

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Sebagai sektor perekonomian baru, bisnis *online* memiliki kontribusi yang cukup berpengaruh pada perekonomian Indonesia. Bisnis yang mengandalkan kemajuan teknologi ini berkembang cukup pesat karena memberi banyak kemudahan bagi konsumen. Berbagai kemudahannya yaitu, dapat diakses melalui berbagai media, harga jauh lebih murah, dapat dilakukan dimana saja, lebih cepat dan praktis, banyak diskon dan promo, dan mudah membandingkan barang dengan toko lain (Annur, 2020). Kemudahan dan kelebihan belanja *online* membuat maraknya masyarakat lebih memilih belanja *online* dibanding mendatangi toko langsung. Selain itu, *online shop* mempunyai kekurangan yaitu, barang yang sampai ditangan konsumen terkadang tidak sesuai dengan yang digambar. Sempat terjadinya penipuan karena barang yang dibeli tidak dikirim oleh penjual, dan penjualnya menghilang tanpa tanggung jawab.

Aktivitas belanja *online* tidak hanya jual beli saja, distribusi barang juga perlu diperhatikan. Bagaimana cara agar pesanan tepat dan cepat sampai ditangan konsumen. Proses distribusi ini melibatkan pengiriman menggunakan transportasi. Begitu pembeli menyelesaikan transaksi, maka penjual segera mengemas dan memproses barang yang dipesan untuk dikirimkan ke alamat pembeli. Proses bisnis *online* dianggap selesai apabila konsumen telah menerima barang yang mereka pesan. Perkembangan bisnis *online* berdampak pada kemunculan perusahaan penyedia jasa atau ekspedisi. Setiap perusahaan ekspedisi akan berlomba-lomba memberikan jasa pengiriman barang yang tepat, cepat, murah, dan akurat. Jasa pengiriman ini berperan penting karena sebagai distribusi produk dari penjual ke pembeli.

Menggunakan jasa pengiriman akan jauh lebih efektif dan efisien, dibanding penjual mengantar sendiri ke alamat konsumen. Penggunaan ekspedisi bagi penjual akan sangat

membantu karena pihak penjual tidak perlu repot memikirkan distribusi produknya. Memang benar, jika penjual memiliki transportasi sendiri untuk mendistribusikan produknya jatuhnya akan lebih murah dibanding menggunakan jasa ekspedisi. Namun, apabila pesanan produk dihari itu hanya sedikit, hal itu akan merugikan penjual jika menggunakan transportasi sendiri. Hal itulah yang membuat jasa ekspedisi banyak dilirik pemilik bisnis *online*. Jasa ekspedisi memiliki tanggung jawab dalam mendistribusikan barang agar aman dan cepat sampai ditangan konsumen.

Ekspedisi yang memiliki rute pengiriman yang lengkap cenderung banyak diminati. Pengguna ekspedisi tidak perlu cemas karena pihak ekspedisi akan menjangkau seluruh wilayah sehingga barang akan dipastikan sampai pada tujuan. Semakin luas cakupan pengiriman jasa ekspedisi maka akan menambah minat konsumen untuk menggunakan ekspedisi tersebut. Perusahaan ekspedisi yang dipercaya umumnya memiliki pelayanan yang tidak diragukan lagi. Perusahaan ekspedisi yang memiliki cabang kantor merata dan *contact person* yang mudah dihubungi akan memudahkan konsumen mencari informasi jika terjadi kesalahan saat pengiriman. Kualitas profesionalisme dalam sebuah jasa ekspedisi juga harus diperhatikan. Bagaimana perusahaan ekspedisi menanggapi keluhan pelanggannya dan bagaimana cara mereka mengatasi permasalahan tersebut.

Jasa pengiriman di Indonesia sangat beragam, tidak hanya pelayanan yang baik, fitur lengkap maupun kompetisi harga juga perlu dipertimbangkan. Dalam melakukan pengiriman barang mengharuskan pihak ekspedisi memiliki standar performa yang baik. Menetapkan harga yang diberikan harus sesuai dengan pelayanan yang diberikan pula. Seimbangnya harga dengan pelayanan yang diberikan ini akan membuat kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas.

