

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di Indonesia semakin menunjukkan ke arah yang positif dari tahun ke tahun yang berdampak pada kemajuan dalam berbagai bidang. Penerapan IPTEK ini sudah banyak diterapkan pada hampir semua perusahaan. Penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi ini menyebabkan perubahan yang baru pada bidang bisnis. Salah satu bidang bisnis yang saat ini memanfaatkan perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah bisnis bidang pelayanan jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik.

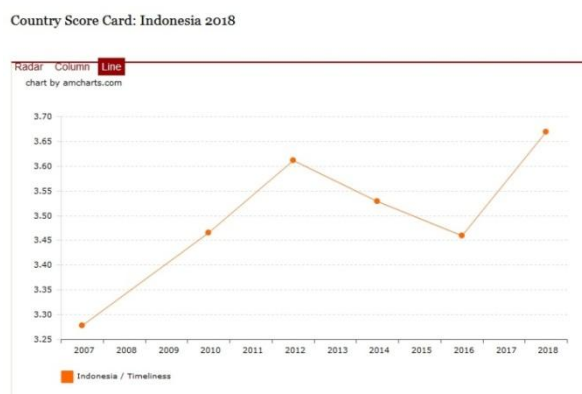
Meskipun sejak dahulu masyarakat Indonesia sudah mengenal pentingnya pemenuhan akan kebutuhan pertukaran dan pengiriman informasi melalui dokumen serta barang. Namun jaman dahulu masyarakat Indonesia sulit memenuhi kebutuhan pertukaran dan pengiriman karena terhalang oleh jarak yang jauh mengingat negara Indonesia terdiri atas pulau-pulau yang membentang dari Sabang sampai Merauke, serta minimnya perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik.

Namun dewasa ini, perkembangan perusahaan pengiriman ekspedisi/pengiriman barang dan logistik menunjukkan ke arah yang baik. Banyaknya masyarakat Indonesia yang saling mengirim barang dari satu tempat ke tempat lainnya membuat pelayanan jasa ekspedisi ini menjadi sangat penting. Sehingga saat ini, perusahaan jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik

jumlahnya cukup banyak dari perusahaan yang berskala kecil hingga perusahaan ekspedisi berskala besar yang memiliki cabang di berbagai kota di Indonesia.

Berdasarkan lembaga survei logistik internasional yaitu *Logistic Performance Index* (LPI) pada tahun 2018, Indonesia berada pada peringkat ke-44 dari 160 negara di dunia dengan tingkat kepadatan lalu lintas pengiriman barang baik domestik maupun arus masuk barang dari luar negeri ataupun sebaliknya. Serta dari tahun ke tahun pertumbuhan pengiriman barang pun fluktuatif namun mengarah ke arah yang lebih baik, hal ini dapat dibuktikan dengan grafik kinerja logistik sebagai berikut:

Gambar 1.1 Grafik *Logistic Performance Index* : Indonesia 2018



Sumber : www.lpi.worldbank.org

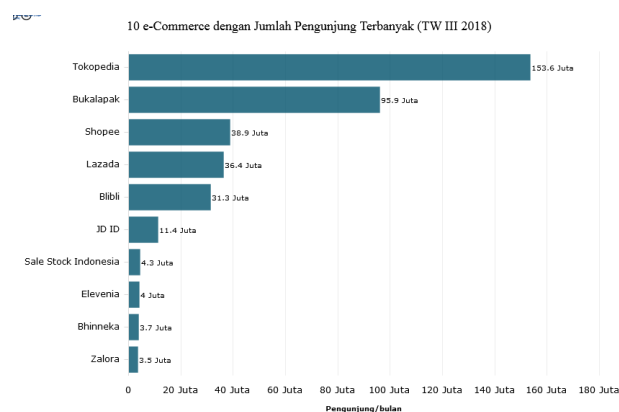
Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja jasa ekspedisi di Indonesia dari tahun 2007 hingga 2018 mengalami fluktuasi, artinya penggunaan jasa ekspedisi dari beberapa tahun tersebut tidak menentu. Namun puncaknya pada tahun 2018 menunjukkan kenaikan yang pesat dengan indikator sebesar 3,67. Hal tersebut terjadi karena semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa pengiriman barang dan pengiriman dokumen, terbukti karena

setiap tahunnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang bertambah.

