagi rasa loyalitas dari pelanggan.

Dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman, konsumen juga mempertimbangkan harga sebelum memilih menggunakan jasa ekspedisi, karena harga mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:439) dalam Harsanto & Hidayat (2012) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pada suatu produk atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut. Kebanyakan konsumen memilih harga yang terjangkau, namun tidak sedikit juga yang mengabaikan segi harga. Dengan kualitas jasa yang sepadan pelanggan akan bersedia membayar dengan harga yang relatif/masuk akal. Dapat

dikatakan bahwa, harga yang terbilang relatif mahal artinya mempunyai pelayanan yang baik, dan hal itu mampu menciptakan sikap loyal pelanggan. Semakin loyalnya pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diberikan, maka harga tidak menjadi suatu pertimbangan yang signifikan.

J&T *Ekspress* merupakan salah satu perusahaan ekspedisi ternama yang didirikan pada 20 Agustus 2015. Sebuah perusahaan jasa ekspedisi yang terbilang muda, namun sudah mempunyai pelanggan yang cukup dikhawatirkan oleh para pesaing yang bergerak di bidang yang sama. J&T *Ekspress* memanfaatkan sistem IT yang canggih untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas bagi pelanggan dengan operasional 365 hari. J&T *Ekpress* juga pernah meraih penghargaan Go Asean Champion 2019 dan berhasil ekspansi ke 4 Negara Asia Tenggara lainnya yaitu Filipina, Thailand, Singapura dan Kamboja. Selain itu terdapat hampir 100 pusat penistribusian paket (gateway), 4000 titik operasi, 30.000 sumber daya manusia terlatih, dan ribuan armada untuk mendukung pelayanan pengiriman antar kota, antar provinsi dan lintas pulau (<http://www.jet.co.id/about>) . J&T *Ekspress* memiliki Kantor pusat di Jakarta, Indonesia. Salah satu cabang jasa pengiriman J&T *Ekspress* ini berada di Provinsi Jawa Timur tepatnya wilayah Kabupaten Lumajang yang terdapat kurang lebih 11 cabang drop point yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, Logistik dan lain sebagainya. Berikut tabel 1.1 pengguna J&T di Kabupaten Lumajang DP Summersuko:

Tabel 1. 1. Jumlah Pengiriman Barang di J&T Express DP Sumbersuko Lumajang (Oktober 2021 - Januari 2022)

Tahun	Bulan	Pengiriman
2021	Oktober	25.396
2021	November	30.987
2021	Desember	28.659
2022	Januari	38.500

Sumber : Data sekunder yang diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1.1 tentang jumlah pengiriman barang bulan Oktober 2021- Januari 2022 menunjukkan bahwa jumlah pengiriman tertinggi berada pada bulan Januari 2022 atau awal tahun sebanyak 38.500 pengiriman. Diikuti posisi kedua pada bulan November 2021 dengan total pengiriman 30.987. Dan jumlah pengiriman paling sedikit berada pada bulan Oktober 2021 dengan total pengiriman 25.396.

J&T menerapkan beberapa fasilitas yang memadai dengan kualitas yang layak. Segala bentuk layanan diberikan semaksimal mungkin demi kenyamanan para konsumen saat menggunakan jasanya, sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Semakin banyak kepuasan pelanggan yang tercipta, di harapkan bisa terjadi pembelian ulang atau penggunaan ulang jasa tersebut sehingga terbentuk pelanggan tetap, adanya hal tersebut memungkinkan perusahaan menang ditengah persaingan bisnis yang ketat. Meskipun dengan pelayanan semaksimal mungkin yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen, tidak menutup kemungkinan adanya keluhan para konsumen. Berikut lampiran keluhan para konsumen J&T DP Sumbersuko-Lumajang pada tahun 2021 yang disajikan pada tabel 1.2. :

Tabel 1. 2. Keluhan Pelanggan

Bulan	Jenis Keluhan		
	Hilang	Terlambat	Rusak
Januari	4	19	2
Februari	2	10	3
Maret	3	17	1
April	2	19	3
Mei	3	20	2
Juni	4	40	4
Juli	2	25	1
Agustus	1	19	2
September	3	18	3
Oktober	1	10	1
November	1	17	2
Desember	2	30	3

