

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman sangat dibutuhkan oleh para konsumen. Masyarakat kini gemar membeli barang-barang secara *online*. Para pelaku bisnis terus memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Ini merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan. Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat terlihat dari menjamurnya *online shop*.

Kemudahan belanja di era digital akan menyebabkan konsumen atas suatu barang menjadi meningkat. Hal ini karena konsumen dapat membeli apa pun, kapan pun, dan dimana pun langsung dari genggaman tangan melalui *smartphone* yang mereka miliki tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Tentunya, hal ini membuat para toko *online shop* membutuhkan jasa *ekspedisi* yang cepat, tepat waktu dan juga aman untuk mengantarkan barang ke tangan konsumen.

Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut, alat transportasi yang dapat digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat dan jalur udara. Jarak menjadi

bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan guna mengangkut barang-barang kiriman tersebut. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu keunggulan yang dimiliki perusahaan jasa pengiriman saat ini adalah sistem *online tracking*.

Dengan berprediksi latar dan kenyataan yang terjadi, diyakini bahwa sampai kapanpun sepanjang roda perdagangan berputar industri jasa pengiriman (*expedisi*) terutama yang menyangkut barang atau paket tetap dicari dan diperlukan, tidak dapat diambil oleh teknologi secanggih apapun. Peran utama dari penyediaan jasa pengiriman barang adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari www.topbrand-award.com/en/2020/06/jasa-kurir-fase-2-2020.com industri jasa pengiriman barang Indonesia dikuasai oleh beberapa jasa pengiriman yang mempunyai merek besar, antara lain Pos Indonesia, JNE, J&T, TIKI, DHL dan berbagai perusahaan jasa pengiriman lainnya. Sesuai dengan standar persyaratan barang yang dapat dikirim masing-masing jasa pengiriman. Berikut data hasil penelitian menurut survey dari Top Brand Award Indonesia kategori jasa kurir di Indonesia pada Juni tahun 2020.

Tabel 1
Data Top Brand Jasa Kurir 2020

Merek	TBI	TOP
JNE	27,3%	TOP
J&T	21,3%	TOP
Tiki	10,8%	TOP
Pos Indonesia	7,7%	
DHL	4.1%	

Sumber: www.topbrand-award.com/en/2020/06/jasa-kurir-fase-2-2020.com

Memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambahan tersendiri bagi perusahaan tersebut. *J&T Express* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pengiriman barang yang juga memanfaatkan teknologi *e-commerce* yaitu melalui pelayanan order *via website, hotline* dan *apps*. Kehadiran *J&T Express* di pasar logistik di Indonesia sejak Agustus 2015 membuat pasar ini semakin

ketat persaingannya. Perusahaan asal Indonesia ini pun hadir dengan keunggulan kompetitif yang tidak dapat dipandang sebelah mata, hal ini dibuktikan belum genap berumur dua tahun, *J&T Express* sudah mampu mencangkup seluruh area di Indonesia.

Perkembangan yang saat ini didapat tidak lepas dari pengaruh CEO Oppo Indonesia *J&T Express* Jet Lee yang merupakan mantan CEO Oppo Indonesia. *J&T Express* juga berkerjasama dengan beberapa pihak dalam membangun infrastrukturnya. Mereka bekerjasama dengan Garuda Indonesia Cargo untuk jalur pengiriman udara. *J&T Express* juga bekerjasama dengan IdEA (Indonesia *E-Commerce Association*) sebagai asosiasi *e-commerce* di Indonesia dan Asperindo (Asosiasi perusahaan jasa pengiriman *Express* Indonesia). *J&T Express* dalam satu tahun dapat menjangkau seluruh area di Indonesia. Infrastruktur yang dibangun oleh *J&T Express* ini pun dirancang untuk melahirkan layanan yang cepat, aman dan meminimalisir kesalahan pekerja (*human error*) yang bisa menurunkan kualitas pelayanan. Salah satu *J&T Express* yang berkembang pesat adalah *J&T Cabang Semeru Bogor*. Perusahaan ini buka setiap hari pada pukul 08.00 pagi sampai pukul 21.00 malam.

Tantangan yang dihadapi persaingan antar jasa khususnya *J&T Express Cabang Semeru Bogor*, yaitu pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya *e-commerce* seiring bertambah banyaknya jasa pengiriman baru di era sekarang. Dalam menghadapi pesaing bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dengan memberikan harga ongkos kirim yang bersahabat dengan kostumer, promosi yang menarik untuk menarik

minat kostumer dan memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang paling terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang nantinya akan tercapai loylitas pelanggan dalam memilih jasa pengiriman.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Diah Puji Astuti pada tahun 2019 dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan dan Loyalitas Pelanggan pada J&T Cabang Umbulharjo Yogyakarta” variabel yang digunakan kualitas pelayanan (variable bebas), dan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan (variabel terkait). Penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan J&T Cabang Umbulharjo Yogyakarta sampai tahun 2019 tidaklah rinci karena alasan rahasia perusahaan. Jumlah responden adalah 100 responden. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait dengan koefisien uji t dibawah 0,05.

