

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi membawa dampak yang positif bagi perkembangan di dunia bisnis. Pasar menjadi sangat luas dan peluang ada dimana saja, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat. Kondisi seperti ini menuntut perusahaan untuk lebih bisa menciptakan keunggulan serta rasa aman agar bisnisnya mampu bersaing secara bersamaan dengan perusahaan lainnya.

Jumlah perusahaan jasa yang beredar dipasar bisnis saat ini semakin bertambah. Terjadinya persaingan yang ketat di antara perusahaan di bidang jasa dalam merebut kepercayaan pelanggan. Mengharuskan pengusaha dibidang jasa pengiriman terus berupaya menarik dan mendapatkan pelanggan yang banyak untuk meningkatkan keuntungan. Perusahaan jasa pengiriman diharapkan dapat menjadi yang terdepan di antara jasa pengiriman sejenisnya. Hal ini sangat penting dikarenakan keberhasilan suatu usaha pengiriman jasa sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan pelanggan agar mampu bersaing dalam persaingan yang semakin ketat.

Menurut Zaithaml dan Biner dalam Jasfar (2012:19), kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Berkaitan dengan pengguna jasa pengiriman, kepuasan dapat memberikan motivasi untuk mengajak orang-orang terdekat untuk menggunakan jasa pengiriman yang telah dikunjungi sebelumnya. Secara tidak langsung kepuasan pelanggan dapat melahirkan aktifitas promosi yang dilakukan melalui pengguna jasa pengiriman sebelumnya. Pengguna jasa pengiriman yang sebelumnya yang sudah merasakan kepuasan akan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan jasa pengiriman yang telah digunakannya kepada calon pengguna jasa pengiriman tersebut.

M. Feriadi (2020), selaku Presiden Direktur JNE, melihat masalah yang terjadi di JNE cabang Matraman yaitu adanya penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Makin banyaknya pesaing bisnis yang sejenis membuat pelanggan

lebih selektif dalam mempercayai barang mereka untuk di kirimkan pada jarak dekat maupun jarak jauh. Tetapi Perusahaan JNE tidak tinggal diam dan menyusun strategi agar pelanggan tetap merasa puas dan tidak berpindah kepada pesaing bisnis sejenis. (www.jne.com)

Berkecenderungan dengan kepuasan pelanggan, sebagian pelanggan berpersepsi negatif dan mengeluh tentang keterlambatan pengiriman. Terkait dengan keterlambatan pengiriman kurangnya informasi tentang status barang menjadi keluhan pelanggan. Menurut Arne Jerischewski (2020) selaku Founder dan CEO Parcel Platform, proses saat ini sangat tepat untuk meningkatkan pengalaman berbelanja yang berkesan saat setelah pembelian. Dengan meningkatnya pengalaman berbelanja di onlineshop dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada saat berbelanja online dan menggunakan jasa pengiriman. (www.buzzsprout.com)

Jeremi Chew (2020) selaku Head of Content Marketing iPrice Group, mengatakan bahwa pedagang akan mendapatkan kepercayaan dari pembeli apabila dalam proses pengiriman setelah pembayaran mereka transparan terhadap status pengiriman barang yang mereka beli. Hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pengiriman tepat waktu serta review pelanggan yang telah menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. (www.iprice.com).

Penurunan pemakaian jasa pengiriman menjadi salah satu masalah bagi perusahaan jasa pengiriman di masa pandemi seperti sekarang. Dikarenakan toko-toko banyak yang tutup sehingga pengiriman barangpun menurun pesat bagi perusahaan jasa. Biasa perusahaan jasa bisa saja setiap hari mengirimkan barang lebih dari 1 juta barang dan semenjak pandemi pengiriman menurun pesat.

Pertimbangan orang-orang dalam memilih jasa pengiriman adalah dari kepercayaan pada jasa pengiriman tersebut, jika perusahaan jasa pengiriman itu merupakan jasa pengiriman yang terpercaya dan terjamin maka konsumen tidak akan ragu dalam memilih jasa pengiriman untuk menitipkan barang mereka. Kepercayaan pelanggan yang tinggi dapat memberikan rasa kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang paling utama dan merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk mempertahankan konsumen. Permasalahan pada JNE

