

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jumlah dan kualitas pembelian online telah meningkat secara signifikan di era digitalisasi yang cepat ini. Akibatnya, hal ini dapat mengakibatkan perubahan pada domain saat ini. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tren ini adalah maraknya layanan pengiriman produk, yang menyebabkan lonjakan permintaan layanan pengiriman secara signifikan. Konsumen menginginkan layanan pengiriman yang efisien, nyaman, aman, dan menyenangkan dalam pengiriman barang. Meningkatnya permintaan konsumen dan menjamurnya bisnis online dan perusahaan e-commerce menunjukkan ketertarikan yang kuat di antara pelanggan terhadap layanan pengiriman.

Saat ini, kemajuan perdagangan internet berjalan dengan kecepatan yang cukup pesat. Berdasarkan data Bank Indonesia, jumlah pelanggan meningkat sebesar 51% pada Agustus 2020. Data Exabytes menunjukkan peningkatan jumlah masyarakat yang melakukan bisnis online sebesar 38,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Dibandingkan Februari 2019, terjadi lonjakan hingga 120%. Hal ini menunjukkan kapasitas perusahaan e-commerce untuk mempertahankan pertumbuhan dan memerlukan penyediaan infrastruktur logistik yang sesuai.

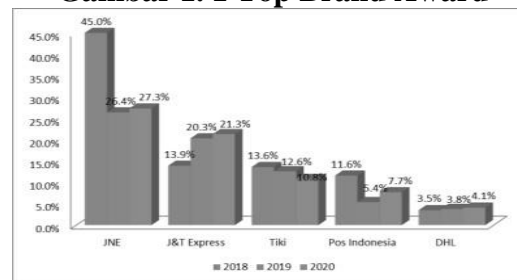
Layanan pengiriman produk sudah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat. Keinginan masyarakat berasal dari kebutuhannya akan terpenuhinya kebutuhannya mencapai status perhatian utama dalam kehidupan sehari-hari. Akibatnya, efisiensi layanan pengiriman barang telah meningkat secara signifikan, memungkinkan individu untuk memilih opsi yang paling sesuai untuk pengiriman dan penerimaan barang dari sudut pandang logistik. Di tengah epidemi COVID-19, layanan pengiriman cepat, terkadang disebut sebagai layanan ekspres, berkontribusi signifikan

dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Bisnis logistik mendorong budaya pembelian online dan diperkirakan akan mempertahankan lintasan pertumbuhannya.

Semester pertama tahun 2021 terjadi peningkatan rata-rata volume pengiriman nasional sekitar 30% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia atau Asperindo mengklaim. Seperti yang ditunjukkan oleh pandemi COVID-19 pada bulan Maret 2020, logistik muncul sebagai industri penting yang tetap beroperasi karena peran vitalnya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat di tengah krisis. Perusahaan logistik semakin populer karena semakin luasnya jangkauan penawaran layanan mereka. Peningkatan investasi di sektor ini diperkirakan akan mendorong meningkatnya persaingan dalam industri jasa pengiriman, sehingga menawarkan pilihan layanan yang lebih luas kepada konsumen.

Banyak nama ternama seperti Pos Indonesia, JNE, TIKI, J&T, dan masih banyak lagi perusahaan jasa pengiriman yang mendominasi pasar jasa pengiriman produk Indonesia. Paket dan dokumen yang memenuhi persyaratan pengiriman yang ditetapkan oleh masing-masing layanan kurir dapat diterima untuk pengiriman. J&T Express adalah layanan pengiriman cepat yang baru saja diluncurkan di Indonesia.

Mereka mengukuhkan diri sebagai perusahaan yang menyediakan layanan petualangan menggunakan teknologi. J&T Express telah bermitra dengan platform e-commerce besar di Indonesia untuk inisiatif promosi. Sektor jasa pengiriman seringkali memberikan pengiriman gratis untuk pelanggan atau pengambilan paket gratis untuk vendor online.

Gambar 1. 1 Top Brand Award

Sumber : www.topbrand-award.com

Dengan pangsa pasar sebesar 13,9%, J&T Express menduduki peringkat kedua statistik Top Brand Awards 2018, seperti terlihat pada Gambar 1.1. Pangsa pasarnya naik menjadi 21,3% pada tahun 2020 setelah meningkat menjadi pada tahun 2019 sebesar 20,3%. Pangsa pasar pesaing utama J&T Express, JNE, kini semakin tinggi. Data ini ditunjukkan pada Gambar 1.2.

