

BAB 1

PENDAHULUAN

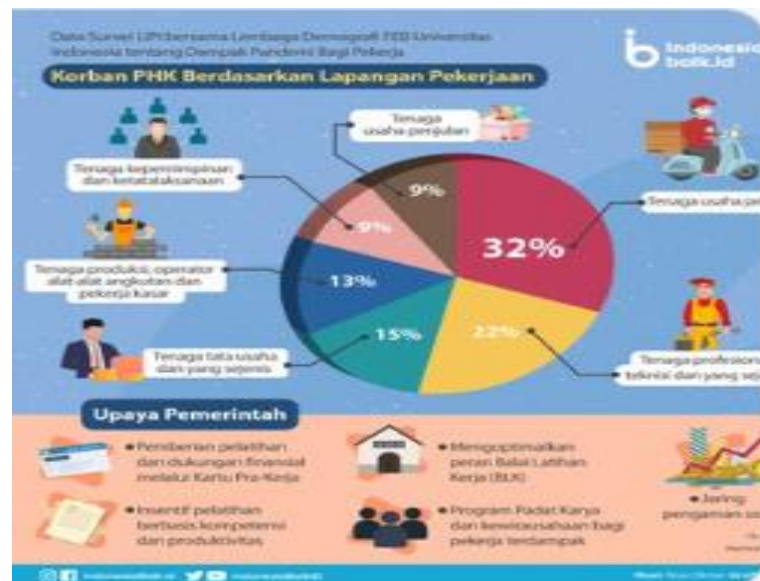
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Akibat pandemi virus Covid 19, sudah banyak perusahaan yang membatasi jumlah pekerjanya didalam ruangan bahkan meliburkan aktivitas para pekerjanya dengan menerapkan sistem mengerjakan pekerjaan dari rumah atau *work from home*. Selain itu terdapat juga perusahaan yang memutuskan hubungan kerja (phk) terhadap para pekerjanya akibat terdampak virus covid 19.

Sejak presiden Joko Widodo mengumumkan tentang kasus pertama masyarakat yang positif terinfeksi virus corona pada 2 maret 2020, Berdasarkan data yang disampaikan oleh pemerintah semakin hari, semakin banyak masyarakat yang positif terinfeksi virus covid 19 pada rabu 07 oktober 2020, dilaporkan bahwa 316.000 orang yang positif terinfeksi corona, dengan jumlah orang yang dinyatakan sembuh 240.000 serta virus covid 19 telah menyebabkan 11.472 orang yang meninggal dunia.

Dampak pandemi covid 19 menjelma menjadi tragedi kemanusiaan pada abad ini, bukan hanya bidang kesehatan saja yang terdampak hampir seluruh sektor merasakan imbas dampak dari pandemik covid 19 termaksud bidang ketenagakerjaan pun terkena imbasnya. Pemerintah membuat kebijakan pembatasan social berskala besar (psbb) yang masif memaksa seluruh orang diindonesia untuk tinggal dirumah, membuat pusat perbelanjaan / mall sepi, pabrik-pabrik harus tutup, restoran tidak menerima pesanan dengan makan ditempat, dan tidak ada aktivitas ibadah maupun sekolah. Disaat kondisi seperti ini membuat perusahaan harus tetap eksis dengan memaksimalkan produktivitas sumber daya manusianya.

Gambar 1.1 Pekerja yang terdampak pandemi covid 19



Sumber: LIPI, Kemenaker dan lembaga Demografi UI. 2020

Ditengah kondisi wabah covid 19 ini justru ada sektor yang tidak terdampak secara langsung akibat covid 19, E-commerce dan perusahaan jasa pengiriman justru mencatatkan volume peningkatan omset, akibat kebijakan pembatasan sosial berskala besar (psbb) memaksa orang-orang berbelanja online untuk membeli kebutuhan bahan pokok atau barang-barang yang diperlukan.

PT. Global Jet Express (J&T Express) mencatat peningkatan volume pengiriman barang hingga 15% setelah ditetapkannya pembatasan social berskala besar (psbb) chief executive officer J&T Express Robin Lo mengatakan volume pengiriman barang mengalami peningkatan secara nasional dari trafik normal setelah pandemic corona merebak di Indonesia. Disisi lain Robin Lo juga bercerita pihaknya juga melakukan sejumlah upaya pencegahan dengan menerapkan social distancing di setiap cabang J&T Express dan saat pengantaran paket kepada pelanggan.

Ditengah kondisi pandemik corona seperti saat ini pembelian online semakin banyak, dengan semakin banyaknya pilihan e-commerce yang memudahkan banyak orang berbelanja tanpa harus keluar rumah dan dapat membeli produk yang diinginkan, untuk itu J&T Express makasimalkannya untuk memikat pelanggan agar menggunakan jasa pengiriman dengan memberikan layanan gratis

jemput ditempat tanpa batas minimum, layanan call center 24 jam, oprasional 24 jam 365 hari, harga reguler service premium dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia tanpa pihak ke 3.