Matraman yaitu sering terjadi keterlambatan pengiriman dan kurangnya informasi status pengiriman barang serta kondisi barang yang tidak diperhatikan. Hal ini menyebabkan tingkat kepercayaan pelanggan menurun. Kepercayaan pelanggan sangat diutamakan oleh perusahaan jasa pengiriman. Jika kepercayaan tidak dapat dijaga oleh reputasi perusahaan maka tidak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu kunci sukses nya suatu usaha adalah dalam penentuan lokasi, dimulai dari memilih komunitas. Dalam memilih lokasi atau tempat usaha yang baik merupakan keputusan yang sangat penting karena lokasi merupakan komitmen jangka panjang yang *fleksibel* dimasa yang akan datang. Area yang dipilih harus mampu bertumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan usaha tersebut. Lokasi yang dipilih haruslah strategis dan dapat dijangkau oleh calon pelanggan. mengingat bahwa pesaing dalam perusahaan jasa sudah menyebar dimana-mana sehingga calon pelanggan harus lebih selektif dalam memilih jasa pengiriman. Mulai dari lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Suatu lokasi dikatakan strategis apabila bila berada dipusat kota, kemudahan dalam mencapinya menyangkut kemudahan transportasi umum serta arah yang tidak membingungkan calon konsumen. Permasalahan yang dihadapi JNE matraman yaitu lokasi yang kurang terlihat oleh pelanggan lain sehingga tak jarang pengguna jasa pengiriman yang baru kurang mengetahui lokasi tersebut. Bagi pengguna jasa yang sudah mengetahui lokasi JNE maka dapat memberikan informasi kepada calon pengguna jasa yang baru.

Promosi merupakan bidang yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Karena promosi sangat penting untuk mampu mendistribusikan produknya atau jasa dengan efisien dan seefektif mungkin. Sehingga dapat merealisasikan tujuan dari perusahaan tersebut baik jangka pendek dan jangka panjang. Promosi juga merupakan salah satu faktor terpenting dalam mempengaruhi kemajuan serta keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan yang dimana bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Promosi merupakan kegiatan dimana perusahaan bisa berkomunikasi dengan konsumen. Pemilihan strategi promosi

juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Permasalahan yang dihadapi oleh JNE Matraman yaitu tidak adanya asuransi kerusakan barang pada saat pengiriman, tidak ada promosi di akun media sosial. Promosi melalui media sosial dan media lainnya sangat penting untuk memberikan informasi melalui teks dan gambar. Jika memberikan informasi melalui media sosial dan media lainnya tidak lengkap dan tidak menarik maka tidak dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

JNE sebagai perusahaan jasa yang bergerak dibidang jasa pengiriman. Mempunyai peran sebagai penyedia jasa pengiriman barang bagi konsumen yang membutuhkan jasa pengiriman. Perusahaan jasa yang baik tentunya akan mempelajari perilaku konsumen guna mengetahui mengapa dan bagaimana mereka membeli produk dan menggunakan jasa perusahaan dengan mempelajari perilaku konsumen serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli serta menggunakan, sehingga perusahaan akan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen.

Saat ini diseluruh belahan dunia, jasa pengiriman sangat dibutuhkan oleh setiap pelanggan dalam berbagai aktivitas yang tidak terjangkau. PT. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman dan logistik yang didirikan pada tahun 1990 hingga saat ini. Industri jasa saat ini merupakan sektor ekonomi yang mengalami perkembangan bisnis ataupun pasar yang sangat pesat. Terdapat beberapa perusahaan yang sejenis, seperti J&T, Sicepat hingga pos Indonesia. Perkembangan bisnis yang sangat kompetitif telah membuat perusahaan memahami pelanggannya dengan baik, karena pelanggan merupakan fokus utama dari perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dan mengingat pentingnya kepuasan pelanggan pada kepercayaan, promosi dan lokasi maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE Matraman”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi serta latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Matraman?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Matraman?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Matraman?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan, lokasi, promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di JNE cabang Matraman?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan JNE Matraman.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan JNE Matraman.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan JNE Matraman.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan, lokasi dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan JNE Matraman.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Peneliti
Memberikan wawasan lebih luas mengenai kepercayaan pelanggan, lokasi dan promosi serta hubungannya terhadap kepuasan pelanggan.

hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam kepercayaan, promosi dan lokasi yang akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi terkait dengan kepercayaan pelanggan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mengambil beberapa referensi dari penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Noeraini dan Sugiyono (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. Secara simultan (uji F) menunjukkan kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan semua kalangan masyarakat dengan kriteria responden yaitu pelanggan yang berkunjung ke kantor cabang JNE Surabaya menggunakan jasa JNE Surabaya minimal 5 kali pengiriman. Anggota sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang diambil dengan teknik *insidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian variabel kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terdapat variabel bebas yang digunakan yaitu hanya kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Surabaya. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel bebas yaitu pengaruh kepuasan pelanggan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di JNE Matraman.

Penelitian kedua dilakukan oleh Muafa (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga dan pelayanan kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam memilih dan menggunakan cabang JNE Angkutan merauke layanan penerusan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini