

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan di bidang ekonomi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan muncul dan tumbuhnya berbagai perusahaan yang masing-masing menjalankan usaha yang tidak sama. Usaha yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan tersebut sangat membantu dalam pemulihan kondisi ekonomi Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir. Perusahaan yang menjalankan jasa pelayanan pengiriman barang dan jasa kurir tersebut mampu bertahan dalam kondisi perekonomian di Indonesia. Pada saat sekarang ini pertumbuhan dan perkembangan jasa pelayanan pengiriman barang semakin cepat perkembangannya, baik dilihat dari sisi jumlah atau kuantitas keberadaan perusahaan-perusahaan jasa pelayanan tersebut yang berupa perusahaan domestik ataupun perusahaan internasional sekaligus dari sisi kualitas pelayanan yang diberikan semakin beragam pula.

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. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lain-lain. Alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat,

laut maupun udara. Jarak menjadi bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan untuk mengangkut barang-barang kiriman tersebut. Banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang sudah tersebar dan berkembang di Indonesia seperti PT Pos Indonesia, JNE, J&T Express, TIKI, DHL dan perusahaan-perusahaan pengiriman lainnya. J&T Express memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif yang tidak bisa dipandang sebelah mata oleh para pesaing-pesaingnya. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan J&T Express yang dapat menjangkau hampir seluruh area di Indonesia dalam layanan pengirimannya dalam waktu kurang dari 2 tahun sejak berdiri. Di seluruh Indonesia, terdapat hampir 100 pusat pendistribusian paket (*gateway*) dengan peralatan yang profesional, selain itu juga memiliki lebih dari 4.000 titik operasi, memiliki lebih dari 30.000 sumber daya manusia terlatih, dan ribuan armada untuk mendukung pelayanan pengiriman antar kota, antar provinsi dan lintas pulau. <https://www.jet.co.id/about/company>.

Tabel I.1. Top Brand Index Jasa Pengiriman di Indonesia Tahun 2018, 2019, dan 2020

BRAND	TOP BRAND INDEX		
	2018	2019	2020
JNE	45,0%	26,4%	27,3%
J&T Express	13,9%	20,3%	21,3%
Tiki	13,6%	12,6%	10,8%
Pos Indonesia	11,6%	5,4%	7,7%
DHL	3,4%	3,8%	4,1%

Sumber: topbrand-award.com, 2021

Berdasarkan Tabel I.1, dapat dilihat pada tahun 2018, 2019 dan 2020 JNE dan J&T *Express* masih mempertahankan posisinya menjadi Top Brand di mana JNE

menjadi peringkat ke-1 dan J&T *Express* pada posisi ke-2. Meskipun JNE berhasil bertahan di no.1, tetapi berdasarkan nilai persentase, JNE mengalami naik turun. Berbeda dengan J&T *Express* yang secara posisi nomor 2 tetapi berdasarkan nilai persentase yang didapatkan mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. J&T *Express* mengalami peningkatan yang dibandingkan dengan para pesaingnya yaitu JNE, Tiki, Pos Indonesia, dan DHL. Hal tersebut menunjukkan bahwa J&T *Express* mempunyai peluang menjadi brand jasa pengiriman nomor 1 di Indonesia jika J&T *Express* konsisten dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Agar hubungan dengan pelanggan bertahan dalam jangka waktu yang panjang, pihak ekspedisi perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Jika ingin bertahan di era *online*, perusahaan ekspedisi harus memiliki pelanggan loyal yang percaya terhadap keunggulan jasa ekspedisi. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan merasa sangat puas, senang atau gembira (Sunyoto, 2012).

Menurut Kotler & Keller dalam Suwardi (2016), perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

Menurut Tjiptono (2014) dalam Freekley (2018), jika jasa yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, apabila jasa yang diterima melampaui ekspektasi pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah dari yang diekspektasikan, maka kualitas pelayanan dinilai buruk. Kotler & Armstrong (2016) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan maupun penggunaan dari sebuah produk atau jasa. Menurut Handoko (2010), ketepatan waktu merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di tangan pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak (Hafizha, Abdurrahman, & Nuryani, 2019).

Menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan (*service quality*) adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengirim lainnya, J&T Express telah memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya. Walaupun J&T Express mempunyai keunggulan tersendiri dalam era persaingan, tetapi perlu disadari pula bahwa perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya juga memiliki

keunggulan-keunggulan yang perlu diperhitungkan. Secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para pelanggan yang berhubungan dengan jasa pengiriman adalah mengharapkan sesuatu yang lebih baik dan bermanfaat yaitu cepatnya kedatangan barang. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan-pertimbangan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman antara lain: cepatnya pengiriman barang, lokasi menyangkut kemudahan jangkauan dan pelayanan menyangkut perlakuan yang diterima. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Adapun adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Haryanto, 2013; Lumentut dan Palendeng, 2014).

Menurut Handoko (2010), ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu adalah hal yang sangat diutamakan bagi perusahaan jasa, oleh karena itu, ketepatan waktu yang sesuai dalam pengiriman suatu barang itu merupakan

pendekatan strategi pemasaran atau jalan mencari tahu tentang bagaimana nilai-nilai yang diharapkan oleh para pelanggan. Ketepatan waktu yang sangat berkualitas, apabila ketepatan waktu yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna jasa tersebut, sebaliknya jika ketepatan waktu yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan, maka ketepatan waktu itu merupakan pelayanan yang kurang berkualitas serta dapat membuat para pelanggan mengeluh atau tidak akan kembali lagi ke perusahaan J&T Express. Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja J&T Express sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan J&T Express sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut tetap menggunakan J&T Express kembali. Adapun adanya pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa ketepatan waktu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sakti dan Mahfudz 2018; Dewantoro dkk, 2020).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017), menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggann karena harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan

pertimbangan bagi pelanggan untuk menggunakan suatu layanan jasa. Harga yang terjangkau diimbangi dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan. Penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi pelanggan terhadap nilai yang mereka terima, bukan pada biaya pelayanan atau produsen (Kotler dan Armstrong, 2012). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menentukan harga dan seluruh pengeluaran lain yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari jasa. Harga sebagai unsur penting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pengiriman jasa, hal ini disebabkan karena harga merupakan bentuk biaya yang dikorbankan oleh pelanggan untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan dari barang beserta pelayanan dari suatu produk/jasa. Harga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi manfaat yang akan diberikan pada pelanggan sehingga pelanggan itu tidak merasa rugi dan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Baili dkk, 2014; Purnamasari, 2015).

Kajian tentang kepuasan pelanggan ini akan diimplementasikan pada jasa pengiriman barang J&T Express di Banjarnegara. J&T Express merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang telah 5 tahun berdiri di Indonesia. Untuk itu sangat penting bagi jasa pengiriman barang dalam mengkaji kepuasan pelanggan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini mengangkat judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan,**

Ketepatan Waktu dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express di Banjarnegara”.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Banjarnegara?
- 1.2.2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Banjarnegara?
- 1.2.3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Banjarnegara?
- 1.2.4. Apakah kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Banjarnegara?
- 1.2.5. Diantara variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.
- 1.3.2. Untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.
- 1.3.3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.

1.3.4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.

1.3.5. Untuk menganalisis diantara variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan secara empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat memperkuat kajian teori yang ada.
- b. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang perilaku konsumen khususnya mengenai kepuasan pelanggan.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi J&T Express di Banjarnegara

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengelola J&T Express di Banjarnegara tentang pentingnya kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga guna meningkatkan rancangan strategi penciptaan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat melalui

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan J&T Express di Banjarnegara.

1.5. Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah responden dibatasi pada pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Banjarnegara minimal satu kali dalam waktu enam bulan terakhir pada saat penelitian dilakukan.