

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis terus memutar otak dan berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen semakin banyak dan beragam. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dengan harga yang rendah. Ini tentu merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan. Dampaknya adalah perusahaan harus berfikir keras dan berusaha bagaimana untuk meningkatkan produktifitas dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi, serta dapat menjadi pilihan konsumen Majid dan Dwiyanto, 2017 (dalam Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz 2018).

Tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia dan diera globalisasi ini, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional.

Persaingan bisnis jasa pengiriman barang yang semakin ketat juga mengharuskan perusahaan penyedia jasa ini mempersiapkan diri sebaik mungkin jika ingin mempertahankan eksistensi dalam persaingan antar perusahaan sejenis lainnya. Semakin tingginya tuntutan masyarakat akan jasa pengiriman barang yang handal, maka perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang pun semakin

berlomba-lomba untuk menawarkan kualitas layanan yang unggul dibandingkan pesaingnya.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat dan akurat dan layanan yang baik kepada pelanggan sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan masyarakat disebuah negara, (Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz 2018).

Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih tetap bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul daripada pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistic atau jasa pengiriman barang (Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz 2018).

Pemasaran dari sudut pandang yang baik dapat terlihat dari adanya saling ketergantungan antara konsumen dengan produsen, sedangkan pemasaran dari sudut pandang yang kurang baik terlihat dari tidak adanya ketergantungan antara kedua belah pihak tersebut. Untuk dapat berhasil dalam melakukan proses atau strategi pemasaran, langkah yang harus diambil adalah mengenali konsumen anda dahulu, berilah apa yang mereka inginkan, gunakan media yang tepat sesuai dengan sasaran, gunakan non media dan capailah konsumen. Hal-hal tersebut dilakukan agar kepuasan konsumen tercapai (Bagus Handoko 2017).

Berkembangnya sejumlah perusahaan logistik dan pengiriman barang atau jasa di Indonesia menjadikan konsumen yang kurang puas terhadap produk yang diberikan oleh perusahaan dapat disebabkan oleh banyak faktor. Bisa karna purna

jual yang kurang baik, atau sangat sulit mendapatkan pelayanan purna jual. Bisa juga kurang puasnya konsumen terhadap produk perusahaan karena harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan kualitas produk. kemudian bisa juga disebabkan oleh informasi yang didapat oleh konsumen sangat kurang, sehingga Ketika menggunakan produk tidak sesuai dengan informasi yang didapat menimbulkan rasa yang kurang puas didalam diri konsumen. Informasi ini biasa didapat melalui promosi – promosi yang dilakukan perusahaan (Bagus Handoko 2017).

Seiring berkembangnya jasa pengiriman barang dan logistik yang dilihat dari bertumbuhnya perusahaan – perusahaan ritel, baik dalam skala besar maupun skala kecil yang membutuhkan jasa perusahaan logistic atau perusahaan jasa pengiriman barang sebagai alat untuk memindahkan barang dari tempat asal sampai ketempat tujuan (S Pantja Djati 2018).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, Jalur Nugraha Ekaurir (JNE) Cabang Tuban memiliki peran penting dalam hal pendistribusian barang, baik pengiriman barang dalam kota maupun luar kota. JNE Cabang Tuban, memiliki jumlah muatan atau barang yang diangkut setiap hari ke seluruh Indonesia bisa dibilang lumayan besar, hal ini membutuhkan usaha yang sama besarnya agar kualitas pengiriman dapat diandalkan oleh pelanggan tetap terjaga (S Pantja Djati 2018).

JNE meningkatkan pelayanan dengan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen untuk memujudkan rasa kepuasan terhadap konsumen. Setiap konsumen mengharapkan pelayanan yang dapat melebihi harapannya atau pelayanan yang lebih baik, cepat, efisien, maka dari itu perusahaan dituntut untuk memberikan nilai baik dalam hal pelayanan jasa. Sehingga apabila hal tersebut diabaikan maka dapat

menimbulkan kesenjangan antara keinginan dan harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh JNE.