Meningkatnya tingkat kebutuhan akan pelayanan jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik di Indonesia tidak hanya disebabkan oleh kesadaran masyarakat akan kegiatan pertukaran dan pengiriman barang baik untuk sanak saudara, kerabat maupun sebuah instansi, tetapi juga didukung oleh berkembangnya *platform digital e-commerce* yang terus berkembang pesat sampai sekarang.

E-commerce merupakan bisnis jual-beli secara *online* yang lebih efektif dan efisien karena tidak membutuhkan biaya besar untuk membuka toko. Selain itu, bisnis *e-commerce* dianggap lebih menjanjikan karena memiliki cakupan pemasaran yang sangat luas yakni seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Hal ini terbukti dengan banyak bermunculan *marketplace* di Indonesia yang dibuktikan oleh grafik sebagai berikut:

Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengunjung *Marketplace* Tahun 2018



Sumber: www.databoks.katadata.co.id (2018)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa, masyarakat kini lebih menyukai berbelanja *online* dibanding *offline*, karena selain lebih efisien berbelanja *online* pun dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Terlihat bahwa pengunjung *e-commerce* sepanjang triwulan III tahun 2018 jika ditotal dari keseluruhan *marketplace* sebesar 383 juta pengunjung.

Dengan kemajuan dan perkembangan *platform* teknologi *digital e-commerce* dapat membuka kesempatan yang luas bagi para pebisnis penyedia jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik. Semakin menjamurnya *e-commerce* di Indonesia ditangkap sebagai peluang besar oleh jasa ekspedisi/pengiriman barang. Sebagai akibatnya, bisnis jasa ekspedisi/pengiriman barang di dalam negeri beberapa tahun terakhir berkembang cukup pesat, hal ini terlihat dari pertumbuhan yang mencapai sebesar 30 persen pada tahun 2018 dan transaksi jasa pengiriman di Indonesia yang disurvei oleh Statista diproyeksi mencapai 8,6 miliar dolar US atau setara dengan 124,7 triliun rupiah. (Diakses dari www.katadata.co.id)

Untuk mendapatkan jumlah pelanggan yang besar, pelayanan berkualitas yang diberikan oleh tiap-tiap pebisnis jasa pengiriman harus dapat menimbulkan rasa kepuasan dan kepercayaan yang bisa menjadikan loyalitas pelanggan. Persaingan yang ketat membuat para pelaku bisnis lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terbaik pada konsumen, yang bertujuan untuk memberikan rasa puas pelanggan dan memiliki daya saing terhadap para kompetitor. Dan kualitas pelayanan lah yang menjadi poin utama dalam bisnis jasa pengiriman,

jika kualitas pelayanan dilakukan secara cepat dan tepat, maka akan dapat menciptakan rasa puas yang menjadi loyalitas bagi para pelanggannya.

Menurut Setyobudi dan Daryanto (2014) pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak terlihat akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan perusahaan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa karena dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan berbagai aspek seperti kepuasan, kepercayaan, dan citra positif perusahaan, sehingga memungkinkan pembelian ulang/penggunaan jasa berulang bagi perusahaan.

Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas akan timbul rasa kepercayaan yang positif bagi perusahaan.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Namun, dewasa ini hanya dengan kepuasan pelanggan dalam mewujudkan tujuan perusahaan tidaklah cukup. Pelanggan yang merasa puas dengan suatu produk/jasa yang diberikan perusahaan akan memberikan rasa kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya akan produk/jasa yang diterima akan menimbulkan pelanggan yang loyal dan akan menggunakan produk/jasa tersebut secara berulang-ulang (Kotler dan Keller, 2018:177).

Kepercayaan sangat penting bagi konsumen karena menurut Roesseau (1998) dikutip oleh Erwin dan Sitinjak (2017), mengatakan bahwa beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan penting untuk membangun dan membina hubungan jangka panjang bagi perusahaan dengan konsumennya. Dengan adanya kepercayaan dapat menciptakan keyakinan dari konsumen untuk membuat pembelian ulang dan menimbulkan loyalitas pelanggan pada suatu produk atau jasa.