Gambar 1. 2 Top Brand Award



Sumber : www.topbrand-award.com

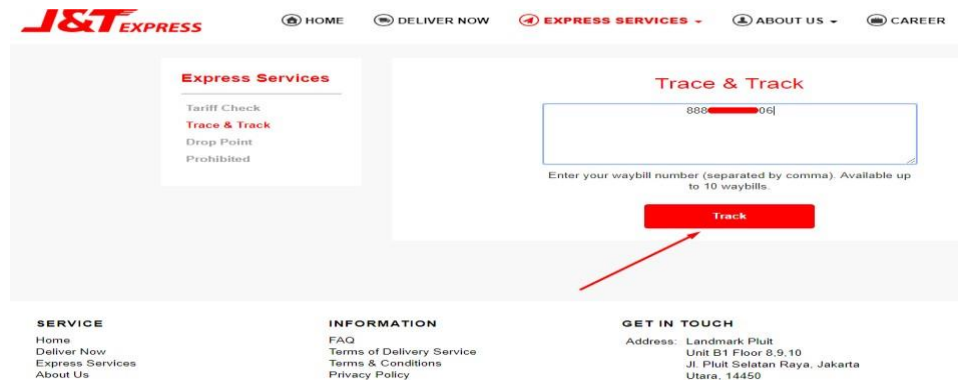
Untuk mempertahankan posisi terdepannya, J&T Express harus berinovasi guna meningkatkan efisiensi pengiriman dan meningkatkan layanannya berdasarkan data tersebut. Pengalaman-pengalaman ini termasuk dalam spektrum pilihan yang mungkin diperoleh klien saat menggunakan layanan pengiriman.

JTony Chen dan Jet Lee meluncurkan bisnis pengiriman cepat J&T Express di Indonesia pada tahun 2015. Kami adalah perusahaan ekspres Indonesia yang baru saja didirikan. J&T Express menampilkan dirinya sebagai perusahaan berbasis teknologi yang menyediakan layanan ekspedisi. Mampu memuaskan permintaan klien melalui kemajuan layanan baru. Kami menyediakan layanan pengiriman yang mencakup seluruh wilayah kota, juga lintas provinsi bahkan luar negeri. J&T Express, penyedia layanan pengiriman paket ekspres berbasis teknologi, mempertahankan kesuksesan bisnisnya dengan memprioritaskan peningkatan infrastruktur logistik Indonesia. J&T Express berdedikasi untuk meningkatkan infrastruktur di wilayah pedesaan di Indonesia untuk mengatasi kendala yang ditimbulkan oleh infrastruktur dan teknologi yang tidak memadai. Komitmen ini bertujuan untuk mempercepat proses pengiriman. Mengangkut dan mendistribusikan barang dagangan ke konsumen secara efisien. Meski bermunculan pesaing-pesaing baru, J&T Express mempunyai keyakinan yang kuat akan kemampuannya untuk mengamankan posisi teratas sebagai bisnis

pengiriman ekspres terkemuka di Indonesia. Tujuan mereka adalah untuk mencapai tujuan ini melalui penggunaan harga yang hemat biaya dikombinasikan dengan kualitas unggul, layanan yang menempatkan tanggung jawab sebagai prioritas utama, dan penerapan kemajuan teknis dalam sistem pengiriman.

Counter J&T di seluruh Indonesia mempunyai ciri khas yang berbeda dibandingkan dengan penyedia kurir lainnya. Perusahaan ini memprioritaskan pengalokasian jumlah gerai yang lebih banyak di setiap kecamatan, dibandingkan dengan praktik umum yang hanya memiliki separuh gerai yang beroperasi dengan sistem waralaba di suatu kecamatan. J&T Express memiliki sistem terpusat yang disebut Drop Point untuk pengiriman dan pengambilan barang. Drop Point memfasilitasi transportasi dan komunikasi antara pengirim dan penerima paket. J&T Express menggunakan metode one counter, one kurir yang dapat langsung menjangkau seluruh wilayah Indonesia sehingga tidak memerlukan perantara. J&T menanamkan rasa percaya diri baik pada pengirim maupun penerima kiriman karena dedikasinya yang tak tergoyahkan terhadap kepuasan klien.

Gambar 1. 3 Tracking System J&T Express



(Sumber : www.jet.co.id)

Mayoritas jasa pengiriman memiliki sistem pelacakan yang mudah diintegrasikan dengan database mereka di zaman sekarang ini, ketika ranah digital sangat penting. Melalui antarmuka online, pengirim dan penerima paket dapat menggunakan platform ini untuk melacak keberadaan barangnya dengan mudah. Selain itu, sistem pelacakan J&T Express menunjukkan tingkat kerumitan yang lebih tinggi dibandingkan dengan layanan kurir lainnya. Mereka menyediakan teknologi pelacakan yang dikenal sebagai teknologi Pelacakan Waktu Nyata. Dengan teknologi ini, klien dapat secara akurat melacak lokasi kiriman mereka dan menentukan waktu tepat yang diperlukan untuk berpindah antar titik berbeda. Selain itu, ini berfungsi sebagai kriteria penting bagi klien ketika memilih layanan pengiriman, karena sistem memungkinkan pelacakan kecepatan pengiriman secara real-time.

Tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan pengiriman dapat diukur dengan menilai kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman yang ditawarkan oleh organisasi kepada pelanggannya. Layanan pengiriman J&T Express bertujuan untuk memberikan kepuasan klien yang pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap layanannya. Pengiriman yang cepat sangatlah penting, karena pengiriman barang yang dibeli secara tepat merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepuasan klien. Waktu pengiriman mengacu pada durasi antara

konsumen melakukan pemesanan suatu produk dan produk dikirimkan ke pelanggan. Perkiraan waktu tiba seringkali menjadi faktor kunci bagi pelanggan ketika mengevaluasi kualitas suatu layanan pengiriman.

