

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan penjualan online yang semakin pesat, perusahaan jasa berbondong-bondong memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Perkembangan online di Indonesia sendiri sangat pesat. Dengan banyaknya penjual online dari mulai barang, kosmetik, makanan membuat perusahaan memberikan layanan terbaik untuk pelanggannya. Bisnis online shop adalah salah satu topik yang sering anda temukan di internet sekarang ini. Kebiasaan belanja online pun sudah tidak asing lagi dan perkembangan bisnis online shop di Indonesia semakin menjanjikan. Tidak peduli status ekonomi seseorang apabila sudah menggunakan smartphone, pasti mereka pernah merasakan jual beli online. Persaingan usaha adalah persaingan antar pelaku dalam menjalankan kegiatan produksi, pemasaran barang atau jasa. Persaingan ini tidak hanya pada usaha saja tetapi dibidang jasa pun juga banyak persaingan dalam menarik minat masyarakat terhadap usaha jasa JNE.

Bisnis perdagangan merupakan salah satu jenis usaha yang dapat menjadi penentu aktivitas ekonomi disisi distribusi. Pertumbuhan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia menunjang perkembangan bisnis bagi industri perdagangan. Perdagangan ialah suatu kegiatan ekonomi yang menghubungkan produsen dan konsumen sebagai sebuah kegiatan distribusi, maka perdagangan menjamin terhadap penyebaran, peredaran dan juga penyediaan barang dengan melalui mekanisme pasar yang ada (Djoened, 2011)

Perkembangan bisnis perdagangan di Indonesia sangat pesat dan meluas. Mendorong para pelaku bisnis untuk menyalurkan barang dagangannya hingga menjangkau sampai ke seluruh wilayah Indonesia. Para pelaku bisnis membutuhkan kerja sama dengan perusahaan jasa atau kurir pengiriman barang. Tanpa adanya perusahaan jasa pengiriman atau kurir perkembangan bisnis perdagangan, tidak akan menjadi berkembang sangat pesat. Jadi, konsumen tidak perlu ragu jika ingin membeli barang yang diinginkan meskipun berada pada jarak yang jauh.

Pada perkembangan saat ini, jasa kurir di Indonesia berkembang sangat pesat. Dimana perusahaan yang dapat masuk dalam usaha jasa di bidang kurir menjadi luas, tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melainkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) ataupun koperasi dan swasta bisa masuk kedalam jasa kurir. Persaingan di bisnis kurir semakin kompetitif di karenakan segala bentuk badan usaha dan swasta bisa masuk ke bisnis kurir tanpa batasan.

JNE adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, penanganan kepabeanan serta distribusi di Indonesia. Layanan Regular mencapai kota tujuan dan kabupaten di seluruh Indonesia. Produk layanan kami sangat bervariasi. Namun, YES (Yakin Esok Sampai) yang disertai laporan penyampaian secara otomatis melalui layanan sms merupakan produk andalan JNE saat ini. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Seiring dengan berjalannya waktu perusahaan jasa pengiriman barang pasti akan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya agar pelanggan tetap memilih perusahaan jasa tersebut. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Begitu juga sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga

mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, tetapi dari beberapa definisi yang di jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang berbeda.

Berdasarkan definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan mereka secara nyata yang dapat diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya. Harapan mereka terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa

kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Sebelum mendapatkan kepercayaan dari konsumen, perusahaan jasa harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya. Selain harus memperhatikan kualitas pelayanan perusahaan jasa pengiriman, juga harus menjaga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan mendapatkan kepercayaan konsumen, pasti perusahaan jasa tersebut mendapatkan nilai dan pandangan yang baik dari masyarakat sekitar sehingga masyarakat akan terus menggunakan perusahaan JNE.

Kepercayaan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakainnya. Sedangkan kepercayaan pelanggan merupakan evaluasi purna jual beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan (Zikmund, 2003:72). Kepercayaan pelanggan sangat penting bagi perusahaan, apabila perusahaan sudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya maka pelanggan tersebut bisa dikatakan dengan pelanggan tetap.

Berdasarkan data perusahaan Jasa Kurir TIKI pada tahun 2010-2011, dengan prosentase sebesar 25% di tahun 2010 dan 28% di tahun 2011. Selanjutnya diikuti dengan lahirnya anak perusahaan dengan nama Perusahaan JNE yang mempengaruhi hasil presentase sebelumnya sebesar 22% di tahun 2010 dan 19% di tahun 2011. Dari data tersebut dapat

dilihat bahwa telah terjadi penurunan *market share* sebesar 3% dari yang awalnya 22% di tahun 2010 menjadi 19% di tahun 2011 pada perusahaan kurir JNE. Lain halnya dengan kompetitor utamanya yaitu TIKI terjadi peningkatan *market share* sebesar 3% dari awalnya 25% di tahun 2010 menjadi 28% di tahun 2011. Penurunan *market share* pada JNE untuk periode 2010 s/d 2011 dapat di sebabkan oleh beberapa faktor antara lain yaitu kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan jasa kurir lain lebih baik daripada pelayanan yang diberikan oleh JNE, kemudian teknologi yang digunakan jasa kurir lain lebih canggih daripada teknologi yang digunakan oleh JNE, dan faktor lainnya.

TIKI dan JNE masih mempertahankan posisinya menjadi *TOPBRAND* dimana TIKI menjadi peringkat ke-1 dan JNE pada posisi ke-2. JNE yang secara persentasi mengalami pertumbuhan yang signifikan dimana pada tahun 2013 persentase 28,6% dan ditahun 2014 persentase 33,2%.

Namun, seiring berjalannya waktu dengan kesuksesan JNE sebagai perusahaan pengiriman barang, ternyata JNE pernah melakukan kesalahan dalam pengiriman, kerusakan barang karena kesalahan packingdari karyawan JNE, dan pernah mengalami pencurian barang yang dilakukan oleh kurir JNE. Hal ini tentu saja bernilai negatif untuk perusahaan JNE yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dan kepuasan pelanggan.

Untuk mengatasi ketidakpuasan pelanggan perusahaan akan menangani dengan cepat, cerdas dan tepat, sekaligus menunjukkan kepada pelanggan bahwa perusahaan JNE memang bertanggung jawab dan mendengarkan apa yang

dibutuhkan pelanggan maka komunikasi dan relationship akan terjalin, meskipun awalnya mengeluh sesuatu pada akhirnya pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan tersendiri.

Berdasarkan penelitian ini, peneliti memilih Krian sebagai lokasi penelitian. Pada penelitian ini digunakan 2 faktor yaitu kualitas layanan dan kepercayaan konsumen. Dalam fenomena tersebut peneliti ingin menguji variabel kualitas layanan dan kepercayaan konsumen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada perusahaan JNE cabang Krian.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian ?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian ?
3. Apakah kualitas layanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian.
3. Kualitas layanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE cabang Krian.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis.  
Penelitian ini di harapkan mampu menambah pengetahuan penulis dalam mempraktekkan teori-teori yang telah di terima oleh penulis selama ini serta dapat di jadikan sebagai bahan perbandingan dari teori teori yang di peroleh.
2. Bagi perusahaan.  
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mungkin diperlukan oleh perusahaan dalam mengambil suatu keputusan untuk mempertahankan konsumen lamanya dan mendatangkan konsumen baru.
3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Sebagai bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan mengaplikasikan ilmu-ilmu pengetahuan khususnya terhadap ilmu manajemen pemasaran serta dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.