

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi perkembangan bisnis di Indonesia mendorong para pelaku bisnis untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat dalam mengirimkan barang dari suatu tempat ke tempat lain juga semakin meningkat dan ini memberikan kesempatan yang baik untuk kemajuan bisnis jasa pengiriman barang di Indonesia (Ranjani dan Prabowo, 2024).

J&T Express adalah salah satu industri jasa pengiriman yang memegang peranan penting karena mampu mendistribusikan barang yang dibutuhkan guna menunjang kegiatan perekonomian di Indonesia (Ranjani dan Prabowo, 2024). J&T Express merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang di Indonesia yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. J&T Express mempunyai banyak kantor cabang dan pusat sortir salah satunya ada di Kecamatan Babelan.

Persaingan yang semakin ketat antara pelaku jasa pengiriman mulai dari Shopee Express, JNE, SiCepat, Ninja Express dan lain-lain merupakan tantangan bagi J&T Express. Masalah yang terjadi dikarenakan adanya berbagai alternatif pilihan yang berkenaan dengan pemenuhan kebutuhannya terhadap jasa pengiriman barang, tentunya tidak mudah bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk terus menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Jika

tidak diatasi dengan baik maka perusahaan akan berdampak pada penurunan omzet perusahaan.

Tabel 1.1 Jasa Pengiriman Favorit Gen Z di Indonesia

No	Jasa Ekspedisi	Online Shipping	Personal Shipping
1	J&T Express	58 %	55 %
2	Shopee Express	32 %	18 %
3	JNE	27 %	34 %
4	SiCepat	23 %	17 %
5	Ninja Express	4 %	3 %

Sumber : survey populix 2023

Dalam survey yang dilakukan terhadap generasi Z atau gen Z melalui lembaga survey versi *populix.com*, jasa pengiriman yang paling banyak digunakan oleh responden gen Z adalah J&T Express dalam kategori belanja *online (online shipping)*. J&T Express dipilih oleh (58%) responden gen Z, diikuti oleh Shopee Express (32%), JNE (27%), SiCepat (23%), dan Ninja Express (4%). Sementara untuk kategori pengiriman pribadi (*personal shipping*), para responden paling banyak menggunakan jasa J&T Express (55%), Shopee Express (18%), JNE (34%), SiCepat (17%), dan Ninja Express (3%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa J&T Express merupakan salah satu Top Brand menurut gen Z yang menduduki peringkat atas.

Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan dan mengupayakan berbagai strategi yang dapat meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki

perusahaan, kesesuaian harga yang harus dibayar dengan kualitas dan manfaat yang akan diterima oleh konsumen. Hal ini diperlukan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor lain yang menyediakan jasa serupa, sehingga konsumen tetap berminat dan memilih menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Kotler & Keller, 2016).

Kemudian guna mengungkapkan fenomena loyalitas pelanggan J&T Express Babelan dalam menggunakan jasa pengiriman, sebuah penelitian yang dilakukan pada tanggal 22 April 2024 kepada 30 pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Babelan, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2 Pra Survey loyalitas pelanggan J&T Express Babelan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Apakah anda sangat loyal terhadap jasa pengiriman J&T Express ?	12	40 %	18	60 %
2.	Apakah anda akan menggunakan jasa J&T Express secara berulang ?	17	56,7%	13	43,3%
3.	Apakah anda akan tetap konsisten dalam menggunakan jasa J&T Express ?	16	53,3%	14	46,7%
4.	Apakah anda meyakini J&T Express merek yang terbaik ?	19	63,3%	11	36,7%
Jumlah skor rata-rata			54,6%		45,4%

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan data tabel 1.2 dalam pra survey yang telah dilakukan terhadap 30 responden pelanggan J&T Express Babelan tergolong rendah, hal ini terlihat dari persentase konsumen yang menjawab “Ya” sebesar 40% pada pertanyaan “Apakah anda sangat loyal terhadap jasa pengiriman J&T Express ?” dan jawaban “Tidak” sebesar 60%. Rendahnya tingkat loyalitas pelanggan dikarenakan adanya masalah dalam kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau pelayanan yang kurang memuaskan. Hasil pra-survey memberikan gambaran awal tentang tingkat loyalitas pelanggan, diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan J&T Express Babelan.