Loyalitas konsumen adalah alat ukur perusahaan untuk mengetahui perilaku penggunaan secara konsisten. Jika perusahaan ingin memperluas segmennya, kunci utama yang harus dimiliki perusahaan adalah memiliki konsumen yang loyal. Tentu terdapat banyak

faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen seperti kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman pelanggan. Saran dari konsumen sangat membantu perusahaan untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Keinginan konsumen dalam mendapatkan pelayanan akan selalu berubah, sehingga perusahaan dituntut mampu berinovasi pada layanan yang diberikan. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap jasa ekspedisi tentu saja akan meningkatkan profesionalitas perusahaan dimata masyarakat.

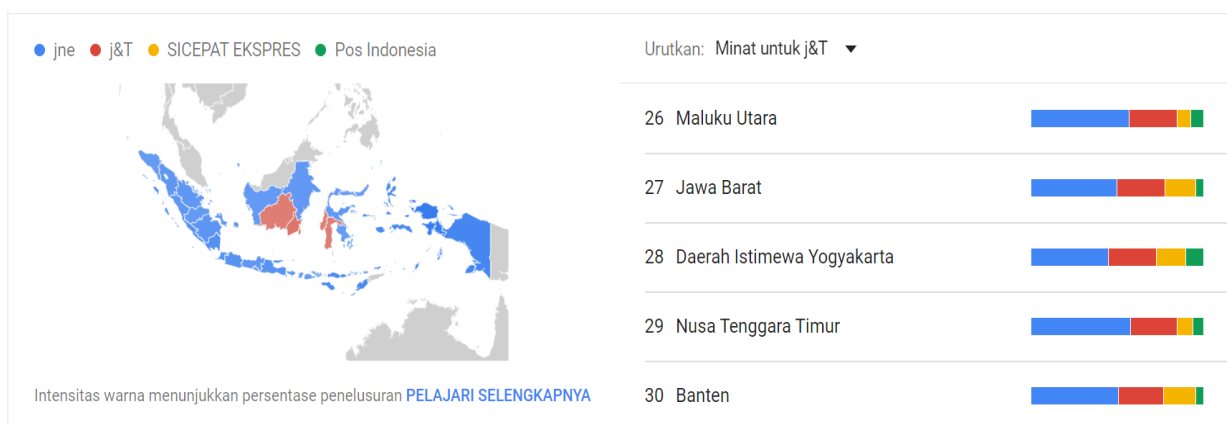
Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah jaminan kepercayaan. Apabila perusahaan ekspedisi berani memberi garansi, maka membuktikan kualitas layanan mereka tidak main-main. Konsumen akan merasakan barang yang mereka percayakan akan lebih aman dan nyaman. Konsumen yang sudah mempunyai banyak pengalaman dalam menggunakan jasa ekspedisi akan membuat pendapatan perusahaan stabil, dan biaya untuk membuat konsumen loyalitas cenderung kecil dibanding jika perusahaan mencari segmen pasar yang baru. Munculnya persaingan dalam bisnis ekspedisi, pastinya perusahaan yang baru terjun akan merebut pasar konsumen dari perusahaan yang sudah lama terjun dalam bidang ekspedisi. Cara perusahaan lama untuk mempertahankan agar pelanggannya tidak lari adalah dengan membuat konsumen lama mereka loyal. Apabila perusahaan bisa membuat loyal pelanggannya, ada kemungkinan konsumen tersebut sukarela merekomendasikan kepada orang lain.

Jika jasa yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima buruk atau tidak sesuai harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan dari konsumen belum bisa terpenuhi dengan baik. Penelitian Hidayah (2018) memastikan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi harga jasa pengiriman produk J&T Express maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan ekspedisi bergantung pada harga yang ditawarkan.

Harga dapat menjadi hal yang kompetitif dalam bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya. Ketika konsumen mengkonsumsi jasa tersebut, mereka akan menilai apakah harga yang dikeluarkan sesuai dengan kepuasan yang dirasakan. Kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono & Chandra, 2012). Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, yang mendorong konsumen untuk membangun ikatan yang kuat dengan perusahaan. Apabila perusahaan ekspedisi meningkatkan kepuasan konsumen maka loyalitas konsumen akan meningkat.

J&T merupakan salah satu perusahaan ekspedisi yang terbilang baru di Indonesia. Pergerakan masyarakat yang terbatas disaat pandemi ini memicu permintaan ekspedisi yang meningkat tajam (Hartawan, 2020). Banyak yang memilih belanja *online* karena menghindari aktivitas di luar rumah, sehingga permintaan ekspedisi selalu meningkat. Dalam menangani kasus tersebut maka perusahaan ekspedisi menambah tenaga kerja yang memadai. Perusahaan J&T sudah menyiapkan kapasitas yang memadai untuk menjangkau kenaikan permintaan hingga 200 persen. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh J&T seringkali bermitra dengan *website e-commerce* Indonesia. J&T juga kerap memberikan diskon pengiriman gratis kepada pembeli *e-commerce* dan layanan *pick up* gratis kepada penjual. Pada tahun 2020 J&T meraih penghargaan *top brand award 2020* untuk ketiga kalinya (Pressrelease, 2020). Fokus J&T adalah memiliki satu konter *franchise* disetiap kecamatan. Pengaplikasian teknologi dalam perusahaan ini adalah dengan menggunakan pelacakan yang langsung terintegrasi dengan *database*. Mereka menawarkan sistem pelacakan yang disebut dengan “*Real Time Tracking System*”. J&T memiliki dua *access point* yang dapat diakses melalui J&T Express Apps di *smartphone* dan satu *access point* yang dapat mengakses melalui *website*. Keunggulan J&T lainnya adalah apabila terdapat hal tak terduga paket konsumen hilang maka J&T akan memberikan klaim untuk barang tersebut. Proses klaim hanya memakan waktu 1-3 hari kerja dengan ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan (Ciptaloka, 2018).

Perusahaan ekspedisi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar mampu bersaing dengan ekspedisi lainnya. Melihat persaingan ekspedisi semakin banyak diminati maka J&T harus mempertahankan pelanggannya. Membuat pelanggannya loyal kepada J&T merupakan sisi positif untuk memenangkan persaingan dalam bisnis ekspedisi ini. Perlunya memperbaiki kinerja atau profesionalitas untuk kelayakitan pelanggan. Agar J&T bisa memperbaiki kinerjanya, maka perusahaan harus bisa mengerti kebutuhan dan keinginan konsumennya. Maka perlu diadakannya survei kepada konsumen J&T menggunakan kuesioner agar dapat dijadikan bahan evaluasi untuk menyusun strategi kedepannya.



Gambar 1.1 Grafik Pemetaan Wilayah Prospektif Minat Jasa Ekspedisi

Menurut data yang diperoleh dari *Google Trends* perusahaan ekspedisi J&T menempati urutan ke-2 di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan pemilihan J&T adalah agar perusahaan tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga J&T dapat menguasai pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan replikasi modifikasi dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Irnanda (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Konsumen JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)” dan penelitian yang dilakukan oleh Sudarmo and Sudarwanto (2021) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang” Kontribusi penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah melakukan penelitian dengan

replikasi modifikasi sehingga berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada J&T cabang Yogyakarta)”.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik Irnanda (2016) adalah penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas yaitu, kualitas pelayanan dan persepsi harga. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah J&T cabang Yogyakarta sedangkan, penelitian terdahulu menggunakan objek JNE cabang Hijrah Sagan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan analisis jalur.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta?
5. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen J&T Yogyakarta?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen J&T Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen J&T Yogyakarta.
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

J&T Yogyakarta.

3. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta.
5. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen J&T Yogyakarta.
6. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen J&T Yogyakarta.
7. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen J&T Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang khususnya tentang pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

##### 2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan bagi penulis yang berguna dan dapat diterapkan dalam dunia kerja dan sebagai acuan mengenai faktor-faktor penting yang berkaitan dengan organisasi dan sumber daya manusia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam pengambilan keputusan perusahaan.