Salah satu pegiat bisnis jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik di Indonesia yang telah mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia karena kualitas pelayanan yang baik adalah PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Dalam melakukan bisnisnya, JNE tidak hanya melakukan pelayanan pengiriman barang di area Indonesia saja, melainkan juga memulai usahanya pada kegiatan kepabeuan atau impor kirim barang baik dari Indonesia ke luar negeri atau sebaliknya. PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) telah mengembangkan sayap bisnisnya selama kurang lebih dua puluh sembilan tahun hampir di setiap kota di Indonesia, salah satunya adalah JNE Kantor Cabang Mojokerto. Selama itu pula, JNE telah merancang strategi bisnisnya sebaik mungkin agar dapat bersaing dengan kompetitornya. JNE harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan tiap-tiap konsumennya, agar dapat mencapai tujuan perusahaan dan konsumen yang loyal.

Keberhasilan JNE dalam mendapatkan loyalitas pelanggan terbukti dengan menempati posisi utama berturut-turut pada lembaga survei *Top Brand Award*

dalam kategori jasa kurir yang paling diminati konsumen pada tahun 2014 – 2018. Berikut tabel *Top Brand JNE* yang mampu bersaing dengan competitor lainnya.

Tabel 1.1 Peringkat *Top Brand Award* Jasa Kurir 2014-2018

TOP BRAND AWARD JASA KURIR 2014-2018										
NO.	2014		2015		2016		2017		2018	
RANKING	MERЕК	TBI	MERЕК	TBI	MERЕК	TBI	MERЕК	TBI	MERЕК	TBI
1	TIKI	45,1%	JNE	43,5%	JNE	47,6%	JNE	49,4%	JNE	45,0%
2	JNE	33,2%	TIKI	36,2%	TIKI	35,7%	TIKI	34,7%	J&T	13,9%
3	PT POS	8,4%	PT POS	6,7%	PT POS	9,6%	PT POS	8,4%	TIKI	13,6%
4	DHL	5,5%	DHL	2,1%	DHL	1,3%	DHL	1,3%	PT. POS	11,6%

Sumber : www.topbrand-award.com (2014-2018)

Tabel di atas menunjukkan persentase pelayanan jasa ekspedisi/pengiriman barang dan logistik di Indonesia selama tahun 2014 – 2018. Dari tabel di atas terlihat bahwa pada tahun 2014 JNE berada di posisi kedua di bawah TIKI. Namun kemudian di tahun 2015 hingga tahun 2018 JNE mampu menggeser TIKI dan berada di posisi utama dengan persentase yang cukup besar dan yang paling mendominasi bisnis jasa kurir/pengiriman barang dan logistik di Indonesia.

Dalam mewujudkan kepuasan konsumen, JNE selalu meningkatkan kualitas pelayanan terbaiknya. Meningkatkan kepuasan konsumen, akan meningkatkan pula kecenderungan konsumen untuk kembali lagi membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Setiap konsumen selalu mengharapkan pelayanan jasa yang melebihi ekspektasinya, untuk itu perusahaan dituntut harus memberikan nilai lebih kepada konsumen dalam hal kualitas pelayanan. Karena jika hal ini diabaikan akan menimbulkan penilaian yang buruk oleh konsumen untuk perusahaan.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa pengiriman barang yang telah diberikan oleh JNE pun terbukti melalui beberapa penghargaan yang telah diterima JNE salah satunya adalah *Indonesian Customer Satisfaction Award* (ICSA) 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2018

Product/Service Category	Winner
<i>Life Insurance</i>	<i>Prudential Life Assurance</i>
<i>Health Insurance</i>	BPJS Kesehatan
<i>Online Shop</i>	Lazada.co.id
<i>Courier Service</i>	JNE
<i>Beauty Clinic</i>	<i>Natasha Skin Care</i>
<i>Drug Store</i>	Kimia Farma
<i>2-Wheel Automotive Leasing Company</i>	FIF
<i>4-Wheel Automotive Leasing Company</i>	<i>Adira Finance</i>