Sumber : J&T Express DP Sumbesuko-Lumajang 2021

Berdasarkan tabel 1.2 tentang data keluhan pelanggan tahun 2021 menunjukkan bahwa bulan juni merupakan tingkat tertinggi keluhan pelanggan J&T di Kota Lumajang khususnya DP Sumbesuko yaitu sebanyak 4 keluhan kehilangan, 40 keterlambatan dan 4 keluhan barang rusak. Jumlah total keluhan terbanyak kedua berada pada bulan Desember 2021 yaitu sebanyak 2 keluhan kehilangan, 30 keluhan keterlambatan dan 3 keluhan kerusakan barang. Jumlah total keluhan paling sedikit berada pada bulan oktober 2021 yaitu sebanyak 1 keluhan kehilangan, 10 keluhan keterlambatan dan 1 keluhan kerusakan barang.

Penelitian tentang kualitas layanan, ketepatan waktu dan harga pengiriman pada jasa ekspedisi J&T pernah diteliti oleh beberapa peneliti, diantara lain ditulis oleh Fortuna (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Ekspres Cabang Lumajang” . Menurut peneliti, populasi pada penelitian tersebut

adalah pelanggan yang tercatat menggunakan jasa lebih dari 2 kali pada periode april hingga Juni pada pengiriman J&T Ekspres cabang Lumajang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik sensus atau sampling total. Peneliti mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada J&T Cabang Lumajang sebanyak 61 orang responden. Dari penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T Ekspres Cabang Lumajang. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Ekspres cabang lumajang. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T ekspres lumajang.

Penelitian kedua dilakukan oleh Adinda Rizki Nasution (2020) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Ekspres Di Kota Medan”. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dalam penelitian tersebut, yang menjadi populasi adalah pelanggan J&T Ekspres Krakatau Medan. Teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu teknik penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu (Siregar,2013:33). Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada J&T Ekspres Krakatau Medan. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada J&T Ekspres Krakatau Medan. Harga dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J&T Ekspres Krakatau Medan.

Penelitian selanjutnya juga pernah ditulis oleh peneliti bernama NurFitriani (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Ekspres Cabang Talasalapang Makassar”. Menurut peneliti, Populasi pada penelitian tersebut adalah 2.050 orang pelanggan yang melakukan pengiriman barang selama 1 bulan di J&T Ekspres cabang Talasalapang Makassar dan jumlah sampel yang diteliti adalah 95 pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Ekspres cabang talasalapang. Sedangkan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Ekspres cabang Talasalapang.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan beberapa peneliti dari tahun-tahun sebelumnya dengan titik fokus pada kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu di jasa ekspedisi dan terdapat sedikit banyak perbedaan yang dihasilkan. Maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Sumpoko-Lumajang”**

1.2. Batasan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti memiliki batasan masalah pada penelitiannya dengan tujuan agar tidak terjadi penyebaran pembahasan yang melebar, yaitu peneliti hanya melakukan penelitian di J&T Express DP Sumbersuko-Lumajang

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditemukan peneliti bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi di J&T Express wilayah Lumajang, sehingga dapat dijabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express Lumajang DP Sumbersuko?
- b. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di J&T Express Lumajang DP Sumbersuko?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di J&T Express Lumajang DP Sumbersuko?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di J&T Ekspress Lumajang DP Sumbersuko.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express Lumajang DP Sumbersuko.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express Lumajang DP Sumbersuko.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan referensi penelitian pada bidang manajemen pemasaran jasa khususnya pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan biaya pengiriman sebagai strategi pemasaran jasa untuk mengetahui kepuasan dan loyalitas pelanggan.

b. Manfaat praktis

1) Bagi ITB Widya Gama Lumajang

Penelitian ini dapat mampu memberikan wawasan dan referensi khususnya dalam bidang manajemen pemasaran di ITB Widya Gama Lumajang.

2) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran demi kelangsungan kinerja perusahaan yang lebih baik di tengah situasi persaingan yang semakin tinggi.