Tabel 1.3 Pendapatan biaya pengiriman tahun 2023 J&T Express Babelan

No.	Bulan	Tahun	Jumlah Paket	Total Biaya Pengiriman
1	Januari	2023	20532	Rp. 441.966.405
2	Februari	2023	16875	Rp. 382.733.254
3	Maret	2023	26647	Rp. 579.232.211
4	April	2023	51244	Rp. 1.057.184.537
5	Mei	2023	18362	Rp. 408.125.775
6	Juni	2023	21935	Rp. 469.705.155
7	Juli	2023	18625	Rp. 415.227.935
8	Agustus	2023	23087	Rp. 482.683.550
9	September	2023	25374	Rp. 538.625.377
10	Oktober	2023	24136	Rp. 514.962.121
11	November	2023	27413	Rp. 628.312.825
12	Desember	2023	42882	Rp. 851.355.701

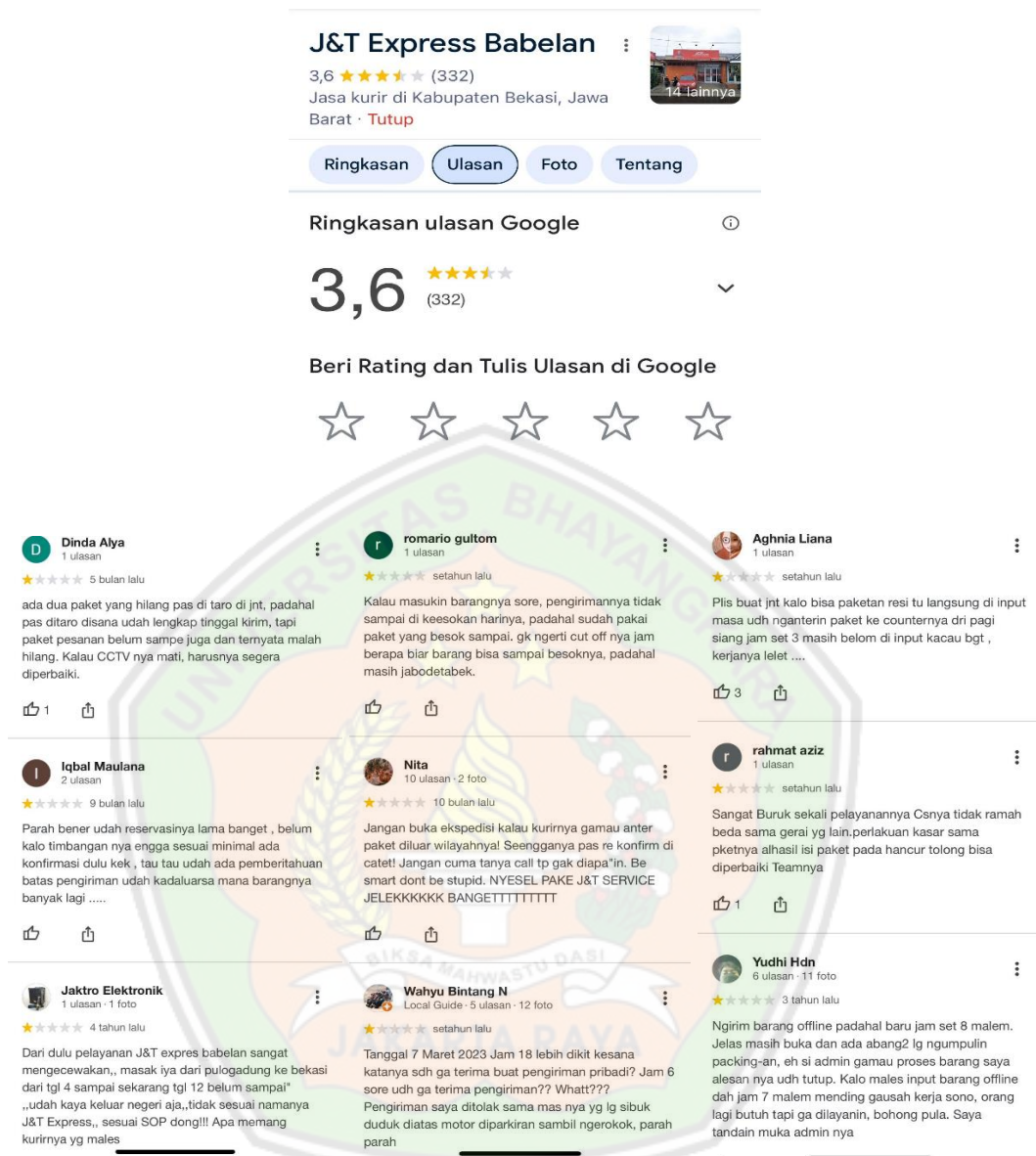
Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3 biaya pengiriman pada tahun 2023 jumlah tertinggi ada pada bulan April 2023 sebesar Rp. 1.057.184.537 hal ini terjadi karena *event* bulan Ramadhan yang setiap tahunnya diselenggarakan oleh *platform marketplace*

dan pada bulan Desember 2023 sebesar Rp. 851.355.701 terjadi kenaikan karena adanya *event* Harbolnas atau hari belanja online nasional yang diselenggarakan pada setiap tanggal 12 Desember setiap tahunnya. Kenaikan angka pendapatan cabang J&T Express Babelan dipengaruhi oleh *event-event* besar yang dilakukan *marketplace* pada hari-hari tertentu dengan berbagai promosi atau diskon yang ditawarkan kepada pengguna *platform* tersebut seperti potongan harga, gratis biaya pengiriman, dan promosi menarik lainnya.

Kotler (2007: 18) merumuskan loyalitas pelanggan sebagai sebuah kondisi dimana pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen karena komitmen pada sesuatu, seperti: merek, kualitas produk, perusahaan atau lainnya. Kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk bukti nyata loyalitas konsumen. Semakin banyak loyalitas konsumen akan menjamin keberlangsungan hidup perusahaan.

Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada suatu produk atau layanan, harus ada kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut (Kotler & Keller, 2007) ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Beberapa faktor utama yang mereka pertimbangkan yaitu kualitas produk dan layanan, harga, pengalaman pelanggan, komunikasi dan branding, kepercayaan dan reputasi, kenyamanan dan aksesibilitas, dan kepuasan pelanggan. Hal ini diperlukan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor yang ikut menyediakan jasa serupa, sehingga konsumen tetap berminat dan memilih menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.



Gambar 1.1 Ringkasan ulasan Google J&T Express Babelan

Sumber : Ulasan Google (2024)

Pada gambar 1.1 ulasan yang diberikan konsumen terhadap J&T Express Babelan tergolong rendah, dikarenakan berbagai masalah yang dialami konsumen seperti keterlambatan pengiriman, barang hilang, respon yang kurang baik dan pelayanan yang kurang memuaskan. Hal ini sangat mempengaruhi kualitas pelayanan J&T Express Babelan di mata masyarakat.

Loyalitas pelanggan pada hakekatnya keputusan pelanggan untuk secara sukarela dan kontinyu untuk jangka lama menggunakan produk atau layanan. Selama pelanggan merasa dapat keuntungan dari produk atau jasa yang dibeli lebih tinggi dibandingkan dengan beralih ke produk atau jasa lain, maka loyalitas akan terus berlanjut, demikian juga sebaliknya. Kriteria pelanggan loyal dapat dilihat dari pembelian ulang yang teratur, menolak produk/jasa sejenis dari perusahaan lain, bersedia merekomendasikan pada orang lain, tidak yakin pada daya tarik produk lain, bersedia memberikan saran.

Selanjutnya dalam keputusan penetapan harga akan menjadi momen yang krusial dalam mendongkrak implementasi dari strategi pemasaran perusahaan (Tjiptono, 2019). Menurut Stanton dalam (Indrasari, 2019) harga adalah sejumlah biaya yang dibebankan kepada konsumen untuk bisa menikmati sebuah produk sekaligus menerima manfaat dan pelayanannya. Konsumen cenderung mempertimbangkan harga yang sebanding dengan kualitas dan manfaat yang akan mereka terima.

Harga merupakan jumlah nominal yang harus dibayar untuk melakukan pembelian. Jasa memiliki bentuk yang abstrak, tidak berwujud namun manfaatnya dapat dirasakan, sehingga nilai jasa tidak mampu disebutkan dalam nominal (Ayu Ranjani and Prabowo 2024). Untuk menentukan harga yang pas maka harga dapat dihargai sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Sehingga, kepuasan konsumen merupakan tujuan dari perusahaan penyedia jasa pengiriman.

Tarif pengiriman J&T Express biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya seperti berat dan dimensi paket, jarak pengiriman, pilihan layanan, serta asuransi dan fitur tambahan.

Tabel 1.4 Tarif harga pengiriman J&T Express

No.	Tujuan	Berat	Jenis Layanan		
			Ez	JND	Doc
1	Jabodetabek	1 kg	9000	15.000	9000
2	Bandung	1 kg	11.000	15.000	11.000
3	Semarang	1 kg	17.000	25.000	17.000
4	Yogyakarta	1 kg	17.000	25.000	17.000
5	Surabaya	1 kg	18.000	-	18.000
6	Denpasar	1 kg	29.000	-	29.000

Sumber : www.jet.co.id

Berdasarkan tabel 1.4 tarif harga ongkos kirim J&T Express dari kota Bekasi ke kota-kota dipulau Jawa dan Bali. Tarif harga yang ditawarkan dari Bekasi ke tujuan Jabodetabek sebesar Rp.9000 dengan layanan Ez dan Rp.15000 dengan layanan JND . Tarif pengiriman dipengaruhi oleh perbedaan jarak yang harus ditempuh dan juga jenis layanan yang dipilih oleh konsumen. Perbedaan pemilihan jenis layanan ini terletak pada estimasi atau jangka waktu yang diperlukan agar barang sampai ke lokasi tujuan. Harga yang ditawarkan J&T Express cenderung lebih mahal dibanding dengan JNE, untuk tujuan Semarang, Yogyakarta dan Surabaya JNE menaruh tarif Rp.12000 dengan layanan reguler.

Berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya yang ditimbulkan dalam menggunakan layanan jasa tersebut. Harga yang sesuai dengan jasa yang diterima akan berimbang pada loyalitas

konsumen, karena konsumen akan puas dengan kesesuaian harga yang mampu ditawarkan perusahaan, kemudian konsumen memperoleh timbal balik atas uang yang dibayarkan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, pelayanan yang baik memberikan pengalaman terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (dikutip dalam Prihartini & Hidayati, 2020) kualitas pelayanan berperan besar dalam memengaruhi keputusan penggunaan jasa oleh konsumen, sekaligus menjadi sumber referensi dan informasi terkait penggunaan jasa terhadap keputusan konsumen yang lain.

Pelayanan adalah upaya yang dilakukan penyedia layanan jasa pengiriman untuk melaksanakan pekerjaannya dalam menghadapi konsumen. Selain itu juga pelayanan merupakan nilai jual yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan kemampuan karyawan. Kemampuan karyawan tersebut yang akan dinilai oleh pelanggan dan berhubungan dengan kepuasan pelanggan serta dan loyalitas pelanggan. Sehingga, J&T Express Babelan harus menerapkan kualitas pelayanan untuk mendapatkan respons baik konsumen pada saat menggunakan jasa tersebut (Ayu Ranjani and Prabowo 2024).