Sumber : [www. http://icsa-indo.com](http://icsa-indo.com) (2018)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa JNE telah mampu memberikan kepuasan kepada konsumen atas pelayanan jasa pengiriman yang sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut terbukti melalui penghargaan yang diberikan oleh *Indonesian Customer Satisfaction Award* (ICSA) 2018 pada kategori *Courier Service*. Berdasarkan uraian di atas, JNE mampu merebut pangsa pasar atas perusahaan penyedia pelayanan jasa pengiriman barang terbaik di Indonesia dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik yang dapat menimbulkan rasa kepuasan dan kepercayaan konsumen, sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Mojokerto pun selalu mengutamakan kualitas pelayanan terbaik agar dapat memuaskan konsumennya.

Hal tersebut dapat dilihat melalui jumlah *Connote* di JNE Kantor Cabang Mojokerto. Ada pun data jumlah *connote* JNE Kantor Cabang Mojokerto sebagai berikut:

Tabel 1.3 Jumlah *Connote* PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kantor Cabang Mojokerto Tahun 2018

No	Bulan	Dokumen	Paket	Total
1	Januari	36,587	53,150	89,737
2	Februari	34,072	50,987	85,059
3	Maret	31,746	56,851	88,597
4	April	30,667	56,252	86,919
5	Mei	35,182	62,434	97,616
6	Juni	26,877	45,524	72,401
7	Juli	59,830	59,794	119,624
8	Agustus	58,755	60,225	118,980
9	September	159,563	59,730	219,293
10	Oktober	171,753	71,500	243,253
11	November	25,525	61,537	87,062
12	Desember	22,081	67,792	89,873
TOTAL FINAL		692,638	705,776	1,398,414

Sumber: Kantor Cabang JNE Mojokerto, Februari 2019

Dari tabel di atas terlihat bahwa jumlah *connote* (resi) pengiriman barang sepanjang tahun 2018 baik berupa dokumen maupun paket setiap bulannya mengalami fluktuasi, namun masih stabil dan tidak menunjukkan penurunan yang signifikan. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya ketidakstabilan jumlah *connote* juga bergantung pada tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen yang tercipta melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Hal tersebut pun juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE. Sehingga sebagai perusahaan yang telah mengalami peningkatan dalam hal pendapatan serta

mendapatkan beberapa penghargaan dan sudah diakui oleh masyarakat, tingkat fluktuasi pun seharusnya tidak terlalu signifikan. Untuk itu JNE Kantor Cabang Mojokerto dalam mewujudkan loyalitas pelanggan, perlu meningkatkan kualitas pelayanan terbaiknya.

Selain itu, meskipun JNE Kantor Cabang Mojokerto telah unggul dibanding dengan kompetitornya, dalam mewujudkan kepuasan yang bisa menciptakan loyalitas pelanggan terkadang dalam waktu-waktu tertentu JNE Mojokerto dalam melakukan pelayanan terjadi penumpukan dan keterlambatan logistik yang akan dikirim di berbagai kota di Indonesia, hal ini disebabkan karena meningkatnya jumlah konsumen dan tidak seimbang jumlah armada JNE Mojokerto yang ditugaskan untuk melakukan pengiriman barang. Sehingga dengan adanya masalah tersebut JNE Mojokerto terkadang mendapat complain dari konsumen.

Pada survey awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap tiga puluh responden, bahwa sebanyak 86% atau sekitar dua puluh enam responden telah menggunakan pelayanan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto sebanyak minimal 3 (tiga) kali dalam rentang waktu dua bulan terakhir. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden tersebut memiliki tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi yang dapat menimbulkan kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada JNE Kantor Cabang Mojokerto.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai kualitas jasa JNE yang diberikan kepada konsumen melalui judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi JNE (Studi Kasus JNE Kantor Cabang Mojokerto”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah secara simultan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto?
2. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto?
3. Apakah secara parsial kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto?
4. Apakah secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalist pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen perusahaan yang dapat digunakan sebagai masukan atau dasar untuk peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Kantor Cabang Mojokerto.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris serta pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini dan menambah sumber pustaka yang telah ada.