

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis di era modern dikala ini terus menjadi pesat serta bertambah dalam skala nasional yang mana membuat para produsen maupun pelakon bisnis wajib bisa lebih inovatif buat penuhi kebutuhan serta kemauan tiap konsumennya. Pesatnya pertumbuhan dunia usaha berakibat pada terus menjadi banyaknya unit usaha baru yang digagas oleh warga baik kecil, menengah ataupun atas. Sehabis terdapatnya fenomena ini, banyak nantinya industri yang mendominasi beraktifitas di perdagangan Indonesia.

Dengan ditingkatkannya industri jasa tersebut hingga tiap *marketplace* apapun itu hendak timbul penyedia jasa pengiriman benda ataupun jasa ekspedisi yang tumbuh pesat. Sepanjang ini perkembangan *E-commerce* berakibat positif pada bisnis lain paling utama jasa pengiriman benda ataupun logistik. Pertumbuhan perdagangan online sudah melahirkan model-model belanja baru. Orang-orang lebih memilah belanja *online* daripada belanja *offline*. Perkembangan *E-commerce*. Dalam pengelolaannya jasa pengiriman benda diartikan mempraktikkan konsep-konsep pemasaran jasa serta tetap berupaya menghasilkan keunggulan kompetitif. Ada pula pelaku usaha sangat memerlukan jasa ekspedisi buat bisa mengantar benda tersebut supaya dapat hingga ke tujuan dengan kilat serta pas. Dalam usaha jasa pelayanan pengiriman benda ini tidak cuma terjalin pada skala investasi besar semacam jasa pengiriman benda, namun pula pada skala investasi kecil semacam ketepatan dalam pengiriman benda, keamanan benda hingga di tujuan serta kepuasan konsumen dalam perihal pelayanan. yang naik pesat diakibatkan oleh pergantian sikap konsumen yang penuhi kebutuhan tiap hari dengan berbelanja online paling utama di masa Pembatasan Sosial Berskala Besar(PSBB) pada waktu pandemi Covid- 19 semenjak dini tahun 2020 kemudian. Tidak hanya itu, kenaikan ini pula didorong oleh pelakon UMKM yang berlomba-lomba buat bergeser ke *online* dengan bergabung di *marketplace* ataupun membangun toko *online*-nya sendiri.

Setiap perusahaan akan memberikan layanan terbaik bagi konsumen-konsumennya agar para konsumen tersebut merasa puas terhadap jasa dan produk yang diberikan perusahaan dengan harapan para konsumen akan menjadi konsumen tetap perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen, perusahaan memerlukan strategi yang tepat (Dewi, Ratna Yunita, 2020)

Keberadaan penyedia jasa ekspedisi bisa penuhi kebutuhan para pelaksana bisnis, sebab bisa mengirimkan barang kepada pelanggan yang terletak di dekat tempat usaha serta di luar daerah pembedahan industri, sehingga memperluas cakupan pasar yang secara otomatis hendak tingkatkan keuntungan industry, Berikut informasi jasa ekspedisi yang ada di Indonesia pada tahun 2020:

Tabel 1.1 Kategori Layanan Jasa Kurir Indonesia pada tahun 2020

Brand	Top Brand
JNE	27,3%
J&T	21,3%
TiKi	10,8%
Pos Indonesia	7,7%
DHL	4,1%

Sumber: www.topbrand-award.com (2020)

Pada tahun 2020 jasa pengiriman JNE berada di urutan pertama, lalu di urutan kedua J&T *Express*, selanjutnya diikuti oleh Tiki, Pos Indonesia, dan DHL. Kehadiran J&T *Express* dipasar 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 menjangkau seluruh area di Indonesia.

Kualitas layanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan dengan daya dukung fasilitas, informasi akurat dan ketepatan waktu pengiriman. J&T *Ekspress* mengupayakan berbagai cara untuk meningkatkan

kualitas layanan dengan menciptakan dan memperkenalkan berbagai keunggulan dari pelayanan perusahaan misalnya tampilan fisik atau fasilitas perusahaan yang baik, ketepatan waktu pengiriman, respon pegawai yang baik, jaminan dari perusahaan, dan perhatian khusus untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. Ada banyak upaya yang dilakukan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, lingkungan layanan yang baik akan menciptakan kenyamanan dan kesan yang mendalam dibenak konsumen (Wayuni & P.Adam, 2021).

J&T *Express* membangun jaringan Oppo Indonesia selama tiga tahun dengan memberikan modal yang berharga bagi infrastruktur J&T *Express* hingga saat ini. Ketika memutuskan membangun J&T *Express*, mereka pun sudah memiliki jalur-jalur distribusi di Indonesia. J&T *Express* juga bekerja sama dengan beberapa pihak dalam membangun infrastrukturnya. Mereka berafiliasi 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 Ekspres Indonesia). Selain itu, J&T *Express* juga tengah membangun kerja sama dengan shopee yang dinilai mampu mendongkrak pertumbuhan pengiriman J&T *Express*. J&T *Express* dalam satu tahun dapat menjangkau seluruh area di Indonesia. Infrastruktur yang di bangun oleh J&T *Express* inipun dirancang untuk melahirkan layanan yang cepat, aman, dan meminimalisir kesalahan pekerja (*human error*) yang bisa menurunkan kualitas layanannya. Salah satu J&T *Express* yang berkembang pesat adalah J&T Drop point Laweyan 01 Surakarta.

Saat ini telah banyak ancaman dari pendatang baru dalam bisnis yang sejenis seperti Asperindo, DHL, Pos Indonesia, Fedex, JNE, Cahaya Nusantara *Express*, Cito *Express*, Si Cepat dan lain-lain. Hal ini mendasari J&T Ekspres untuk berjuang keras menghasilkan produk dan layanan yang menarik dan inovatif agar dapat menarik pelanggan yang baru dan dapat mempertahankan pelanggan yang lama.

(Susanti, 2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan, promosi produk,

kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan merupakan empat elemen kunci yang menentukan kesuksesan konsep pemasaran; kepuasan dapat dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar, peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Usaha pemasaran produk diterapkan secara hati-hati untuk mengisi celah-celah bisnis melalui promosi yang dapat menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara persial maupun simultan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni pada subjek dengan fenomena penelitian berbeda serta Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta belum pernah melakukan penelitian dengan tema sejenis. Alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah ingin mengetahui seberapa besar pengaruh variabel indenpenden terhadap dependen dimana variabel indenpendennya adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas konsumen.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan tersebut dapat diidentifikasi masalah yang terkait dengan loyalitas konsumen pada jasa pengiriman J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan jasa pengiriman J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta yang mengalami penurunan.
2. Kesalahan dalam menempel nomor resi J&T *Express* dalam pelayanan ke konsumen
3. Alamat penerima yang diberikan kepada pegawai untuk di input kurang lengkap menyebabkan pengiriman barang tertunda.

4. Kerusakan barang akibat packingan yang tidak standar menyebabkan penurunan kepercayaan konsumen terhadap *J&T Express*
5. Pada saat promo banyak paket yang terlambat untuk dikirimkan akibat barang *overload*.

C. PEMBATASAN MASALAH

Dari berbagai identifikasi masalah yang dikemukakan tersebut tidak semua permasalahan itu akan diteliti. Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini agar penelitian ini lebih terarah dan tidak terjadi perluasan kajian mengingat luasnya permasalahan yang ada. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dibatasi dengan ketepatan pengiriman, keamanan paket, menangani komplain dari konsumen.
2. Kepercayaan dibatasi dengan tanggung jawab perusahaan, kinerja pegawai kepuasan pelanggan.
3. Loyalitas konsumen dibatasi dengan tingkat pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan.

D. RUMUSAN MASALAH

Bertolak dari latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen J&T kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta?
2. Apakah ada pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas konsumen J&T kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta?
3. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen J&T kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta?

E. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan pada J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta terhadap loyalitas konsumen.
2. Mengetahui adakah pengaruh kepercayaan pada J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta terhadap loyalitas konsumen.
3. Mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada J&T Kantor Drop Point Laweyan 01 Surakarta terhadap loyalitas konsumen.

F. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini berupaya membuktikan teori-teori yang sudah ada guna menambah ilmu pengetahuan terutama dibidang kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Perusahaan, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berupa masukan dan saran kepada J&T *Express* Kantor Drop Point Laweyan 01 dalam upaya meningkatkan Loyalitas Pelanggannya.
- b. Konsumen, diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam menggunakan jasa pengiriman terutama J&T *Express*.
- c. Peneliti lain, sebagai referensi bagi penelitian pada bidang yang sejenis. Selain itu penelitian ini juga sebagai bahan rekomendasi kepada pihak- pihak yang berkepentingan.