

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam hal pengiriman barang baik ke dalam negeri maupun luar negeri, perusahaan penyedia jasa pengiriman barang memegang peranan penting. Masyarakat dapat mengirimkan barang dengan mudah dan cepat baik ke luar negeri maupun dalam negeri dengan menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirim barang mereka. Kebutuhan pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama setiap individu. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini, setiap perusahaan yang ada dituntut untuk lebih siap menghadapi situasi yang ada dengan memanfaatkan seluruh sumber daya dan informasi yang terdapat pada perusahaan dengan semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memiliki nilai lebih dibandingkan pada pesaingnya. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak lahir perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Salah satunya adalah PT JNE (Jalur Nugraha Ekakurir). Jasa pengiriman barang dan perdagangan memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Berkembangnya perdagangan sangat dipengaruhi oleh lahirnya jasa pengiriman barang. jasa pengiriman juga berperan serta dalam pertumbuhan perdagangan dalam dan luar negeri.

PT JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia. PT JNE berdiri sejak tahun 1990. Tidak hanya melayani pengiriman barang dalam negeri, PT JNE juga menyediakan jasa pengiriman barang ke luar negeri. Jaringan PT JNE yang luas dan layanan yang profesional telah membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran. Tingginya permintaan pengiriman barang di Indonesia, tidak terlepas dari campur tangan beberapa penyedia jasa pengiriman barang yang tumbuh di Indonesia. Masing-masing penyedia jasa pengiriman barang mempunyai strategi khusus dalam menjaring pasar mereka. Perusahaan penyedia

jasa pengiriman barang seperti TIKI, JNE, dan Pos Indonesia terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda (www.jne.co.id 2019). Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakana, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller, 2009).

PT JNE melayani kiriman paket dan dokumen dengan tujuan dalam negeri yang memanfaatkan transportasi tercepat yang tersedia dan melayani beragam jenis layanan sesuai kebutuhan konsumen.

Tabel 1.1. Jenis Produk Jasa PT JNE

Produk	Keterangan
<i>Super Speed</i>	<i>Super speed</i> adalah layanan pengiriman dengan mengutamakan kecepatan dan penyampaiannya sesuai dengan waktu yang telah ditentukan/disepakati.
Pesona	Pesona merupakan layanan pengiriman makanan kuliner khas Indonesia tanpa harus pergi ke daerah asalnya. Pilihan makanan dari beberapa daerah di Indonesia yang kami tawarkan sudah melalui seleksi kelayakan dan masa uji coba selama hampir setahun sehingga aman untuk dikonsumsi oleh pelanggan.
YES (yakin Esok Sampai)	YES adalah layanan dengan waktu penyampaian di tujuan keesokan hari (termasuk Minggu dan hari libur nasional).
REG (Reguler)	Reguler adalah layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia, dengan perkiraan waktu penyampaian kiriman 1-7 hari kerja, tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman.

Tabel Lanjutan 1.1. Jenis Produk Jasa PT JNE

OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)	OKE adalah Layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan tarif ekonomis dengan perkiraan waktu penyampaian kiriman lebih lama dari Service REGULER. Tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman.
<i>JNE Loyalty Card (JLC)</i>	<i>JNE Loyalty Card (JLC)</i> merupakan program keanggotaan yang ditujukan kepada pelanggan setia JNE.
<i>JNE Pick-Up Point</i>	<i>JNE Pick-Up Point</i> adalah layanan alternatif pelanggan dalam proses penerimaan kiriman. Dengan JNE PIPO, pengirim dan penerima dapat memilih cara penyampaian kiriman dengan cara diambil sendiri di cabang JNE terdekat yang mempunyai layanan PIPO. JNE PIPO sangat cocok bagi mereka yang bermobilitas tinggi dan tidak selalu berada di satu tempat atau tidak dapat menerima kiriman secara langsung. Mereka dapat meminta paket dikirimkan ke cabang JNE terdekat yang melayani PIPO untuk bisa diambil kapan saja dalam waktu lima hari sejak paket tiba.

Sumber : www.jne.co.id 2019

Tabel 1.1 merupakan jenis layanan atau produk yang ditawarkan PT JNE kepada pelanggannya. Pelanggan dapat memilih jasa sesuai dengan kebutuhan dalam mengirimkan barang. PT JNE juga memberikan garansi untuk beberapa jenis layanan yang ditawarkan.