Layanan-layanan tersebut dimaksimalkan untuk membangun dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan sistem e-tracking yang memudahkan pelanggan untuk melihat posisi update barang yang dia kirim melalui J&T, berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan J&T membuat trobosan dengan membuat sistem tracking yang *real time* pelanggan bisa melihat dimana dan siapa yang sedang memproses barang yang dikirimkan.

J&T dituntut untuk memenuhi keinginan yang diharapkan oleh pelanggan sehingga terbangunlah kepercayaan yang baik untuk J&T Express dimata planggan, untuk meningkatkan pelayanan yang efisien dan fleksibel untuk menunjang kebutuhan pengiriman semua orang, Kemajuan informasi dan teknologi pun membuat persaingan antar suatu perusahaan menjadi semakin ketat pula.

Masyarakat milenial adalah masyarakat yang kritis dan selektif dalam memilih dan menentukan produk yang ingin dikonsumsi,Perusahaan ekspedisi yang mampu menunjang mobilitas pelanggan di dalam pengiriman barang saat ini sudah sangat banyak di Indonesia yang menjanjikan ketepatan waktu pengiraman yang baik. Beberapa nama besar perusahaan jasa pengiriman yang selalu merespon segala permintaan pasar adalah JNE, TIKI, POS INDONESIA, J&T dan SICEPAT EKSPRESS.

Usaha J&T untuk memikat hati dengan bekerja sama langsung dengan perusahaan e-commerce dan customer reguler (pedagang konvensional) salah satu bentuk kerja sama J&T dengan e-commers shopee dengan melakukan minimum berbelanja dan akan mendapat gratis ongkir bila berbelanja diatas Rp. 90.000 berbeda dengan kompetitor terdekat yaitu JNE harga yang ditawarkan oleh JNE akan gratis ongkir jika sudah berbelanja di atas Rp. 120.000 sehingga walaupun ditengah kondisi mewabahnya covid 19 J&T tidak terlalu terdampak dan berhasil memikat pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman dari J&T Express.

GAMBAR 1.2

CREASI.COM

KATEGORI 5 PENGIRIMAN TERFAFORIT 2020



Beberapa bisnis jasa kurir yang ada di Indonesia

Sumber: <https://infobrand.id/optimisme-bisnis-jasa-kurir-di-masa-pandemi.phtml>

Mengacu dari data di atas menunjukkan bahwa J&T yang baru berusia 5 tahun sudah mulai membuntuti JNE sebagai market leader dari data di atas J&T masih bermasalah dalam meraup market di kota-kota besar, untuk J&T banyak menarik perhatian di Sulawesi Barat, Sulawesi Tenggara, Jawa Tengah, Kalimantan Barat serta Kalimantan Selatan.

Tabel 1.1 Omset J&T Express Cabang Kelapa Gading Tahun 2020

	Produktifity	Efisiensi
Target	75%	70%
Juli	78,16%	77,71%
Agustus	74,04%	78,53%
September	75,54%	77,49%
Oktober	74,25%	79,44%
November	77,62%	77,82%
Desember	72,62%	77,82%

Sumber: J&T EXPRESS Kelapa Gading

Berdasarkan data di atas J&T Express cabang kelapa gading memiliki pencapaian setiap bulan mengalami perubahan bisa meningkat maupun menurun. dapat digambarkan bahwa kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman dilihat dari segi omset/pendapatan, dalam hal ini peneliti ingin menilai faktor apa yang paling diharapkan oleh pelanggan untuk dapat mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan.

Berdasarkan pada penjelasan masalah yang terjadi diatas maka peneliti ingin mengetahui

PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-TRACKING, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN EKSPEDISI J&T EXPRESS DITENGAH WABAH COVID 19 (studi kasus J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara)

1.2 Rumusan Masalah.

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Layanan E-tracking berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara ditengah wabah covid 19?
- b. Apakah Ketepatan pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara ditengah wabah covid 19?
- c. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara ditengah wabah covid 19?
- d. Apakah Kualitas Layanan e-tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara ditengah wabah covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan e-tracking terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara mengalami perubahan ditengah wabah covid 19?
- b. Untuk mengetahui pengaruh Ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara mengalami perubahan ditengah wabah covid 19?
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express cabang kelapa gading Jakarta utara mengalami perubahan ditengah wabah covid 19?

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan masukan agar mendapatkan hasil yang diinginkan dan mampu membantu seluruh pihak yang terkait, Adapun hal dan manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini di antaranya:

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan, serta menjadi bahan perbaikan bagi perusahaan terkait di dalam perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran di dalam menghadapi ketatnya persaingan dengan perusahaan lain.

- b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan untuk ilmu manajemen pemasaran dan diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk akademisi yang akan melakukan penelitian sejenis.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran diri bagi penulis di bidang ilmu manajemen pemasaran untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat selama di bangku kuliah. Serta diharapkan mampu menambah pengetahuan penulis mengenai variabel dan indikator yang mempunyai pengaruh terhadap variabel pendapatan ditengah wabah covid 19.