Oliver (dalam Inten & Permana, 2019) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai dedikasi mendalam seorang konsumen untuk memperbarui langganannya. Landasan loyalitas pelanggan adalah pendapat mereka tentang kualitas barang atau jasa, yang dibentuk oleh asumsi mereka sebelumnya. Persepsi mengacu pada pola pikir positif yang dikembangkan konsumen terhadap komoditas atau jasa tertentu. Sikap positif ini menumbuhkan keinginan terus-menerus untuk memperoleh barang atau jasa dari organisasi, yang pada akhirnya mengarah pada terbentuknya loyalitas pelanggan. Untuk menumbuhkan loyalitas klien dalam organisasi berbasis layanan, Memprioritaskan tingkat layanan yang ditawarkan kepada pelanggan sangatlah penting.

Menurut artikel jurnal berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren” Menurut Inten Sueni dan Permata Honneyta Loebis (2019), loyalitas pelanggan J&T Blangkejeren tidak dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Kesimpulan serupa juga dikemukakan dalam artikel jurnal terbitan tahun 2022 oleh Mita dkk. dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima Kota Bima)” : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap loyalitas pelanggan. Namun menurut artikel jurnal Annisa dan Bambang Munas Dwiyanto tahun 2021, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator (Studi Pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia Di Semarang)”,

kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dan baik kualitas layanan maupun kepercayaan memiliki dampak besar dan positif terhadap loyalitas pelanggan. juga menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga promosi (Woen & Santoso, 2021; “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen”).

Studi literatur di atas mengungkapkan kesenjangan dalam literatur, khususnya yang berkaitan temuan penelitian sebelumnya mengenai kualitas layanan dan loyalitas pelanggan masih bercampur atau bertentangan. Akibatnya, peneliti ingin melakukan penelitian yang mana variabel judul dan waktu pengiriman sama-sama dimasukkan sebagai variabel independen **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J&T EXPRESS PTC SURABAYA”** temuan penelitian sebelumnya mengenai kualitas layanan dan loyalitas pelanggan masih bercampur atau bertentangan.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan riwayat permasalahannya, berikut adalah kemungkinan artikulasi permasalahan tersebut:

1. Apakah tingkat kepuasan klien pada J&T Express PTC Surabaya sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan?
2. Apakah ketepatan waktu J&T Express PTC Surabaya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien?
3. Apakah loyalitas pelanggan J&T Express PTC Surabaya dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan?

4. Di J&T Express PTC Surabaya, apakah terdapat korelasi yang patut diperhatikan antara loyalitas klien dan ketepatan waktu?
5. Apakah loyalitas klien J&T Express PTC Surabaya sangat bergantung pada tingkat kepuasan pelanggan?
6. Adakah hubungan antara loyalitas klien J&T Express PTC Surabaya dengan keunggulan layanan dimana kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi?
7. Apakah ketepatan waktu pengiriman benar-benar menentukan loyalitas klien J&T Express PTC Surabaya, dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor mediasinya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal berikut:

1. Untuk mengevaluasi hubungan kualitas pelayanan dengan kebahagiaan pelanggan pada J&T Express PTC Surabaya.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan klien pada J&T Express PTC Surabaya dipengaruhi oleh pelayanan yang cepat.
3. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan J&T Express PTC Surabaya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
4. Untuk menilai bagaimana loyalitas pelanggan J&T Express PTC Surabaya dipengaruhi oleh ketepatan waktu.
5. Untuk mengevaluasi loyalitas dan kepuasan klien terhadap J&T Express PTC Surabaya.
6. Dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediator, tujuannya adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan J&T Express PTC Surabaya dan bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas klien.
7. Dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediator, tujuannya adalah untuk mengevaluasi bagaimana ketepatan waktu pengiriman J&T Express PTC Surabaya

mempengaruhi loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hal ini bertujuan agar penelitian ini dapat membantu banyak pihak yang berkepentingan diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pemahaman dalam manajemen pemasaran, penelitian ini akan memajukan pembelajaran secara signifikan dalam lingkungan akademis. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap teknik pemasaran, khususnya yang diterapkan pada strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh penyedia jasa ekspedisi J&T Express PTC Surabaya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan kemahiran dalam strategi pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan rencana komunikasi pemasaran J&T Express di PTC Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Kajian ini mengikuti susunan format penulisan bab demi bab yang logis, yang akan dijelaskan:

BAB I : PENDAHULUAN

Penjelasan mengenai sejarah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan teknik penulisan penelitian diberikan pada bab ini.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Penjelasan tentang model analisis, penelitian sebelumnya, teori, dan landasan teori diberikan dalam bab ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian, ruang lingkup analisis, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, dan metodologi analisis dijelaskan semuanya dalam bab ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai profil topik penelitian, gambaran umum, temuan, analisis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Saran dan kesimpulan dijelaskan dalam bab ini.