Tabel 1.2 Harga pengiriman barang dari Jakarta ke beberapa kota di Indonesia

Tujuan Pengiriman	Jenis Pengiriman/1000 Gram	Estimasi Pengiriman	Harga
Jakarta - Bandung	OKE	2 – 3 Hari	Rp. 10.000
	REG	1 – 2 Hari	Rp. 11.000
	YES	1 – 1 Hari	Rp. 24.000
Jakarta - Surabaya	OKE	2 – 3 Hari	Rp. 17.000
	REG	1 – 2 Hari	Rp. 19.000
	YES	1 – 1 Hari	Rp. 37.000
Jakarta - Semarang	OKE	2 – 3 Hari	Rp. 16.000
	REG	1 – 2 Hari	Rp. 18.000
	YES	1 – 1 Hari	Rp. 35.000
Jakarta - Yogyakarta	OKE	2 – 3 Hari	Rp. 16.000
	REG	1 – 2 Hari	Rp. 18.000
	YES	1 – 1 Hari	Rp. 35.000
Jakarta - Denpasar	OKE	2 – 3 Hari	Rp. 24.000
	REG	1 – 2 Hari	Rp. 28.000
	YES	1 – 1 Hari	Rp.50.000

Sumber : www.jne.co.id, 2019

Dengan bertambahnya kapasitas pengiriman, JNE terus melakukan peningkatan di berbagai sektor penting, salah satunya SDM. Perkembangan bisnis perusahaan menyerap lebih dari 25 ribu tenaga kerja dari berbagai bidang di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut adalah 16 ribu karyawan kantor pusat dan cabang utama di 34 provinsi, ditambah dengan jumlah karyawan kantor perwakilan serta mitra atau agen JNE. Sistem pengelolaan karyawan oleh JNE pun mendapatkan penghargaan dalam bidang SDM yaitu *Stellar Workplace Award* 2016.

Peningkatan infrastruktur dan perluasan jaringan terus dilakukan dan kini JNE memiliki lebih dari 6000 jaringan di seluruh nusantara. Ke depannya, diperkirakan jumlah jaringan akan bertambah sebesar 10% - 15% dan peluang kerjasama bagi masyarakat untuk menjadi mitra JNE terus terbuka. Selain itu, di tahun ini pula JNE membangun dan mengoperasikan gedung baru di beberapa kota seperti Medan, Batam, Bandung, Semarang, Wangon (Jawa Tengah) serta Surabaya, yang berfungsi sebagai kantor sekaligus titik layanan mau pun gateway. Penunjang kinerja operasional tersebut memaksimalkan proses distribusi paket sehingga pengiriman ke wilayah pelosok dapat semakin efisien secara waktu.

Penerapan berbagai strategi distribusi barang sebagai solusi dari berbagai tantangan yang ada, juga selalu dijalankan menggunakan lebih dari 7000 armada dari berbagai jenis dan ukuran, sampai dengan alat transportasi alternatif. Strategi-strategi yang dilakukan, memperluas kerjasama JNE dengan berbagai pihak, salah satunya di tahun ini adalah kerjasama dengan komunitas sepeda terkemuka untuk membentuk JNE *Eco-Courier*. Kerjasama ini sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan serta solusi efektif dalam melakukan proses pengiriman di tengah kemacetan kota besar seperti layanan kurir Indonesia yaitu :

1. JNE *Express*

Para pelaku bisnis online mungkin sudah tidak asing lagi dengan kurir yang satu ini. Sejak didirikan tahun 1990, JNE terus memperluas jaringannya, banyak gerai cabang yang bisa ditemukan. Selain itu JNE juga menawarkan banyak layanan seperti layanan jemput-antar ASI, kirim uang, dokumen penting, dan lainnya.

2. J&T *Express*

J&T Express adalah perusahaan pengiriman ekspres yang relatif masih muda. Meski baru berdiri sejak 2015, tak butuh waktu lama bagi J&T untuk memperluas jaringan dan bersaing dengan perusahaan logistik yang lebih senior, dengan menerapkan perkembangan teknologi sebagai dasar dari sistemnya, dan mengeksekusi penjemputan yang cepat.

