

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberadaan penyedia jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah ke wilayah lainnya. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman barang adalah mempermudah untuk mengirimkan suatu barang dan tidak perlu lagi untuk menghabiskan banyak waktu hanya untuk mengirimkan suatu barang dari dalam kota ke luar kota, atau juga sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat (dalam kota) maupun jarak jauh (luar kota). Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat berpengaruh dengan kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan yang diberikan dalam pengiriman barang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Berdasarkan Rute Pengiriman ada dua jenis jasa pengiriman, Jasa Pengiriman Antar Kota kota meliputi: Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Cirebon, Purwodadi, Probolinggo, Pasuruan, Trenggalek, Kediri, Malang, dan seluruh kota-kota di Indonesia. Untuk jasa pengiriman barang antar pulau meliputi: Jakarta – Sumatera, Jakarta – Kalimantan, Jakarta – Bali, Jakarta,

Sulawesi, Jakarta Papua, Jakarta NTB dan NTT, Jawa – Sumatera, Jawa – Sulawesi, Jawa – Kalimantan, dan seluruh pulau di Indonesia lainnya.

Saat ini bisnis penyedia jasa pengiriman barang telah mengalami perubahan karena perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Perubahan ini akan menimbulkan memunculkan Electronic Commerce (E-Commerce) yang menyajikan bisnis baru dalam dunia pengiriman barang. E-commerce merupakan salah satu jasa pelayanan pengiriman barang yang memungkinkan customer memperoleh informasi dan memesan pelayanan melalui jaringan internet. Ecommerce telah membuka paradigma, struktur dan strategi yang baru bagi pemberi layanan jasa dalam menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru.

Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antar penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya E-commerce seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dalam memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik, demi mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan faktor penting agar terciptanya loyalitas. Di sisi lain, pengguna jasa adalah pelanggan sebagai konsumen beralih menjadi pengguna jasa, yang menjadikan konsumen semakin kritis sehingga memunculkan semakin tingginya tuntutan untuk mendapatkan jasa yang berkualitas. Hal ini menuntut agar pelayanan oleh pihak pengelola industri jasa pengiriman barang memiliki kinerja yang berkualitas terbaik guna mempertahankan minat beli konsumen terutama di dalam E-commerce.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa pengiriman barang yang juga memanfaatkan teknologi

Ecommerce yaitu melalui pelayanan order via website, hotline dan app. J&T Express setiap hari melayani rata-rata 75 orang setiap hari, adapun estimasi waktu pengiriman dalam satu provinsi adalah 1 hari, sedangkan estimasi waktu pengiriman luar provinsi adalah 2-3 hari.

Berdasarkan hasil wawancara karyawan dan konsumen karyawan J&T Express didapatkan beberapa keluhan antara lain :

1. Kurang luasnya area parkir
2. Fasilitas yang kurang memadai (kursi)
3. Komplain paket yang telat diterima

Maka dari itu penelitian ini diperlukan untuk menganalisis kualitas jasa pelayanan J&T Express terhadap kepuasan pelanggan agar pelanggan dapat mempertahankan kesetiaannya (loyalitasnya) pada citra merek J&T. Untuk penelitian yang menganalisis kualitas jasa pelayanan atau yang sering disebut SERVQUAL, yaitu dengan mengkaji penilaian dan harapan konsumen terhadap jasa yang telah diberikan sangat dibutuhkan oleh J&T Express dalam menghadapi persaingan dari banyaknya perusahaan pengiriman barang lainnya.

Analisa mengenai tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui aspek mana saja yang belum sesuai dengan harapan para konsumennya. Sehingga dapat diketahui bagaimana citra perusahaan di mata konsumen dan dapat ditentukan langkah yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Berdasarkan pengukuran kualitas pelayanan (SERVQUAL) pada J&T Express tersebut, didasari pada pemikiran bahwa konsumen dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara membandingkan persepsi terhadap harapan konsumen pada jasa pengiriman

barang yang diberikan oleh J&T Express. Maka dari itu, untuk dapat meningkatkan kualitas layanan pengiriman barang harus memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Dengan memenuhi dan memahami kebutuhan konsumen maka akan dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, dengan merasa puas konsumen maka konsumen akan loyal pada perusahaan jasa tersebut.

Menurut Kotler (2000), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, lalu apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan tersebut, maka pelanggan akan loyal kepada perusahaan kita.

Dengan diberikannya layanan yang berkualitas, dan dirasakan oleh pelanggan maka akan menciptakan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen J&T Express Bandung, dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut, maka akan timbul pembelian ulang dari adanya pembelian ulang tersebut, maka konsumen tersebut bisa dinyatakan loyal pada J&T Express Bandung. Setelah adanya kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen yang dirasakan pelanggan maka akan membuat citra merek perusahaan itu baik dimata pelanggan.

Berbagai macam kendala bisa dihadapi oleh perusahaan sebagai contoh fenomena yang terjadi pada PT J&T Express, perusahaan Billionaire Store memutuskan untuk berhenti menjalin kerjasama dengan J&T Express karena acara customer gathering yang diselengi pesta minuman keras beberapa waktu lalu. "Billionaire Store menyatakan dengan tegas per hari ini memutuskan untuk tidak lagi bekerjasama dengan ekspedisi J&T. Pilihan pengiriman lewat J&T di web www.billionairestore.co.id sudah dinonaktifkan," kata pernyataan itu melalui laman Facebooknya pada Selasa (24/10/17).

Terkait acara gathering, Billionaire Store mengaku diundang untuk hadir bersama kelompok lain yang terjalin kerjasama dengan J&T. Namun tidak ikut andil dalam pesta miras tersebut. "Billionaire Store sangat menjaga adab yang berkaitan dengan keimanan. Terlepas dari segala bentuk pelayanan J&T, Billionaire Store tidak bisa terima atas hal tersebut," tulis perusahaan milik motivator Dewa Eka Prayoga itu.

Diketahui, video yang memuat acara customer gathering J&T sempat viral di media sosial beberapa waktu lalu. Pasalnya, acara tersebut diselengi dengan pesta minuman keras. Sebagian customer yang kerap menggunakan layanan J&T ini juga ramai-ramai memboikot perusahaan jasa pengiriman tersebut. Sementara itu, pihak J&T dalam akun Facebooknya pada Rabu (25/10/2017) telah menyatakan permintaan maaf atas kejadian tersebut. "Ini adalah kesalahan yang tidak akan kami lakukan di masa mendatang. Sekali lagi kami meminta maaf atas kejadian tersebut," kata pernyataan itu (kiblat.net/2017/10/26).

Fenomena selanjutnya yang terjadi pada J&T Express adalah layanan yang mengecewakan konsumen pada Senin (16/4) saya mengirimkan paket dari

Bukalapak berupa telepon seluler HP Xiaomi Redmi 5+ menggunakan jasa ekspedisi J&T Express dengan nomor resi JB0001169166. Pada Selasa (17/4), status tracking tersangkut di JKS_TRANSIT_CENTER. Setelah menunggu seminggu tidak ada progres, saya pun mengajukan komplain ke pihak J&T Express. Saya dijanjikan dihubungi pihak terkait. Namun, setelah beberapa hari tidak ada telepon dari pihak J&T Express. Kemudian saya melapor ke pihak Bukalapak.

Pada Selasa (8/5), pihak Bukalapak menginformasikan kalau paket dinyatakan hilang. Setelah itu saya melampirkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk klaim seperti yang diinformasikan Bukalapak, yaitu KTP, resi asli, dan invoice kepada pihak J&T Express. Kemudian, saya mendapat informasi dari agen J&T Express tempat saya mengirimkan paket saya harus melampirkan berita acara kehilangan dari Kepolisian. Sebenarnya yang menghilangkan paket itu saya atau pihak J&T Express? Kenapa saya yang harus buat berita acara kehilangan? Sampai saat ini saya menuliskan surat pembaca ini (8/6) tidak ada satu pun telepon dari pihak J&T Express dan tidak ada kelanjutan proses klaim asuransi saya. Terlihat sangat tidak profesional kerja tim J&T Express. Uang asuransi mau diterima, tapi proses klaim customer dipersulit. Buat apa ada fitur asuransi, tapi kalau tidak bisa diklaim? Mana janji pihak J&T Express yang mau menelepon saya? Saya menunggu tanggung jawab dari pihak J&T Express dan rasanya cukup sekali saja menggunakan jasa perusahaan ini. (Media Indonesia /2018)

Fenomena yang terakhir adalah Paket Dinyatakan Hilang, J&T Menolak Mengganti Penuh. Saya mengirimkan paket berisi reimburse nota kas bulan Februari 2018 dari Malang ke Jakarta menggunakan J&T Express dengan nomor resi 888 058 657 515 pada tanggal 1 Maret 2018. Namun paket tersebut dinyatakan hilang oleh J&T Express. Yang mengecewakan adalah repon lambat dari J&T Express dan penolakan untuk mengganti seluruh kerugian yang saya alami akibat hilangnya paket tersebut.

J&T Express hanya bersedia mengganti 40 persen dari total kerugian. Nilai reimburse tersebut adalah Rp 2,3 juta, jadi dengan penggantian hanya 40 persen membuat saya sebagai konsumen merasa sangat dirugikan karena harus mengganti sisanya. Terima kasih. (ews.detik.com/suara-pembaca)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena-fenomena yang pernah dialami oleh J&T maka penulis melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Serta Citra Merek, identifikasi rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap citra merek?
4. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas serta citra merek?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah melihat besar pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas serta citra merek J&T Express Bandung. Peneliti menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Untuk mengidentifikasi apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Untuk mengidentifikasi apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap citra merek?
4. Untuk mengidentifikasi apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas serta citra merek?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik bagi J&T Express, pelanggan atau konsumen, para pebisnis di bidang jasa pengiriman barang, serta bagi ilmu pengetahuan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan praktis

- a. Bagi penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

- b. Bagi perusahaan

Memberikan saran-saran yang bermanfaat dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, khususnya dalam permasalahan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra Merek

2. Kegunaan teoritis

Bagi masyarakat khususnya dilingkungan perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan yang lebih jelas tentang Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan serta pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen dan Citra Merek. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti lain yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan serta pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini, maka dalam pembahasan dan penyelesaian masalah perlu adanya batasan masalah sebagai berikut.

1. Lokasi penelitian atau wilayah studi dan pengambilan data hanya pada lingkup J&T Express Kota Bandung
2. Kepuasan yang dimaksud pada studi ini adalah mengenai kepuasan terhadap pelayanan pengiriman barang dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen J&T Express Bandung

3. Responden adalah mereka yang menggunakan jasa pengiriman barang melalui J&T Express minimal sebanyak tiga kali dan pernah menggunakan dua penyedia jasa pengiriman barang lainnya.

