



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan teknologi yang modern saat ini membuat persaingan dalam dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam memasuki era globalisasi yang semakin modern ini, kebutuhan seseorang menjadi semakin meningkat dan banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan internet sebagai strategi untuk memasarkan produk dan jasanya. Dengan kemudahan teknologi ini memudahkan seseorang melakukan aktivitas-aktivitasnya secara *online*. Dengan demikian aktivitas yang dilakukan menjadi lebih mudah dan juga lebih praktis serta membuat masyarakat Indonesia mulai berbelanja secara *online*. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat jauh karena berbelanja secara *online* dapat membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari perusahaan kecil yang berskala kecil sampai perusahaan asing berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara. Hal ini dikarenakan adanya suatu peningkatan pada pengguna *e-commerce* yang ada seperti pada Shopee, Lazada, Tokopedia dan lainnya.

Dalam kegiatan bisnis pada bidang jasa, ekspedisi merupakan kegiatan bisnis yang dapat bertahan hingga 5-10 tahun yang akan datang. Karena bisa dilihat dalam hal ini bahwasanya banyak dari masyarakat cenderung memiliki perilaku tidak perlu keluar rumah untuk membeli produk sehingga akan bergantung pada jasa ekspedisi. Menjadikan jasa ekspedisi merupakan produk yang paling memiliki peran sangat penting dalam kegiatan bisnis terlebih telah melakukan kerja sama pada pihak kedua yaitu *e-commerce*. Meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa



pelayanan jalur darat tidaklah mudah, salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang.

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019:833) loyalitas pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, loyalitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pelanggan yang loyal melakukan pembelian yang berulang-ulang pada produk perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerja sama saling menguntungkan yang terjadi dalam proses kerjasama antara penyedia layanan dengan pengguna layanan. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan tidak akan ada yang disebut sebagai pelanggan. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan yang ada hanyalah proses pembelian barang biasa tanpa diikuti dengan pembelian barang berulang-ulang di waktu lainnya.

Menurut Kotler (2019:422) definisi kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang kali dan nanti akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan yaitu suatu kondisi dimanis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.



Oleh karena itu kualitas pelayanan diharuskan dimiliki oleh suatu perusahaan karena dengan melayani pelanggan semaksimal mungkin itu merupakan suatu hal yang bisa menjadikan citra perusahaan menjadi baik di mata masyarakat dan juga tumbuhnya rasa loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan. Pelayanan maksimal dalam hal ini dapat diartikan memperlakukan pelanggan dengan pelayanan yang ramah, murah, penjelasan lebih jelas, prosedur mudah, serta menyediakan asuransi barang jika diperlukan. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan pelanggan contohnya merupakan kerusakan terhadap barang pelanggan, keterlambatan pengiriman barang atau hilangnya barang pelanggan yang sering terjadi pada jasa pengiriman sehingga menimbulkan banyak kerugian bagi pelanggan.

Hal itu menyebabkan pelanggan berpikir dua kali untuk kembali mengirim pada tempat tersebut atau menggunakan jasa ekspedisi yang sama, mereka lebih baik mencari tempat pengiriman lain yang pasti lebih baik pelayanannya. Adanya persaingan yang ketat dan banyaknya alternatif pilihan jasa pengiriman sehingga pelanggan semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman. Mengantisipasi keadaan tersebut adalah bagaimana perusahaan ekspedisi menciptakan nilai dan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Kepuasan hanyalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas pelanggan. Memperbaiki hubungan antara *service performance*, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian pelanggan yang tercermin melalui loyalitas. Banyak sekali perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang baik perusahaan dalam negeri maupun swasta.

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.



Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang memiliki perkembangan adalah J&T Express. J&T Express adalah sebuah jasa express yang melayani pengiriman barang ataupun dokumen keseluruh kota di Indonesia. J&T Express yang berdiri pada Tahun 2015 terus berkembang hingga saat ini telah menjangkau ke seluruh Indonesia dengan memiliki 4000 gerai per tahun 2021 yang tersebar di seluruh Indonesia. J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan ekspedisi yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia terutama bagi generasi muda baik Gen Z dan Milenial dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium.