Perusahaan J&T Express menyediakan beberapa pilihan layanan yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Perbedaan jenis layanan ini terletak pada estimasi atau jangka waktu yang diperlukan agar barang sampai ke lokasi tujuan. Berikut ini adalah tabel yang berkaitan dengan variasi jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan J&T Express.

Tabel 1.3 Variasi Jenis Layanan J&T Express

No	Jenis Layanan	Deskripsi Layanan
1	J&T Express (EZ)	Jangka waktu sampai paket 2-3 hari, dapat dijangkau untuk seluruh wilayah Indonesia
2	J&T Express <i>Economy</i> (ECO)	Jangka waktu sampai paket 5-14 hari, dapat dijangkau untuk seluruh wilayah Pulau Jawa dengan tujuan pengiriman Pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali.
3	J&T Super	Jangka waktu sampai paket 1-2 hari, dapat dijangkau untuk wilayah Jawa, Bali, Kalimantan, Sumatera, dan Batam.
4	J&T Jemput Paket Mandiri (Jemari)	Konsumen dapat mengambil sendiri pesannya di drop point terdekat J&T Express. layanan ini hanya terjangkau untuk wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.
5	J&T <i>Sameday Service</i> (JSD)	Layanan pengiriman yang memungkinkan paket sampai lebih cepat (dihari yang sama pengiriman paket sampai ke kota tujuan).

Sumber : www.jet.co.id

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa J&T Express menyediakan berbagai jenis layanan tergantung dengan kebutuhan konsumen. Jika konsumen membutuhkan layanan pengiriman yang cepat, konsumen bisa memilih J&T Super atau J&T *Sameday Service* (JSD). Untuk konsumen yang ingin memilih paket reguler dengan estimasi waktu sampai paket 2-3 hari, konsumen dapat menggunakan J&T Express (EZ). Bila konsumen ingin menghemat biaya yang harus dikeluarkan, konsumen bisa memilih jenis layanan J&T Express *Economy*. Namun kekurangannya konsumen harus lebih lama menunggu paket sampai ke tujuan karena jangka waktu yang dibutuhkan adalah 5-14 hari. Pilihan lainnya adalah bagi konsumen yang ingin mengambil sendiri barang kiriman di drop point terdekat, konsumen dapat memilih jenis layanan J&T Jemari.

J&T Express Babelan dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan memberikan kepuasan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan J&T Express menyediakan beberapa pilihan layanan yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Perbedaan jenis layanan ini terletak pada estimasi atau jangka waktu yang diperlukan agar barang sampai ke lokasi tujuan.

Secara khusus dapat dikatakan bahwa kegiatan dasar dari pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman adalah mengharapkan kualitas pelayanan yang baik, bermanfaat, serta cepat dan amannya barang yang dikirim tersebut. J&T Express Babelan menyadari bahwa setidaknya enam point kebutuhan pelanggan terhadap jasa pengiriman yaitu harga, kecepatan, keamanan, layanan yang jelas, *real time tracking*, dan *reporting*. Hal inilah yang menjadi landasan J&T Express Babelan menjadikannya sebagai keunggulan bersaing.

Oleh karena itu, J&T Express Babelan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan agar tetap bersaing dan berkembang di pasar yang kompetitif. Beberapa faktor yang diyakini memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan adalah harga jasa yang ditetapkan, dan kualitas pelayanan yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut persaingan antara perusahaan jasa pengiriman membuat para pelaku usaha memberikan performa kualitas agar mampu

dalam menghadapi persaingan. Maka dari hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan J&T Express Babelan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Babelan ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Babelan ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan ?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pertanyaan dalam rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Babelan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Babelan.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan.

4. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan.
6. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Babelan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi untuk penelitian mendatang.
2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan jasa ekspedisi pengiriman di Indonesia, khususnya dalam mengelola dan menciptakan kualitas pelayanan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teoritis dan empiris yang mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, skala pengukuran, dan metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai profil organisasi atau perusahaan, hasil analisis data, dan pembahasan hasil riset.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap riset yang dilakukan.