

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman yang sudah modern ini, kehidupan manusia akan selalu mengalami perubahan. Manusia berusaha mencari inovasi untuk menciptakan terobosan-terobosan baru guna untuk mempermudah pengiriman barang. Oleh karena itu perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman memiliki peran yang penting bagi *e-commerce* guna menopang keberhasilan dan perkembangan pasar karena konsumen ingin memperoleh produk yang dibeli dengan cepat dan dengan harga yang terjangkau (Luluk, 2023).

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat berbelanja secara *online* saat ini, peningkatan layanan pengiriman barang sangat penting. Diantaranya adalah kemajuan dalam pengiriman dan penerimaan suatu barang dengan fasilitas mudah diakses, aman dan cepat. Perkembangan teknologi ini akan meningkatkan kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Misalnya, perusahaan jasa pengiriman seperti J&T, JNE, Tiki, Pos Indonesia, DHL dan lainnya yang 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).

Salah satu masalah yang berpengaruh pada perusahaan dibidang jasa pengiriman barang adalah tingkat komplain pengiriman yang tinggi, baik dari komplain masalah paket rusak, pelayanan drop point, paket diterima kurang, paket terlambat, paket hilang, paket salah sortir, paket tidak diantar ke alamat, penerima

tidak menerima paket, paket di retur tanpa persetujuan customer, masalah biaya pengiriman, paket tertukar, dan data tidak terbaca. Adanya fenomena tersebut akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan, kemudian rasa ketidakpuasan tersebut ditunjukkan dengan menceritakan hal-hal ke banyak orang secara langsung ataupun memberikan ulasan negatif di media sosial hingga akhirnya mengundang banyak tanggapan negatif lain dari orang-orang yang pernah memakai jasa pengiriman yang sama (Nasution dan Fitri, 2023).

Perusahaan penyedia jasa pengiriman di Indonesia saat ini sudah cukup banyak, sehingga terdapat persaingan yang menyebabkan konsumen melakukan seleksi terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi. Banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang seperti J&T, JNE, Tiki, Pos Indonesia, DHL, dan lain-lain (Ratna, 2023).

Berdasarkan Top Brand Index, pelanggan layanan jasa pengiriman untuk pengiriman produk *e-commerce* menggunakan J&T, JNE, Tiki, Pos Indonesia dan DHL.

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 jasa pengiriman yang menggunakan jasa kurir dalam kurun waktu 2021-2023. Dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 terdapat urutan peringkat J&T, JNE, Tiki, Pos Indonesia, dan DHL dalam Index Top Brand Award, serta pada tahun 2022 juga terdapat peringkat yang mana ada perbedaan yaitu J&T mengalami penerunan dengan peringkat JNE, J&T, Tiki, Pos Indonesia, dan DHL. Dan pada tahun 2023 J&T kembali unggul dengan peringkat J&T, JNE, Tiki, Pos Indonesia, dan DHL.

Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang, diantaranya adalah ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan, dan keamanan barang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jasa pengiriman karena dalam jasa pengiriman ini terdapat beberapa fenomena. Diantaranya ialah yang pertama ketepatan waktu pengiriman, ada nya komplain atas keterlambatan pengiriman paket yang melebihi estimasi yang sudah di tentukan, kedua kualitas pelayanan, disini adanya kerusakan barang pada saat paket diterima, paket diterima pelanggan dalam keadaan tidak utuh seperti saat awal dikirim, dan yang ketiga keamanan barang, paket mengalami kerusakan yang mengakibatkan paket sudah tidak layak untuk di kirim (Hafizha et al., 2019).

Menurut Tjiptono dan Diana (2019) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumennya akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan

sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Pelanggan akan merasa puas jika perusahaan jasa pengiriman mampu memberikan apa yang diinginkan bahkan melebihi harapan mereka. Pelanggan akan bisa puas apabila keinginan mereka dapat terpenuhi. Kepuasan pelanggan diantaranya dipengaruhi oleh ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan dan keamanan barang.

