

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, menyebabkan banyak perubahan di berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, politik dan budaya. Adanya perubahan ini juga berdampak pula pada pola gaya hidup. Di mana salah satunya pada pola konsumsi masyarakat hingga cara berjualan dan berbelanja masyarakat. Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi ini mulai banyak memunculkan transaksi menjual atau membeli barang atau jasa melalui internet. Istilah ini sering disebut sebagai *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Saat ini sudah banyak perusahaan startup *e-commerce* yang mulai bermunculan untuk bersaing mendapatkan pasar di Indonesia. Tren masyarakat berbelanja online membuat *e-commerce* semakin berkembang karena menyediakan layanan berbelanja yang tidak perlu untuk mendatangi toko secara langsung.

Tren belanja online ini semakin diminati masyarakat pada saat pandemi virus corona melanda. Pandemi virus Covid-19 ini melanda dunia pada akhir 2019, dan mulai memasuki Indonesia pada awal tahun 2020. Masyarakat dituntut untuk mengurangi kontak fisik atau kegiatan yang bertemu secara langsung. Dimana saat pandemi melanda dan diberlakukannya *lockdown* atau pembatasan sosial, masyarakat mengurangi segala aktivitas yang dapat

berhubungan secara langsung. Terlebih masyarakat melakukan stok barang yang berlebihan selama pandemi berlangsung. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan seperti *e-commerce*, ekspedisi, hingga perusahaan berbasis teknologi mengalami kenaikan transaksi. Kejadian tersebut dikarenakan tingkat konsumtivisme masyarakat sangat tinggi pada saat pandemi dibandingkan musim biasanya. Perusahaan ekspedisi merupakan perusahaan yang bertugas memberikan jasa pelayanan pengantaran barang penjual ke pembeli atau barang dari pihak satu ke pihak lainnya. Keamanan barang, harga hingga pelayanan yang ditawarkan akan sangat mempengaruhi pihak konsumen dalam memilih perusahaan ekspedisi yang tepat. Perusahaan ekspedisi pun masuk dalam sektor kritikal yang dapat beroperasi selama PPKM darurat diberlakukan saat pandemi.

Berdasarkan www.validnews.id, Ekspedisi J&T pada saat pandemi wabah corona ini mencatat kenaikan sebanyak 15%. Bisnis ekspedisi ini terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Disisi lain, sejak tahun 2010 pengiriman pada ekspedisi JNE sendiri rata-rata tumbuh 30% setiap tahun, dan di tahun 2019 rata-rata perbulan JNE kirimkan 19 juta paket. Menurut Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) industri pengiriman barang tumbuh 500% dalam 4 tahun terakhir dan diperkirakan tumbuh mencapai kenaikan 30% pada tahun 2020.

Seperti pada perusahaan ekspedisi, yang bertugas memberikan jasa pelayanan pengantaran barang penjual ke pembeli. Pada usaha *e-commerce* biasanya memberikan beberapa pilihan metode pengiriman barang/jasa yang

dipesan. Beberapa metode antara lain bisa menggunakan jasa pos atau kurir, baik secara langsung maupun online untuk jarak pengiriman tertentu, mengambil dari toko langsung atau bahkan melakukan penjemputan pada titik pengambilan barang hingga pengiriman langsung oleh pihak penjual. Pada usaha *e-commerce* perusahaan ekspedisi berperan penting pada aktivitas jual beli online tersebut. Dimana keamanan barang, harga, hingga pelayanan yang ditawarkan sangat mempengaruhi pihak konsumen dalam memilih perusahaan ekspedisi yang tepat. Apalagi sektor ekspedisi termasuk dalam 11 sektor yang masih diizinkan untuk beroperasi pada awal pandemi tersebut.

Dari perusahaan-perusahaan yang menawarkan pelayanan ini. JNE dan J&T merupakan perusahaan yang banyak dikenal oleh masyarakat. JNE merupakan perusahaan yang berdiri terlebih dahulu yakni pada tahun 1990 dengan kegiatan awalnya menangani kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Berbeda dengan J&T yang baru didirikan pada tahun 2015 yang sudah berfokus pada jasa ekspedisi. Walaupun demikian, saat ini keduanya merupakan perusahaan unggulan di mata masyarakat. Dibuktikan dari penghargaan Top Brand yang diperoleh oleh kedua perusahaan tersebut.