J&T Express Cabang Semeru Bogor salah satu yang tidak luput dalam menghadapi persaingan yang sama dengan produk jasa sejenis. Dan perlu adanya strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Loyalitas pelanggan *J&T Express* Cabang Semeru Bogor tidak selalu mengalami kenaikan, beberapa ada loyalitas pelanggan mengalami penurunan drastis dari bulan ke bulan dikarenakan banyak aspek atau kendala yang di hadapi oleh *J&T Express* Cabang Semeru Bogor. Berikut data pengiriman yang loyal dan tidak loyal di *J&T Express* Cabang Semeru Bogor selama lima bulan terakhir dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 2
Data Pengiriman KostumerLoyal
Di J&T Express Cabang Semeru Bogor
Periode Januari-Mei 2020

Bulan	Konsumen Loyal
Januari	13.815 orang
Februari	14.660 orang
Maret	10.345 orang
April	10.165 orang
Mei	10.098 orang
	59.083orang

Sumber : Data perusahaan 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen loyal di *J&T Express* Cabang Semeru Bogor bergerak fluktuatif dari bulan ke bulan selanjutnya, Hal ini dijelaskan dalam tabel konsumen loyal dengan tabel konsumen tidak loyal.

Tabel 3
Data pergerakan fluktuatif konsumen loyal
J&T Express Cabang Semeru Bogor

Bulan	Persentase	Jumlah
Januari – Februari	8%	845 orang
Februari – Maret	5%	4315 orang
Maret – April	4%	180 orang
April – Mei	3%	67 orang

Tabel 4
Perbandingan Tarif Paket Reguler J&T Express dan Pesaing

No	Nama Perusahaan	Service (layanan)	Ongkos kirim Bogor ke Bogor	Ongkos kirim Bogor ke Yogyakarta	Ongkos kirim Bogor ke Samarinda
1	J&T Express	Ez (reguler service)	Rp.10.000 (1-2 hari)	Rp.18.000	Rp.63.000 (1-3 hari)
2	JNE	Reg (reguler)	Rp.9.000 (1-2 hari)	(1-2 hari) Rp.16.000	Rp.55.000 (2-3 hari)
3	TIKI	Reg (reguler)	Rp.8.000 (4 hari)	(2-3 hari) Rp.18.000	Rp.44.000 (4 hari)
4	Sicepat	Reg (reguler)	Rp.10.000 (1-2 hari)	(4 hari) Rp.18.000 (1-2 hari)	Rp.55.000 (2-4 hari)

Sumber: <https://cektarif.com/jnt.com/2020/09>

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi pelanggan loyal dan tidak loyal, dari data diatas bisa disimpulkan pelanggan yang loyal karna pelayanan yang diberikan admin memuaskan bertolak belakang dengan pelanggan yang tidak loyal dikarenakan pelayanan yang diberikan kurang memuaskan.

Pelayanan mempengaruhi loyal dan tidak loyalnya pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman *J&T Express*. Terjadinya penurunan dikarenakan konsumen loyal ada yang berpindah jasa pengiriman dan ada juga yang sudah tidak berjualan *online shop*, yang sangat berpengaruh penurunan konsumen tidak lagi loyal dikarenakan diskon yang hanya ada di bulan tertentu, harga yang berpengaruh dan kualitas pelayan dari admin yang membuat konsumen mau atau tidak loyal kembali di *J&T Express* Cabang Semeru Bogor. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan

bagaimana konsumen loyal tetap loyal dengan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Semeru Bogor.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN DI J&T EXPRESS CABANG SEMERU BOGOR”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti berusaha mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Mulai bermunculan kompetitor yang baru mengakibatkan penurunan jasa pengiriman.
2. Jasa kompetitor menawarkan jasa dengan harga yang lebih murah dibanding *J&T Express* sehingga banyak yang memilih jasa pengiriman lain dibandingkan jasa pengiriman *J&T Express*.
3. Kualitas pelayanan jasa pengiriman kompetitor lebih banyak menawarkan pilihan tarif pelayanan yang lebih variatif dibandingkan yang ditawarkan oleh *J&T Express*.

C. Batasan Masalah

Berhubung terbatasnya waktu, tenaga, biaya dan ilmu maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada pengaruh harga, kualitas layanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman di J&T Express Cabang Semeru Bogor.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor?
4. Apakah harga, kualitas layanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor?

E. Tujuan Penelitaian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor.
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas layanan dan promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman pada kantor Cabang (*collection point*) *J&T Express* di Semeru Bogor.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah wawasan dan ilmu mengenai pengaruh harga, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan jasa pengiriman, serta dapat mempelajari masalah-masalah yang ada didalam perusahaan atau organisasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi penting dan masukan dalam menentukan kebijakan bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dibidang manajemen pemasaran.

G. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah. Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan kajian literatur mengenai teori-teori yang melandasi variabel-variabel, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dikemukakan pembahasan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel dan metode pengambilan data metode analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yaitu pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang sudah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.