Berikut telah terdapat data untuk membuktikan J&T Express merupakan Layanan ekspedisi yang sering digunakan gen Z untuk belanja Online periode survei bulan Mei Tahun 2023.

Tabel 1.1
Layanan Ekspedisi yang sering digunakan Z untuk belanja Online

Periode survei: Mei 2023

Nama Brand	Persentase (%)
J&T Express	58
Shopee Xpress	32
JNE	27
Sicepat	23
Gosend	7
Ninja Xpress	4
Grab Express	4
Pos Indonesia	3
Tiki	2

Sumber : <https://goodstats.id/>

Pada tabel diatas merupakan gambaran Generasi muda atau gen Z merujuk pada laporan Populix, J&T Express merupakan penyedia jasa ekspedisi yang paling digemari oleh gen Z. Ditunjukkan bahwa sebanyak 58% responden gen Z memilih J&T Express sebagai layanan ekspedisi favorit mereka untuk belanja *online*. Hal yang



sama ternyata juga terlihat pada kelompok usia milenial. Populix mencatat, sebanyak 52% responden milenial memilih J&T Express sebagai layanan jasa ekspedisi favorit untuk belanja *online* di tahun 2023, baik gen Z maupun milenial sama-sama memilih J&T Express untuk kebutuhan belanja *online* mereka.

J&T Express yang bergerak dalam bidang ekspedisi tentu mendapatkan adanya kepercayaan pada pihak pelanggannya, sebagaimana dalam hal ini pada berita yang ada 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) Hal ini yang menjadikan pihak pelanggan telah memberikan kepercayaan penuh pada pihak ekspedisi J&T Express karena adanya suatu kualitas dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi yang telah diberikan. Dalam mencapai 100 juta pelanggan, pihak perusahaan pasti melakukan beberapa survei pasar terlebih dahulu, agar mereka mengerti kira-kira hal seperti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pihak pelanggan. J&T Express sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman 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 pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Penulis memilih J&T Express cabang Harco Glodok Jakarta Barat yang mampu mencatatkan pertumbuhan pengiriman yang tinggi karena mudah dijangkau oleh pelanggan yang mempunyai toko *online* dan *offline* di sekitar Glodok. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada cabang J&T Express Harco Glodok”

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

Berlandaskan pada latar belakang di atas maka identifikasi sejumlah masalah

(C)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yang timbul, yakni:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Harco Glodok Jakarta Barat ?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Harco Glodok Jakarta Barat ?

C. Batasan Penelitian

Karena keterbatasan kemampuan penulis serta waktu, supaya lebih terarah penulis memberi batasan penelitian ini yaitu :

1. Penelitian diadakan pada salah satu perusahaan ekspedisi pada cabang J&T Express Harco Glodok Jakarta Barat.
2. Populasi menggunakan konsumen yang pernah datang ke kantor cabang J&T Express Harco Glodok Jakarta Barat untuk melakukan transaksi pengiriman barang selaku konsumen.

D. Rumusan masalah

Karena untuk memudahkan penelitian, penulis terlebih dahulu mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, yakni dengan mengajukan rumusan masalah sebagai bahan dasar untuk memulai melakukan penelitian. Dalam penelitian ini dapat dirumuskan bahwa masalah penelitian ini adalah : “Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada cabang J&T Express Harco Glodok?”.

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

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Harco Glodok Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Harco Glodok Jakarta Barat.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Karena secara akademik penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, wawasan dan pengetahuan tentang bidang manajemen khususnya di bidang pemasaran dalam dunia ekspedisi. Serta diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah acuan pada skripsi yang sudah ada dan mempermudah mahasiswa di perguruan tinggi dalam mengerjakan skripsi dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang sama atau ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan memberikan informasi kepada masyarakat yang menggunakan jasa ekspedisi atau pengiriman barang mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

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