3. POS Indonesia

Badan usaha milik negara (BUMN) yang satu ini sudah berdiri sejak tahun 1746. Saat ini Pos Indonesia tidak hanya melayani jasa pos dan kurir, tetapi juga jasa keuangan, yang didukung oleh titik jaringan sebanyak 4.800 kantor pos dan 58.700 titik layanan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Layanannya pun beragam, selain pengiriman surat dan paket, tersedia juga jasa pengiriman uang, kargo, dan lainnya.

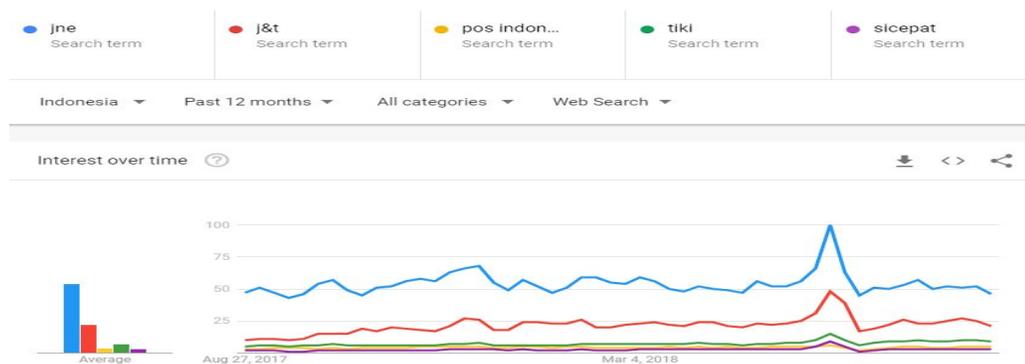
4. TIKI (Titipan Kilat)

Berdiri sejak tahun 1970, TIKI sebagai salah satu perusahaan ekspedisi tertua di Indonesia, masih mampu bersaing dengan menerapkan tarif pengiriman yang kompetitif. Berbagai produk dan layanan pun diluncurkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti *Same Day Services*, *Over Night Services*, *Holiday Delivery Services*, *Trucking Service*, Jemputan Online, dsb.

5. SiCepat

SiCepat adalah perusahaan ekspedisi meliputi transportasi dan udara yang berdiri sejak tahun 2004. Sesuai dengan namanya, kurir ini selalu berusaha untuk selalu cepat dalam pengiriman. Pihak SiCepat mengklaim bahwa layanan mulai dari 15 jam sampai, dengan tarif regular terutama di wilayah Jabodetabek dan kota besar lainnya di Indonesia telah mencapai target perusahaan yaitu 95%.

Grafik 1.1. Pertumbuhan Penyedia Jasa



Sumber : www.trends.google.com, 2019

Berdasarkan statistik dari Google Trends, kata kunci JNE paling banyak dicari di Kalimantan Utara, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Banten, dan Maluku Utara.

Kelima ekspedisi ini dianggap paling populer karena intensitas pencarian kata kuncinya yang sangat tinggi di search engine Google, dari orang yang melakukan tracking pengiriman atau cek resi, mencari informasi tarif ongkos kirim atau lokasi gerai kurir terdekat. Maka dalam penelitian ini saya akan menguji pengaruh harga, pelayanan serta kepuasan terhadap loyalitas pelanggan JNE yang berada di cabang Sukapura dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut :

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan permasalahan penelitian: apakah harga, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Adapun spesifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Sukapura ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Sukapura ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura ?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura ?
6. Apakah kepuasan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura ?
7. Apakah kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan JNE cabang Sukapura ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Loyalitas yang di mediasi Kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap Loyalitas yang di mediasi Kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Pada penelitian ini, Dapat memberikan sumbangan informasi bagi perusahaan-perusahaan lain terutama bagi JNE tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Pada penelitian ini, akan memberikan manfaat pada perusahaan jasa pengiriman untuk mengetahui lebih banyak tentang pelanggan dan dapat menjadi masukan untuk mengembangkan jenis perusahaan jasa untuk ke depannya.

3. Bagi Peneliti

Akan memberikan manfaat berupa informasi dan gambaran tentang orientasi perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan informasi atau sarana referensi bagi peneliti lain apabila akan melakukan penelitian dengan variabel atau faktor-faktor yang terkait.