Aspek pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah ketepatan waktu pengiriman. Dalam penelitian ini, komplain yang dilakukan pelanggan umumnya berasal dari ketepatan waktu pengiriman. Menurut Hafizha et al (2019) ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut sampai ke pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat penting mengingat ketepatan pengiriman barang akan menjadi salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hafizha et al (2019), Nasution dan Fitri, (2023), Lutha et al (2024), Raldianingrat dan Wahyuddin (2023), Siwi dan Wahyudi (2023) yang mengatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan menurut Eviani dan Hidayat (2021) dan Putra dan Bahrin (2023) ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Aspek kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Nasution dan Fitri, 2023).

Menurut Fachreza et al (2022), Nasution dan Fitri (2023), Raldianingrat dan Wahyuddin (2023), Siwi dan Wahyudi (2023), Tannady et al (2022) berpendapat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan menurut penelitian Winarni (2023) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Aspek ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah keamanan barang. Menurut Lutha et al (2024) keamanan dalam pengiriman barang, pihak perusahaan wajib memelihara dan mengatur fasilitas, perkakas serta menjamin barang pelanggan terlindungi dari bahaya dimanapun ia berada pada saat menggunakan layanan tersebut. Keamanan dipilih dalam penelitian ini, sebab ada perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Christian (2021), Lutha et al (2024), Sidjabat dan Sunahardi (2022), Suryani dan Koranti (2022), Putra dan Triwardhani (2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan menurut Prakoso dan Sugiharti (2020), Susilah et al (2023) keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian-penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nasution dan Fitri (2023) yang menyebutkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Lutha et al (2024) yang mana menyebutkan bahwa ketepatan waktu dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan. Alasan menambahkan variabel keamanan barang karena dalam penelitian sebelumnya belum terdapat variabel keamanan barang serta untuk mengembangkan penelitian, menjabarkan pengetahuan, dan menemukan *problem solving*.

Alasan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan, dan keamanan barang terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis membahasnya dalam bentuk skripsi yang berjudul **‘Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman (Studi Pada Pelanggan Jasa Pengiriman Barang di Purwokerto)’**’.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman?
3. Apakah Keamanan Barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman?

C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang ada seperti kemampuan waktu dan biaya, maka peneliti akan memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat di purwokerto khususnya mereka yang sudah mengirim atau memesan barang pada jasa pengiriman
2. Variabel independent yang diteliti pada penelitian ini yaitu Ketepatan Waktu Pengiriman (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Keamanan Barang (X3). Variabel dependen yang diteliti pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Waktu pelaksanaan penelitian Mei – Juli 2024

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman.
2. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman.
3. Untuk menganalisis Keamanan Barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti ini bermanfaat untuk memberikan sumbangan teori yang terkait dengan gambaran atribusi pada pelanggan jasa pengiriman, serta untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran.

- b. Untuk mengetahui adanya lokasi penyebab, stabilitas, dan pengendalian agar sebuah pelanggan bisa mengendalikan sebab-akibat dalam mengirim dan memesan barang dengan baik dan benar.
- c. Penelitian ini digunakan mendapat sebagai bahan acuan dan referensi untuk pertimbangan bagi penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan Jasa Pengiriman

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan juga saran bagi perusahaan (masukan) dalam meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan dan keamanan barang. Jika hal tersebut terjadi akan menjadi daya tarik kepuasan pelanggan.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepada konsumen. Ketepatan waktu pengiriman yaitu konsumen mempunyai informasi tentang estimasi yang akan mereka pesen agar waktu pengiriman sesuai dengan ekspektasinya, kualitas pelayanan jasa pengiriman memberikan pelayanan yang baik agar konsumen bisa puas akan layanan tersebut, keamanan barang memberikan wawasan untuk konsumen bisa memakai jasa pengiriman dengan baik dan aman agar barang tersebut aman sampai tujuan, dan kepuasan pelanggan

konsumen dapat mengalami kepuasan dalam melakukan transaksi di jasa pengiriman.

