

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pada era industri 4.0 ini, banyak membawa perubahan pada teknologi dan pola konsumsi seseorang karena kebutuhan yang semakin meningkat. Hal tersebut membuat bisnis secara online banyak bermunculan dan banyak hal yang dapat dikerjakan secara online. Seseorang dapat bekerja secara online, sekolah secara online, bahkan berbelanja secara online. Dengan demikian, memudahkan seseorang dalam beraktivitas dan lebih praktis.

Kebutuhan seseorang tidak bisa didapatkan atau dibeli hanya di satu tempat saja. Namun, kendalanya adalah jarak seseorang dengan sumber barang yang dibutuhkan. Sehingga hal tersebut akan menyita waktu apabila harus dilakukan oleh seorang diri. Dengan demikian, seseorang akan berfikir untuk menggunakan transportasi berupa jasa pengiriman barang guna mempermudah mendapatkan atau mengirimkan barang atau kebutuhan tersebut.

Transportasi jasa pengiriman barang dapat didefinisikan sebagai suatu usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Pengangkutan atau pemindahan barang dan/penumpang dengan transportasi adalah untuk dapat mencapai tempat tujuan dan menciptakan/menaikkan utilitas atau kegunaan dari barang yang di angkut tersebut (Gunawan, 2014).

Saat ini, jasa pengiriman barang mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan seseorang guna memenuhi kebutuhannya dan sangat berpengaruh dalam aktivitas manusia sebagai makhluk konsumtif. Hal tersebut mengakibatkan persaingan dalam bisnis jasa ekspedisi (jasa pengiriman barang) untuk mendapatkan *market share* sebesar-besarnya, sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih jasa pengiriman barang yang terbaik dari segi kepercayaan konsumen, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman, kualitas pelayanan dan agar mendapat kepuasan dalam menggunakan jasa pengiriman barang tersebut. Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh jasa pengiriman barang adalah selalu mengikuti perubahan pasar atau permintaan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh kepercayaan pelanggan yang sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler & Keller, 2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut

memberikan manfaat bagi perusahaan diantaranya menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang sangat puas dan akan melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa secara berulang serta memiliki antusiasme untuk memperkenalkan produk atau jasa tersebut kepada calon pelanggan lain. Hal tersebut sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan.

J&T Express adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi untuk melayani pengiriman dan penerimaan barang maupun dokumen dari/ke berbagai kota/kecamatan/kabupaten di seluruh Indonesia. Dalam bisnis jasa pengiriman barang kepercayaan konsumen, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman dan kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Contohnya, ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh jenis transportasi itu sendiri, apakah melalui darat, air, atau udara. Tentu ketiga media tersebut akan menentukan waktu lamanya suatu barang di kirim dari sumber sampai ke tangan konsumen.

Menurut (top-brand awand.com) J&T Express tidak menjadi pemegang *market share* terbesar, hal tersebut dapat terjadi karena pengguna jasa merasakan kurangnya kepuasan terhadap kepercayaan konsumen, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan faktor lainnya yang disediakan sehingga menyebabkan turunnya kepuasan pengguna jasa.

**Tabel 1. 1 Data Market Share Jasa Pengiriman Barang Tahun 2020**

<b>Jasa Ekspedisi</b>	<b><i>Market Share</i></b>
JNE	27,3%
J&T Express	21,3%
Tiki	10,8%
Pos Indonesia	7,7%
DHL	4,1%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari data di atas J&T menempati urutan kedua market share dari sumber *topbrand-award* dengan persentase sebesar 21,3%. Urutan pertama ditempati JNE dengan persentase sebesar 27,3%. Lalu urutan ketiga adalah Tiki dengan persentase sebesar 10,8%. Selanjutnya Pos Indonesia sebesar 7,7%, kemudian DHL sebesar 4,1%. Sisanya memilih jasa pengiriman barang yang lain. Persaingan market share jasa pengiriman barang sangat ketat sehingga perusahaan harus terus menerus melakukan beragam cara atau strategi untuk memikat hati pelanggan agar menggunakan kembali jasa pengiriman barang tersebut. Salah satu strategi yang dilakukan oleh J&T Express dalam menghadapi persaingan adalah dengan analisis SWOT. Analisis SWOT diperlukan oleh J&T Express untuk melakukan analisis terhadap wujud kekuatan (*Strength*),

kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) agar dapat diketahui keadaan di masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas, telah dipilih J&T Express sebagai objek dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan modifikasi dari dua jurnal yaitu jurnal dari Aminah, Yudi Rafani dan Hariyani (2017) yang berjudul Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Pangkalpinang dengan rumusan masalah yang pertama apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan yang kedua apakah kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kekurangan dari jurnal ini yaitu tidak ada pemaparan dalam bentuk tabel, grafik maupun gambar pada jurnal ini. Kemudian teori-teori dalam penelitian ini sudah terlalu lama. Jurnal kedua yaitu jurnal dari Hanna Ester Novia dan Endang Sutrisna yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Pekanbaru dengan rumusan masalah yang pertama apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan yang kedua apakah tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kekurangan dalam jurnal ini yaitu penulis tidak menjelaskan secara langsung apa tujuan dari penelitian tersebut, dan tidak ada pemaparan tabel, grafik maupun gambar.

Sehingga dari dua jurnal tersebut, saya menulis judul penelitian Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen J&T Express).

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kepercayaan Konsumen, Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express secara simultan?
2. Apakah Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express?
3. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kosumen J&T Express?
4. Apakah Tarif Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express?
5. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen, Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express secara simultan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman barang terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki judul atau topik terkait

pengaruh faktor kepercayaan konsumen, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pandangan atau cakrawala yang lebih luas tentang pengaruh kepercayaan konsumen, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.