Akan tetapi dengan berkembangnya jaman di era sekarang ini perusahaan yang bergerak dibidang jasa pendistribusian barang (JNE) mengalami beberapa masalah seperti pasar *customer* semakin menyempit karena semakin banyak competitor seperti J&T, ID EXPRESS, SICEPAT, dan lain sebagainya. Hal ini tentu dapat membuat pihak JNE menjadi semakin banyak pesaing dalam segi harga maupun pasar *customer*. Kemudian banyak juga penggiat usaha menggunakan *market place* (Shopee) dan perputaran barang mereka saat ini ditangani ekspedisi Shopee sendiri, tentu hal tersebut makin membuat pihak JNE sulit bergerak dan harus memutar otak agar bisa bersaing dalam bidang jasa pendistribusian barang. Oleh karena itu dari sisa *presentase customer* umum (*non market place*), JNE harus mempunyai inovasi-inovasi baru dan dapat bersaing sengit dengan banyak ekspedisi lain dengan cara memastikan kepuasan pelanggan melalui harga dan pelayanan yang baik agar bisa tetap bertahan dibidang pendistribusian barang yang semakin ketat ini. Sebagai perbandingannya, disajikan pada table berikut :

Table 1.1 Top Brand Index Jasa Kurir Indonesia Tahun 2020-2022

| 2020 | | 2021 | | 2022 | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Brand | TBI | Brand | TBI | Brand | TBI |
| DHL | 4.10 | DHL | 6.00 | DHL | 6.90 |
| J&T | 21.30 | J&T | 33.40 | J&T | 23.10 |
| JNE | 27.30 | JNE | 28.00 | JNE | 39.30 |

| | | | | | |
|------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|
| Pos Indonesia | 7.70 | Pos Indonesia | 8.50 | Pos Indonesia | 8.50 |
| Tiki | 10.80 | Tiki | 11.20 | Tiki | 11.10 |

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Pada table diatas menunjukkan bahwa JNE masih menjadi brand unggulan dimata konsumen Indonesia, kenyataannya pada periode tahun 2020 sampai dengan 2022 JNE lebih sering menjadi peringkat pertama versi top brand index jasa kurir indonesia. Pada tahun 2020 JNE menduduki peringkat pertama bila disejajarkan dengan perusahaan jasa pengiriman barang lainnya seperti J&T, DHL, Pos Indonesia, dan Tiki. Pada tahun berikutnya tahun 2021 JNE menduduki peringkat kedua dibawah J&T, hal tersebut menjadi pukulan keras bagi JNE mengingat J&T merupakan perusahaan swasta baru bila dibandingkan dengan JNE itu sendiri, dengan kejadian tersebut membuat JNE berupaya lebih keras lagi agar bisa merebut kembali peringkat pertama seperti yang pernah diraih pada tahun sebelumnya. Dan benar, pada tahun berikutnya yaitu tahun 2022, JNE Kembali menduduki peringkat pertama dengan mengalahkan pesaingnya yaitu J&T. mengingat prestasi yang sudah didapatkan oleh JNE pada tiga tahun belakangan ini, maka JNE berkeinginan untuk tetap menduduki peringkat pertama pada setiap tahunnya, manum hal tersebut membutuhkan usaha yang sangat keras mengingat J&T juga telah memperlihatkan perkembangan yang cukup signifikan belakangan ini.

Kualitas produk, harga dan kualitas layanan yang baik diberikan perusahaan kepada pelanggan dapat memberikan kepuasan pelanggan yang memakai jasa perusahaan. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Tuban melakukan berbagai cara untuk mencapai

tujuan perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan memberikan pelayanan yang tepat waktu dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan perusahaan jasa pengiriman barang lainnya (S Pantja Djati 2018).

Penelitian yang dilakukan Choirunisa 2018. Menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara simultan variable Kualitas layanan dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Annisa Fiazisyah dan Niken Purwidiani 2018. Menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas harga dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan atau individu terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk tidak ada pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. kualitas produk, kualitas harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan judul:

“Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Tuban” (Studi Pada Pelanggan JNE Cabang Tuban).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut ;

1. Apakah harga (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Tuban?
2. Apakah kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Tuban?
3. Apakah harga (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Tuban.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Tuban.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian karya ilmiah ini di harapan akan memberikan manfaat untuk kegunaan secara teoritis dan praktis kepada berbagai pihak yang membaca :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya pada program studi Administrasi Bisnis yang

berkaitan dengan bidang manajemen pemasaran serta memberikan sumbangan kepada perpustakaan yang merupakan sumber informasi tambahan untuk penelitian yang akan datang dan selanjutnya akan dapat berguna sebagai bekal apabila bekerja di suatu perusahaan dan bermanfaat dilingkungan masyarakat sekitar.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan: Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Tuban
2. Bagi Peneliti: Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman yang berharga yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
3. Bagi Pihak Lain: Dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.