Tabel 1.1

Penghargaan Top Brand Award Kategori Jasa Kurir Tahun 2018-2020

Tahun 2018

Merek	TBI	TOP
JNE	45.0%	TOP
J&T	13.9%	TOP
Tiki	13.6%	TOP
Pos Indonesia	11.6%	

Tahun 2019

Merek	TBI	TOP
JNE	26.4%	TOP
J&T	20.3%	TOP
Tiki	12.6%	TOP
Pos Indonesia	5.4%	

Tahun 2020

Merek	TBI	TOP
JNE	27.3%	TOP
J&T	21.3%	TOP
Tiki	10.8%	TOP
Pos Indonesia	7.7%	

Sumber : (www.topbrand.com)

Dilihat pada tabel penghargaan top brand diatas dalam kategori service jasa kurir tersebut membuktikan eksistensi JNE dan J&T di mata masyarakat Indonesia. Nilai dari TBI dari tahun 2018 yang semula jauh lebih besar JNE hingga 30% ketimbang J&T. Hingga di tahun 2020 ini nilai TBI hanya terpaut 6% saja. Hal ini membuktikan meskipun J&T yang baru berdiri 5 tahun sudah mampu menyaingi kedudukannya dengan JNE yang sudah jauh didirikan sebelumnya. Berdasarkan topbrand-award.com, JNE dinilai superior atau top meliputi *Top of Mind*, *Top of Market Share*, dan *Top of Commitment Share* dalam benak konsumen. Sedangkan J&T masih bisa mempertahankan posisi *Top of Mind* di benak konsumennya di Indonesia.

Jasa ekspedisi JNE dan J&T sejak kemunculan *e-commerce* terus melakukan inovasi pelayanan agar dapat mempertahankan konsumen. Dengan bekerja sama dengan banyak perusahaan *start up* terutama di bidang *e-commerce* ini memberikan peluang bagi perusahaan agar tetap berkembang.

Kedua perusahaan memiliki sistem pelayanannya masing-masing sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan perusahaan. Layanan yang dimiliki oleh pihak JNE yang umum diketahui masyarakat antara lain JNE OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), JNE REG (Reguler), JNE YES (Yakin Esok Sampai), JNE SS (Super Speed). Dengan jadwal pengiriman reguler pada hari Senin sampai Sabtu terkecuali pada pelayanan tertentu seperti JNE YES dan Super Speed. J&T sendiri juga memiliki layanan drop point J&T yang beroperasi setiap hari bahkan ketika hari Minggu maupun hari libur nasional. Antara JNE dan J&T juga memiliki perbedaan tarif harga jasa, JNE cenderung lebih murah dibandingkan dengan J&T karena JNE memiliki layanan pengiriman dengan tarif yang lebih ekonomis dari reguler. Keduanya juga memiliki aplikasi bagi pengguna *smartphone* untuk kemudahan memakai layanan ekspedisi tersebut. Seperti JNE dengan aplikasi My JNE dan J&T dengan J&T Express Indonesia.

Berikut perbedaan kedua jasa ekspedisi JNE dan J&T yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2

Perbedaan Perusahaan Jasa Ekspedisi JNE dan J&T

No	Keterangan	JNE	J&T
1.	Founder/pendiri	Soeprapto Suparno	Jet Lee
2.	Didirikan	26 November 1990	20 Agustus 2015
3.	Kantor Pusat	Jakarta Barat	Jakarta Utara
4.	Aplikasi	My JNE	J&T Express Indonesia
5.	Wilayah Operasi	Indonesia	Indonesia, Malaysia, Vietnam, Filipina, Thailand, Singapura, Kamboja

6.	Fitur/Layanan Aplikasi Smartphone	My Shipment, Check tarif, JNE Nearby, My COD, My COD Wallet	New Time User Interface, Real Time Tracking, Drop Point Nearby, Online Contact, Update News
7.	Kantor Cabang di Surabaya	3 Kantor Pusat, 7 Kantor Cabang, dan 10 Kantor Agen	2 Kantor Pusat dan 68 Counter Agen Resmi

