

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi saat ini telah menyebabkan persaingan di dunia bisnis berkembang sangat pesat. Gaya hidup berbelanja masyarakat di Indonesia berubah sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital dan peningkatan populasi pengguna smartphone yang didorong oleh kemampuan sosial media. Penjualan barang melalui internet meningkat pesat sebagai akibat dari perubahan gaya hidup ini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa prosesnya mudah dan tidak perlu datang ke toko atau pasar swalayan untuk mencari produk yang diinginkan. Dengan menggunakan aplikasi yang ada di smartphone mereka, pelanggan dapat lebih mudah mencari dan membeli produk dimana pun mereka berada (Saputri dkk, 2021).

★ Dalam bidang penyediaan jasa pengiriman, pemenuhan kebutuhan masyarakat modern dalam berbelanja online saat ini sangat diperlukan. Diantaranya adalah kemajuan dalam pengiriman dan penerimaan barang yang mudah, cepat dan aman. Perkembangan teknologi ini akan meningkatkan kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Misalnya, perusahaan pengiriman seperti J&T digunakan oleh banyak penjual online shop. Dengan adanya jasa kurir, mereka dapat mengirimkan barang pesanan dengan jenis paket yang mereka inginkan. Semakin banyak penjual online shop, jasa kurir akan semakin dibutuhkan (Rahayuningsih, 2019).

J&T Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang berdiri sejak tahun 2015 dan menjadi brand pertama di Indonesia yang mengutamakan bisnis online dengan slogan “*Express Your Online Business*”. J&T Express telah bekerja sama dengan beberapa marketplace di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak (Melisari dkk, 2022).

Menurut Saputra dkk (2023) J&T Express merupakan perusahaan pengiriman barang di Indonesia yang melayani pengiriman ke pedalaman kota maupun luar negeri. Selain itu, J&T Express juga menyediakan layanan pengambilan dan pengiriman barang kepada pelanggan pada waktu yang bersamaan. Beberapa keunggulan menggunakan J&T Express antara lain, keamanan pengiriman barang ke alamat tujuan, tarif yang terjangkau, informasi tentang layanan, jaringan yang dapat ditemukan di *J&T Express Indonesia* (2023) www.jet.co.id yang diakses tanggal 24 September 2023. dan J&T Express melayani pengiriman barang ke seluruh Indonesia.

Banyaknya pesaing dalam layanan jasa pengiriman barang seperti, JNE, TIKI, Pos Indonesia dan DHL, perusahaan J&T Express harus memberikan kualitas layanan yang baik. J&T Express juga memiliki fasilitas sistem pelacakan online untuk mempermudah pelanggan dalam melacak barang yang dikirim. Selain itu pelanggan juga dapat mengetahui perkiraan waktu kapan barang akan sampai. Ketepatan waktu memengaruhi kepercayaan pelanggan karena jika barang diterima dengan tepat waktu, pelanggan akan lebih mempercayai perusahaan. sebaliknya, jika pengiriman

barang tertunda, pelanggan akan kehilangan kepercayaan. Ini pasti akan berdampak pada reputasi perusahaan.

Berdasarkan Top Brand Index, pelanggan layanan jasa pengiriman untuk pengiriman produk *e-commerce* mayoritas menggunakan J&T Express.

Tabel 1.1 Top Brand Index

No	2021		2022		2023	
	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
1.	J&T	33.40%	JNE	39.30%	J&T	33.30%
2.	JNE	28.00%	J&T	23.10%	JNE	29.10%
3.	Tiki	11.20%	Tiki	11.10%	Tiki	10.60%
4.	Pos Indonesia	8.50%	Pos Indonesia	8.50%	Pos Indonesia	7.30%
5.	DHL	6.00%	DHL	6.90%	DHL	7.20%

Sumber: *Top Brand Award* (2022) www.topbrand-award.com. Diakses tanggal 24 September 2023.

Data di atas merupakan presentase pengguna J&T Express yang menggunakan jasa kurir dalam kurun waktu 2021-2023. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 J&T Express menduduki peringkat pertama dalam Index Top Brand Award, namun pada tahun 2022 J&T Express mengalami penurunan pengguna jasa kurir dan disusul oleh JNE. Dan pada tahun 2023 J&T Express kembali menduduki peringkat pertama dalam kategori jasa kurir.

