

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semakin pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia telah mengubah berbagai aspek kehidupan terutama dalam bidang bisnis online. Dengan berkembangnya teknologi online masyarakat Indonesia banyak yang beralih dari bisnis konvensional menjadi bisnis yang berbasis online. Masyarakat Indonesia juga telah merasakan berbagai manfaat dan kemudahan yang dirasakan akibat perkembangan teknologi ini. Berdasarkan data riset dari International Data Corporation (IDC) transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2016 sudah mencapai US\$ 651,7 juta, atau sekitar Rp 8,7 triliun. Jumlah ini diperkirakan terus akan naik seiring perkembangan ekonomi nasional dan tren perubahan gaya hidup online. Dalam kalkulasi IDC, pasar e-commerce di Indonesia pada 2020 akan bisa mencapai US\$ 1,8 miliar atau lebih dari Rp 20 triliun. Data tersebut menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat Indonesia terhadap e-commerce sangat besar dan menjadi peluang bagi perusahaan jasa pengiriman barang/ekspedisi karena dengan jumlah transaksi e-commerce yang terus meningkat membutuhkan dukungan layanan jasa logistik.

Hal ini menjadikan jasa pengiriman barang menjadi salah satu pilar utama kredibilitas sebuah bisnis online. Sebuah bisnis online layak untuk

dipercaya jika bisnis online tersebut memiliki barang dengan kualitas yang baik, kualitas pelayanan yang baik dan juga pengiriman barang yang aman dan cepat. Sehingga barang yang di beli oleh Pelanggan dapat sampai tujuan dengan baik. Sebab itu, menjadi tantangan bagi pelaku bisnis online dikarenakan semakin banyaknya pelaku bisnis online dan transaksi online menjadikan keamanan, kemudahan dan kecepatan menjadi tuntutan bagi para pelaku bisnis online. Maka di butuhkan jasa pengiriman barang/ekspedisi yang terpercaya dan memiliki kualitas pelayanan yang baik agar Pelanggan merasa puas dan para pelaku bisnis online mendapatkan loyalitas dari Pelanggan.

Jasa Pengurusan Transportasi (freight forwarding) / Expedisi adalah usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut atau udara yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan, pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, perhitungan biaya angkutan, klaim asuransi atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya. Di Indonesia sendiri telah banyak berdirinya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang/ekspedisi seperti JNE, TIKI, POS INDONESIA, DHL dan salah satunya J&T. J&T merupakan perusahaan layanan pengiriman ekspres berdasarkan pengembangan dari Sistem IT.

Didirikan sejak 20 Agustus tahun 2015 diresmikan oleh CEO J&T Ekspres yang merupakan mantan CEO OPPO Indonesia bernama Mr. Jet Lee dan beroperasi pada September 2015. J&T Ekspres ini memiliki Visi dan Misi perusahaan :

VISI PERUSAHAAN

Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan/cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia, serta mensejahterakan masyarakat kurang mampu.

MISI PERUSAHAAN

1. Menyediakan produk jasa angkutan/titipan ke seluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan customer.
2. Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.
3. Menjalankan bisnis cargo atau jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal
4. Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.

5. Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.
6. Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
7. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan maksimal sesuai kebutuhan pemerintah.
8. Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang-barang kebutuhan rakyat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.

MOTTO PERUSAHAAN

1. Melayani pelanggan secara terpadu, cepat dan aman sampai tujuan.
2. Kepuasan pelanggan adalah harapan dan keluhan pelanggan adalah motivasi untuk memperbaiki diri.

Pada tahun 2017 J&T telah memiliki 1,025 cabang, 10,000 kurir, dan 1000 unit mobil di seluruh Indonesia. J&T Express gencar dalam membangun infrastruktur selama beberapa tahun guna dirancang untuk melahirkan layanan yang cepat, aman, dan meminimalisir kesalahan pekerja yang bisa menurunkan layanannya.

Selain itu, J&T Express juga bekerjasama dengan Garuda Indonesia Cargo untuk jalur pengiriman udara dan juga bekerja sama dengan idEA (*Indonesian E-Commerce Association*) sebagai asosiasi *e-commerce* di Indonesia. Selain itu juga, J&T Ekspres bekerjasama dengan shopee untuk meningkatkan pertumbuhan pengiriman J&T Ekspres dan terbukti pada tahun 2018 J&T mendapatkan penghargaan Top Brand Award 2018. Dengan kategori courier service selang satu peringkat di bawah pesaingnya yaitu JNE.

TABEL 1.1
TOP BRAND AWARD 2018

MEREK	TBI	TOP
JNE	45,0%	TOP
J&T	13,9 %	TOP
TIKI	13,6 %	TOP
POS INDONESIA	11,6 %	
DHL	3,5 %	

Hal ini menunjukkan bahwa J&T ekspres memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasanya untuk mempertahankan eksistensinya di industri layanan jasa.

Kualitas Pelayanan menurut (Kotler & Keller, 2012) adalah “*Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu*”.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2008) “ *Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan*”. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas akan mendatangkan kepuasan serta memberikan pengaruh tidak langsung terhadap Pelanggan untuk menggunakan kembali produk jasa yang sama sehingga Pelanggan menjadi loyal terhadap produk jasa yang telah digunakannya.

Kepuasan Pelanggan menurut (Zeithaml, 2009) adalah “*Tanggapan terhadap pemenuhan keinginan Pelanggan. Ini adalah suatu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut*” .

“*Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, Pelanggan akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk*” (Umar, 2002). “*Loyalitas Pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk*” (Umar, 2002)

Sedangkan Loyalitas menurut (Griffin, 2010) “*Seorang Pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila Pelanggan menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan Pelanggan membeli paling Sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu*”.

Dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan J&T Ekspres di harapkan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap penyedia jasa layanan ekspedisi sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Di karenakan semakin meningkatnya pesaing dalam bidang jasa pengiriman ekspedisi. Maka perusahaan J&T Ekspres harus dapat bersaing dengan memberi pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya agar dapat meningkatkan kepuasan para Pelanggannya yang pada akhirnya akan menumbuhkan loyalitas terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, dengan semakin banyak munculnya berbagai jenis jasa pengiriman pada saat ini. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat antara jasa pengiriman sejenis dan mengharuskan untuk mempersiapkan diri sebaik mungkin jika masih ingin mempertahankan eksistensinya dalam persaingan jasa pengiriman. Salah satu daya saing yang harus diciptakan oleh usaha jasa pengiriman adalah kualitas pelayanan. Karena loyalitas dari Pelanggan yang secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi pihak perusahaan.

Maka dalam bidang jasa pengiriman, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk memenangkan persaingan yang ada. Maka dari itu, perusahaan J&T Ekspres harus membuat strategi layanan yang tepat untuk para Pelanggannya agar Pelanggan yang telah merasakan layanan yang di berikan lebih baik di bandingkan para pesaingnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Bandung : studi kasus pada Pelanggan J&T Ekspres Bandung**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

- Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres Bandung?
- Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung?
- Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah melihat besar pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung , peneliti menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1 Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres Bandung.
- 2 Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung.
- 3 Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan praktis

a. Bagi penulis

Sebagai alat untuk menambah wawasan dan penerapan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh jenjang perkuliahan sehingga peneliti dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi di lapangan.

b. Bagi perusahaan

Memberikan Masukan yang bermanfaat dalam melihat permasalahan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, khususnya dalam permasalahan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

2. Kegunaan teoritis

Bagi masyarakat khususnya bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pengembangan pengetahuan yang terkini berdasarkan kejadian- kejadian yang di hadapi saat ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti lain yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.