Sumber : www.jne.co.id , www.jet.co.id, pluginongkos kirim.com

Kota Surabaya adalah ibu kota Jawa Timur dengan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Kota metropolitan dengan julukan Kota Pahlawan ini meraih banyak berbagai penghargaan baik kota Surabaya sendiri ataupun Wali Kotanya Tri Rismaharini. Kota dengan banyaknya taman yang diprakarsai oleh Bu Risma pernah membawa piala Adipura selama tujuh tahun berturut-turut dari tahun 2011-2017, dan pada tahun 2016 mendapat piala Adipura Paripurna. Penghargaan *Innovative City of The Future* dari London Summit Leader pada tahun 2014 juga sempat dibawa oleh Surabaya. Wali Kota dengan image tegas, keras dan sering terjun langsung ke lapangan ini berhasil membawa kota Surabaya menjadi kota metropolitan yang sukses dikenal masyarakat dunia. Saat pandemi pada kuartal pertama Surabaya sempat menjadi kasus positif Covid-19 yang paling menarik perhatian karena berlabel sebagai zona hitam. Namun dengan banyaknya kasus positif Walikota tidak ingin menambah waktu PSBB karena dianggap akan menurunkan ekonomi masyarakat. Dengan karena itu Walikota tetap membuka aktivitas ekonomi masyarakat dengan tatanan norma baru untuk menghindari penyebaran virus corona tersebut.

Jasa ekspedisi merupakan sektor bisnis yang memiliki potensial pasar yang besar saat ini. Kemunculan *e-commerce* yang semakin pesat, serta diimbangi daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Apalagi dengan kemunculan transaksi online yang sangat memudahkan masyarakat dalam mengikuti tren ini, membuat bisnis ekspedisi banyak memiliki pangsa pasar yang bagus. Trend belanja online saat pandemi ini juga semakin naik. Banyak perusahaan-perusahaan ekspedisi yang mulai bersaing dalam hal pelayanan. Mereka sama-sama memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat untuk menjadi produk jasa unggulan di mata masyarakat. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka akan menimbulkan loyalitas dari konsumen. menurut Fandy Tjiptono (2014:268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Kualitas pelayanan diimbangi dengan harga yang sesuai akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini akan membuat konsumen tetap bertahan untuk menggunakan produk jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), “harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, untuk mendapatkan manfaat/nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan.” Penentuan harga akan mempengaruhi konsumen dalam melihat suatu kualitas yang diberikan pada produk jasa tersebut.

Setiap perusahaan jasa memiliki strategi untuk memberikan pelayanan terbaiknya dengan diimbangi harga yang bersaing. Tanpa keduanya akan sulit bagi perusahaan jasa mendapat tempat kepercayaan di dalam masyarakat. Perusahaan JNE dan J&T memiliki nama besar di Indonesia dengan dibuktikannya penghargaan Top Brand Award yang diperoleh dari tahun 2018 hingga 2020. Mengisyaratkan kedua perusahaan jasa ekspedisi tersebut sama-sama memiliki pengaruh yang kuat dalam dunia ekspedisi. Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang menerapkan prinsip tidak akan mengkarantina wilayah secara total demi terjaganya perputaran ekonomi masyarakat. Dengan menerapkan era baru protokol kesehatan yang lebih ketat, kota Surabaya tetap menjalankan roda ekonomi dengan baik. Agar masyarakat dapat bertahan di keadaan sulit adanya pandemi ini. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Harga pada Perusahaan Jasa Ekspedisi JNE dan J&T (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Jasa JNE dan J&T di Surabaya)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini ialah:

“Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan dan harga antara perusahaan jasa ekspedisi JNE dan juga J&T di Surabaya”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas dapat disusun tujuan penelitian. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan kualitas pelayanan dan harga antara perusahaan jasa ekspedisi JNE dan juga J&T di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan rumusan masalah dan tujuan yang dikemukakan, adapun manfaat yang diharapkan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan berupa teori-teori di bidang pemasaran yang didapat di objek penelitian dan penerapannya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang selanjutnya dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan kontribusi pemikiran yang dapat dijadikan alternatif pengambilan keputusan bagi pihak manajemen perusahaan terutama mengenai kualitas pelayanan dan harga agar lebih mengoptimalkan persaingan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif untuk solusi alternatif dalam rangka aplikasi antara ilmu yang

diperoleh dari lembaga pendidikan terhadap keadaan bisnis yang sebenarnya.