Berdasarkan observasi yang dilakukan tanggal 3 November – 24 November 2023 kepada pengguna jasa pengiriman J&T Express di lingkungan sekitar sebelum melakukan penelitian di Purwokerto, menyatakan bahwa keterlambatan barang sampai melewati waktu perkiraan yang ditentukan menjadi salah satu faktor yang dikeluhkan. Adanya fenomena tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan banyaknya pesaing di Purwokerto untuk jasa pengiriman barang seperti, JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan DHL membuat J&T Express harus terus meningkatkan kepuasan pelanggan. J&T Express Purwokerto merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman antar barang di Purwokerto dengan cakupan wilayah yang luas dan banyak pelanggan yang menggunakannya, sehingga diperlukan manajemen untuk melakukan strategi mencapai tujuan perusahaan. Salah satu manajemen yang diperlukan adalah manajemen pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Keller (2021) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai akibat dari membandingkan produk atau performa (atau hasil) layanan yang dirasakan dengan ekspektasi. Memberikan pelayanan terbaik dan maksimal sesuai dengan harapan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan jasa untuk membuat pelanggannya merasa puas, sehingga penyedia jasa pengiriman barang memiliki hubungan baik dengan pelanggan. Saat ini, banyak pelanggan yang sangat mengharapkan pelayanan yang baik. Bahkan pelanggan sering

beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain karena pelayanan yang tidak memuaskan (Hartanto, 2022).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, faktor yang pertama yaitu kepercayaan. Kepercayaan adalah kesepakatan antara pihak-pihak yang berkepentingan pada waktu tertentu dengan harapan untuk melakukan tindakan yang signifikan (Rizkiana dkk, 2023). Kepercayaan dalam layanan pengiriman barang dapat berupa kepercayaan terhadap keamanan, pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan. Menurut Zuhdi (2022) kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk bertahan pada satu merek dengan segala risikonya karena adanya harapan di benak mereka bahwa merek tersebut akan memberikan hasil yang positif kepada konsumen sehingga akan menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek. Semakin terpercayanya perusahaan, maka semakin banyak pula kerjasama yang panjang dengan pelanggan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Aisy & Windiarti (2022), Komala & Selvi (2021) dan Susanto dkk (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, terdapat pula hasil penelitian yang berbeda seperti penelitian Rizkiana dkk (2023) dan Hartanto (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan. Menurut Ismail & Yusuf (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagus pelayanan yang mampu

diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan keinginannya. Sebaliknya apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan buruk maka akan berdampak buruk bagi perusahaan karena penurunan laba. Hal ini didukung oleh penelitian Wicaksono & Khuzaini (2020) dan Istiyono & Rizal (2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Putra & Triwardhani (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas sistem pelacakan online bisa menjadi faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Mawarni & Adi (2022) sistem pelacakan online adalah fitur yang tersedia untuk pelanggan untuk memberikan informasi terbaru mengenai dokumen atau barang yang diterima atau dikirim. Biasanya para perusahaan jasa layanan pengiriman barang mempunyai fasilitas pelacakan barang pada website resminya. Hal ini juga didukung oleh penelitian Maslikhan dkk (2022) dan Eviani & Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan penelitian Mawarni & Adi (2022) yang menyatakan bahwa sistem pelacakan online tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor keempat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu ketepatan waktu dan merupakan salah satu hal yang paling penting dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu merupakan jangka waktu pengiriman hingga ke alamat tujuan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan pelanggan untuk mengetahui apakah pengiriman barang sampai tepat waktu atau tidak (Unsiyah dkk, 2023). Dengan adanya ketepatan waktu, dapat mendorong rasa puas pelanggan terhadap perusahaan karena barang yang sampai sesuai dengan estimasi waktu yang ditentukan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Eviani & Hidayat (2021) dan Oktaviasari & Rachma (2019). Berbeda dengan penelitian Unsiyah dkk (2023) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Aisy & Windiarti (2022) yang berjudul Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara dasar untuk variabel sistem pelacakan online dan ketepatan waktu yaitu penelitian yang dilakukan Eviani & Hidayat (2021) yang menyatakan sistem pelacakan online dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti, maka penelitian ini akan mengangkat judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, SISTEM PELACAKAN ONLINE DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

PADA JASA PENGIRIMAN”. Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Purwokerto.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Purwokerto?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Purwokerto?
3. Apakah sistem pelacakan online berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Purwokerto?
4. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Purwokerto?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan permasalahan digunakan untuk menghindari pelebaran pokok masalah maupun penyimpangan agar penelitian tersebut lebih terarah sehingga tujuan penelitian tercapai.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan J&T Express di Purwokerto.
2. Penelitian ini dilakukan di beberapa kecamatan di Purwokerto.

3. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1), Kualitas Layanan (X2), Sistem Pelacakan Online (X3), dan Ketepatan Waktu (X4), sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Dari rumusan masalah di atas diperoleh tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Purwokerto.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Purwokerto.
- c. Untuk menganalisis pengaruh sistem pelacakan online terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Purwokerto.
- d. Untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Purwokerto.

2. Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai kepercayaan, kualitas layanan, sistem pelacakan online dan ketepatan waktu.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi penulis tentang hubungan antara kepercayaan, kualitas layanan, sistem pelacakan online dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan.

2) Bagi PT Jet Global Express (J&T Express)

Penelitian ini diharapkan sebagai informasi, masukan, tambahan mengenai kepercayaan, kualitas layanan, sistem pelacakan online dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan.