



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di zaman modern memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi online. Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, terdapat peningkatan 8,9% dari tahun 2019 ke 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia berada dalam transformasi ke era digital.

E-commerce merupakan suatu bisnis digital yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat. Berdasarkan data publikasi Statistik *E-Commerce* 2020 (BPS, 2020), terdapat 16.277 sampel usaha yang mengalami peningkatan penjualan. Tercatat sebanyak 71,18% memulai penjualan secara online antara tahun 2017-2019.

Perkembangan *e-commerce* sangat pesat karena adanya potensi dari transaksi jual-beli online yang besar di Indonesia. Para penjual dan pembeli saat ini sering berinteraksi melalui Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Masyarakat dapat dimudahkan karena adanya *e-commerce*. Transaksi pembelian dalam situs tersebut berkaitan erat dengan jasa ekspedisi. Ekspedisi atau jasa pengiriman barang memiliki peran penting dalam menyalurkan barang antara penjual dengan pembeli (Sampornoi, et. al., 2022).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melalui jasa ekspedisi, produk yang dipesan secara online dapat dikirim ke alamat tujuan. Hal ini mendorong jasa ekspedisi untuk berkembang. Melihat perkembangan ekspedisi dalam transaksi jual-beli online yang semakin pesat, muncul banyak perusahaan jasa ekspedisi seperti TIKI, JNE, PaxeL Pahala Express, Deliveree, MPS, J&T Express, Everpro PT. Pos Indonesia, Ninja Express, Si Cepat dan ESL Express.

Banyaknya perusahaan ekspedisi membuat para pelaku usaha berlomba-lomba memberikan proses yang terbaik untuk pelanggannya. Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya, serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak hilang karena pelayanan yang tidak memuaskan (Yuliawan, et. al., 2021:1). Adapun Tantangan bisnis pada masa seperti sekarang ialah mempertahankan kepuasan pelanggan, sehingga bisnis tetap bertahan (Sampornoi, et. al., 2022).

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan penggunaan jasa yang ada, baik itu dalam jasa ekspedisi, jasa utilitas, jasa infrastruktur dan beberapa jasa lainnya. Pemasaran itu sendiri memiliki arti sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha, untuk menarik beberapa simpati orang lain dalam melakukan kegiatan jual dan beli. Selain itu, dalam pemasaran juga memperkenalkan beberapa hal baru yang inovatif sehingga menimbulkan ketertarikan pada konsumen (Aleron, et. al., 2022: 376).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Saputra dan Mulyantini (2019:5), kepuasan pelanggan mengacu pada tanggapan konsumen setelah kinerja yang dirasakan. Maka, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara situasi yang diidamkan dan situasi yang diberikan. Jika kepuasan konsumen tinggi, mereka akan memberikan rekomendasi ke pihak lain. Perusahaan tersebut dapat menjadi pilihan prioritas saat hendak membeli kembali, sehingga perusahaan mendapat citra yang baik. Ketika penjualan meningkat maka profit meningkat, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan. Saat kepuasan pelanggan rendah, hal tersebut bisa merugikan pihak perusahaan karena terdapat hal yang tidak disukai pembeli. Dampak dari ketidakpuasan pelanggan bisa berupa penurunan pendapatan dan citra buruk untuk perusahaan (Yuliawan, et. al., 2021: 1). Terdapat data perkembangan penggunaan pada jasa ekspedisi seperti dibawah ini

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Penggunaan Jasa Ekspedisi di Indonesia Tahun 2017-2020**

No.	2017		2018		2019		2020		Predikat
	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	Merk	TBI	
1	JNE	49,4%	JNE	45,0 %	JNE	26,4 %	JNE	27,3%	TOP
2.	TIKI	34,7%	<b>J&amp;T</b>	<b>13,9 %</b>	<b>J&amp;T</b>	<b>20,3 %</b>	<b>J&amp;T</b>	<b>21,3%</b>	<b>TOP</b>
3.	POS	8,4%	Tiki	13,5 %	Tiki	13,5 %	Tiki	10,8%	TOP
4.	DHL	1,3%	Pos	11,6 %	Pos	5,4 %	Pos	7,7%	TOP

(Sumber : [www.topbrand-award.com/2020](http://www.topbrand-award.com/2020))

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel 1.1 diatas merupakan merek unggul yang mendapat penghargaan merek terbaik. Dikalkuasi melalui 2 tahap. Tahap 1 melibatkan 8.500 responden dan tahap 2 melibatkan 12.000 responden. Terdapat 3 parameter yang digunakan yaitu kesadaran merek, penggunaan terakhir, dan niat membeli kembali. Posisi pertama diduduki JNE pada tahun 2017 hingga 2020. Pada tahun 2018 hingga 2020 J&T menempati posisi ke 2 pada tabel TBI. Dari data tersebut ekspedisi J&T megalami perkembangan merek dengan citra yang baik ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2020)

Kualitas pelayanan adalah kinerja atau penampilan produk yang menjadi bagian yang terpenting dari strategi perusahaan. Perusahaan dalam memberikan kualitas jasa harus dapat memenuhi harapan dari konsumen dan mengarah pada standar mutu yang lebih tinggi (Amelia et al., 2021: 14).

Menurut Tjiptono (dikutip dalam Prihartini & Hidayati, 2020), kualitas pelayanan berperan penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan jasa oleh konsumen, sekaligus menjadi sumber referensi dan informasi bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Prihartini & Hidayati (2020) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial mampu berpengaruh positif terhadap penggunaan jasa di Kota Magelang (Prihartini & Hidayati (2020).

J&T Express merupakan perusahaan multinasional yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. J&T Express bergerak di bidang ekspedisi. J&T Express merupakan salah satu perusahaan ekspedisi yang sedang berkembang pesat di Indonesia dan tersebar hampir seluruh pelosok kota-kota besar di Indonesia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perusahaan J&T Express menyediakan beberapa pilihan layanan yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Perbedaan jenis layanan ini terletak pada jangka waktu yang diperlukan agar barang sampai ke lokasi tujuan.

Pelayanan yang diberikan oleh J&T Express sudah terpenuhi. Namun, terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang terjadi, dimana J&T yang memperlihatkan kepuasan pelanggan yang rendah ditunjukkan dengan banyaknya keluhan yang dilontarkan pengguna layanan. Keluhan-keluhan tersebut diperlihatkan juga dari rating dan ulasan yang diberikan pelanggan rata-rata rendah, terlihat pada contoh ulasan berikut ini:

**Gambar 1. 1**  
**Rating J&T**



Sumber: *Ulasan Rating Google Play Store (2023)*

Berdasarkan gambar 1.1, data tentang mayoritas penggunaan J&T dari sebanyak data sebesar 112.600 memiliki rentang 2,6. Hal tersebut terjadi karena banyaknya keluhan kinerja atas layanan yang dilakukan oleh J&T dan kurangnya kepuasan pelanggan sehingga memberikan sebuah nilai buruk pada pelayanan J&T tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

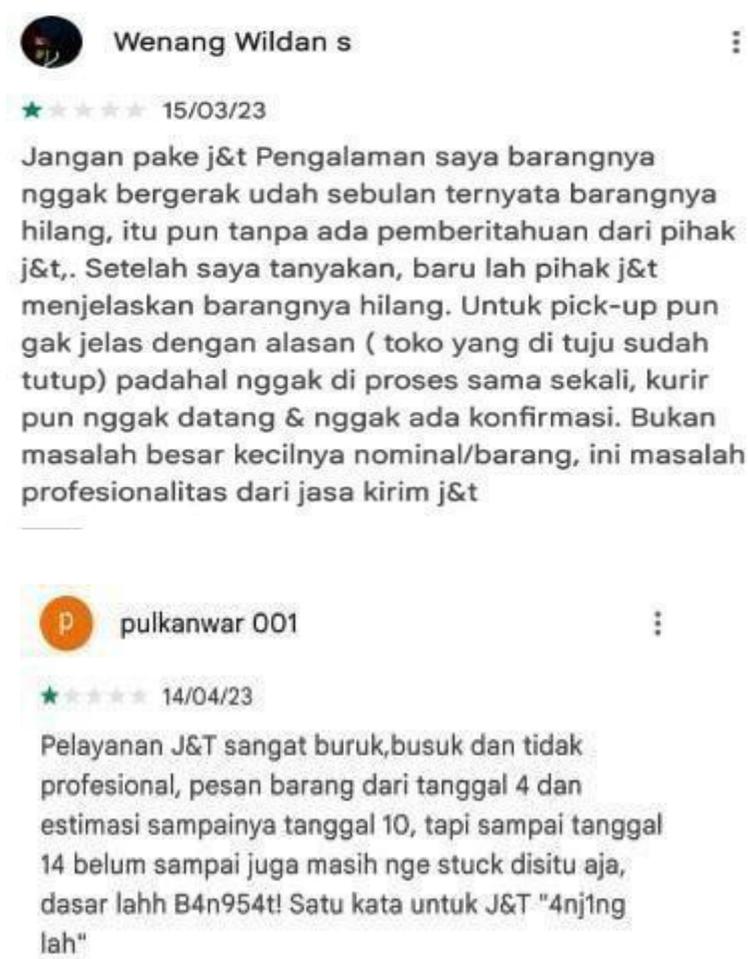
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam hal ini, peneliti masih menemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh J&T melalui keluhan konsumen pada aplikasi J&T di *Play Store* dari segi kualitas layanan, seperti yang diperlihatkan dari ulasan yang diberikan pelanggan rata-rata rendah contohnya kurang maksimalnya pelayanan, mahalnnya biaya, lambatnya pengiriman, terjadinya kerusakan barang, dan sebagainya sebagai berikut:

**Gambar 1. 2**

**Keluhan Konsumen J&T pada Aplikasi J&T di *Play Store***



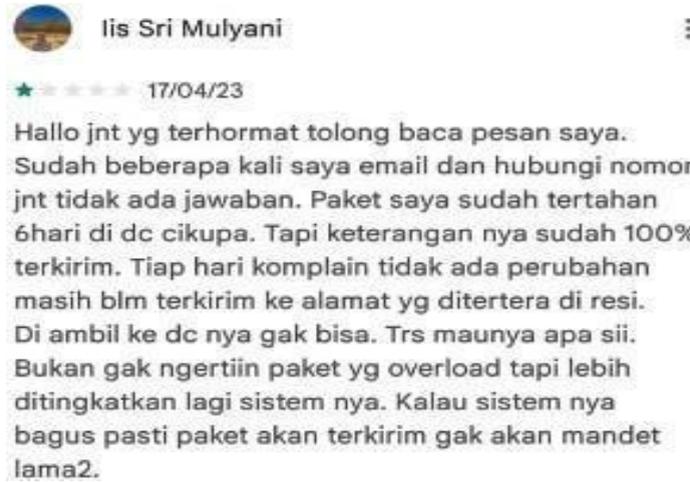
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber: *Ulasan Google Play Store (2023)*

**Tabel 1. 2**  
**Ulasan Negatif J&T**

Variabel	Ulasan Negatif
Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merk, dan Kepuasan pelanggan	Jasa layanan yang diberikan oleh customer service memiliki sifat yang kurang ramah
	Proses pengiriman barang ke konsumen tidak sesuai pada waktu yang ditetapkan
	Paket yang diterima oleh customer mengalami kerusakan karena faktor dari pembawaan ekspedisi
	petugas tidak tanggap akan kendala yang dihadapi
	Tidak adanya sebuah kepuasan dari layanan yang dilakukan
	Iklan yang ditampilkan tidak sesuai pada layanan yang diterapkan

Sumber: *Ulasan Google Play Store (2023)*

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas menjelaskan ulasan-ulasan negatif yang diberikan pengguna J&T. Ulasan- ulasan negatif tersebut memperlihatkan bila



kualitas pelayanan yang masih buruk, kepercayaan merek yang rendah, dan kepuasan pelanggan yang rendah terhadap J&T di *Play Store*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dengan adanya data keluhan konsumen di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express. Seperti yang diketahui, kepuasan konsumen sangat diperlukan pada perusahaan. Kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima.

Faktor lainnya yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kepercayaan merek. Menurut Lau dan Lee kepercayaan merek adalah kesediaan konsumen untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif.

J&T Express merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi yang tentu mendapatkan adanya kepercayaan pada pihak pelanggannya, sebagaimana dalam hal ini pada berita yang ada yaitu pada J&T Express, brand jasa pengiriman yang berfokus pada bisnis e-commerce di Indonesia menandakan pelayanan yang mencapai hingga 100 juta pelanggan (Tribun News, 2021).

Sehingga dalam hal ini yang menjadikan J&T Express mengalami perkembangan yang signifikan, terlebih telah muncul program baru dengan sebutan J&T Premium, dimana pada program ini, barang akan dikirim hanya dalam waktu tiga hari saja, barang diambil langsung pada pihak produsen atau pengirimnya, dan juga menjamin keamanan 100% terhadap produk yang dikirim (Tribun News, 2021).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pelanggan yang telah terbiasa menggunakan J&T sebagai merek tertentu cenderung akan percaya dan setia terhadap merek tersebut karena sebagian besar konsumen akan melakukan seleksi dengan hati-hati. Produk J&T yang memiliki kualitas dan keunggulan produk akan membuat konsumen semakin tertarik. Terbentuknya kepercayaan merek berdampak pada kepuasan terhadap diri pelanggan pada produk tersebut, hal ini disebabkan oleh faktor-faktor keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut (Mendrofa, C. P, 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## **B. Identifikasi Masalah**

Peneliti melakukan identifikasi permasalahan penelitian diantaranya:

1. Bagaimana kualitas layanan J&T menurut konsumen?
2. Bagaimana kepercayaan merek J&T menurut konsumen?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan J&T?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan?

## **C. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian dalam penelitian ini yaitu

1. J&T Express Kelapa Hybrida merupakan objek penelitian.
2. Subjek penelitian yakni pelanggan pengguna jasa pengiriman online J&T cabang Jakarta.
3. Periode penelitian: Mei – Agustus 2023.
4. Penelitian ini hanya meneliti tentang kualitas, kepercayaan dan kepuasan.

## **D. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan diatas, adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yakni:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan J&T menurut konsumen.
2. Untuk mengetahui kepercayaan merek J&T menurut konsumen.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan J&T.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan.

## F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, diharapkan hasil penelitian memberi manfaat baik secara praktis ataupun teoritis yaitu sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dibidang manajemen pemasaran.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Diharapkan agar penelitian ini dapat digunakan sebagai wawasan tambahan tentang akibat dari buruknya pelayanan yang dilakukan serta minimnya kepercayaan akan merek pada sektor logistik.

#### b. Bagi Perusahaan J&T Express

Diharapkan agar penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dari permasalahan yang timbul dan digunakan untuk membuat kebijakan dalam mengatasi masalah kualitas dan kepercayaan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

diterapkan perusahaan.

**c. Bagi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta**

Diharapkan agar penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi wawasan pengetahuan, terutama mahasiswa maupun pembaca secara umum.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

