

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan salah satu ciri modernisasi. Hal ini senantiasa menuntut perubahan dalam segala bidang kehidupan manusia terutama dalam bidang penyediaan pelayanan yang berhubungan dengan data, informasi serta barang dan jasa. Perkembangan informasi dan teknologi dalam bidang penyediaan jasa menuntut tersedianya pemenuhan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Di antaranya kebutuhan akan kecepatan pelayanan, pengiriman maupun penerimaan layanan jasa, informasi, barang, dan dokumen.

Bisnis ekspedisi atau jasa pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang cukup berpeluang tahun 2019 ini. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pulau adalah salah satu faktor pendukungnya. Maka jasa ini sangat dibutuhkan untuk bisa mengirimkan barang antar pulau. Peluang usaha bisnis ekspedisi semakin tinggi dikarenakan pertumbuhan pesat sektor e-commerce. Dengan tumbuhnya sistem belanja online ini, menjadi salah satu penyebab semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman barang atau kurir. (<https://www.barantum.com>, 2019).

Melihat hal tersebut, meningkatkan keyakinan konsumen perlu dilakukan ditengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dimana setiap jasa pengiriman harus bersaing untuk menunjukkan berbagai layanan terbaik mereka yang bervariasi serta dapat memberikan banyak manfaat kepada pelanggan, sehingga mereka merasa yakin dalam memilih jasa pengiriman tersebut. Untuk dapat menarik minat pelanggan dapat diwujudkan yaitu dengan membentuk citra perusahaan yang baik, memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, serta menjaga kepercayaan pelanggan, sehingga dapat terciptanya loyalitas pelanggan.

Object yang akan diambil peneliti dalam penelitian ini adalah Lion Parcel. Lion Parcel didirikan pada tanggal 14 februari 2013, bergerak dibidang jasa titipan yang melayani pengiriman domestik dan internasional yang didukung oleh jaringan dan infrastruktur Lion Group sebagai salah satu maskapai penerbangan terbesar. Sebagai bagian dari Lion Group, Lion Parcel mengembangkan misi untuk mengembangkan lini usaha Lion Group di bidang industri logistik dengan falsafah untuk membantu percepatan pertumbuhan ekonomi di seluruh area domestik melalui konsep “Just In Time Air Distribution”. (www.lionparcel.com, 2016).

Mulai beroperasi tahun 2013, Lion Parcel terbilang “*new kid on the block*” di kancah logistik. Namun berkat dukungan infrastruktur jaringan serta armada pesawat berfrekuensi tinggi milik Lion Group, penyedia jasa kurir ini mampu melayani permintaan pengiriman untuk tujuan domestik maupun internasional. Saat ini, Lion Parcel memiliki sekitar 3000 rekanan yang membantu pengiriman ke tujuan. Menyadari persaingan sengit diindustri logistik, manajemen Lion Parcel selalu mencari teknologi yang membantu perusahaan meningkatkan proses dan nilai tambah bagi pelanggan. Salah satu fokus utama adalah pelayanan di *last mile operation* atau layanan yang berhubungan langsung dengan pelanggan. (<https://infokomputer.grid.id>, 2018).

Beberapa contoh optimalisasi adalah perkiraan sampainya barang ke tangan penerima, transparansi invoice dan bukti pengiriman, atau kebijakan pengembalian barang yang mudah dan cepat. Namun ada salah satu area lagi yang penting untuk dioptimasi, yaitu proses pencatatan transaksi (*invoicing*) pada transaksi *cash-on-delivery* (COD). Selama ini, proses *invoicing* melibatkan pertukaran dokumen fisik yang lambat dan tidak tidak efisien. Inefisiensi semakin terasa pada mekanisme COD karena uang yang diberikan konsumen harus melewati banyak tahap sampai akhirnya diterima penjual. (<https://infokomputer.grid.id>, 2018).

Risiko yang muncul pun banyak, mulai dari keterlambatan menyerahkan uang *cash* antar vendor, ketidak sesuaian *invoice*, dan lemahnya *monitoring* dalam *cash movement*. Faktor inilah yang mendorong Lion Parcel mengembangkan sistem otomatisasi berbasis *digital wallet system*. Sistem ini diharapkan bisa menciptakan transaksi tunai yang aman dan mudah, mulai dari konsumen hingga pelanggan, distributor, sampai pengirim. (<https://infokomputer.grid.id>, 2018).

Kontribusi PT Express atau Lion Parcel masih di bawah 1% untuk Lion Air Group. Karenanya, perusahaan targetkan peningkatan volume pengiriman 10 juta kilogram per bulannya. Dengan target tersebut, ia memproyeksikan kontribusi Lion Parcel pada Lion Air Group akan menjadi 1%. Sebabnya pada tahun lalu, kontribusi perusahaan masih sangat kecil, belum mencapai 1%. Berdasarkan data perusahaan, pengambilan barang mayoritas berada dari Batam dan Jakarta. Sedangkan untuk pengiriman barang didominasi luar Jawa, untuk pengiriman Jabodetabek hanya 25%, sisanya keluar Jawa. Karenanya, untuk memberikan kontribusi yang lebih besar, perusahaan berupaya dengan gencar melakukan kerjasama dengan e-commerce dan menambah mitra. (<https://industri.kontan.co.id>, 2019).

Pentingnya peran citra perusahaan perlu diperhatikan oleh perusahaan dimana suatu citra harus dibentuk secara jujur dan positif. Menurut Kotler dan Keller (2012:274), Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang di miliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Dalam suatu perusahaan citra akan berdampak pada persepsi masyarakat mengenai baik buruknya perusahaan tersebut. Citra yang buruk akan menurunkan minat masyarakat terhadap perusahaan. Namun sebaliknya, citra perusahaan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas, sehingga dapat terciptanya loyalitas pelanggan.

Pada sektor jasa, layanan yang berkualitas dan menyenangkan menjadi fokus utama untuk dapat meningkatkan kepuasan. Menurut Tjiptono (2011:71) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengalaman yang baik pula kepada pelanggan.

Pentingnya pelayanan yang berkualitas akan mempengaruhi kepuasan serta dapat mempertahankan para pelanggannya sehingga menjadi pelanggan yang loyal kepada perusahaan.

Selain citra perusahaan dan kualitas pelayanan, faktor kepercayaan juga sangat penting. Adapun Mowen dan Minor (2012:312), mengemukakan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Banyaknya tindakan pengiriman tidak tepat waktu, paket rusak, maupun paket hilang dalam proses pengiriman membuat pelanggan khawatir dalam melakukan pengiriman paket pada jasa pengiriman. Sehingga kepercayaan dari mereka sangat penting, oleh karena itu perusahaan jasa pengiriman perlu mengenali faktor-faktor dalam meningkatkan kepercayaan. Dengan tingginya kepercayaan pelanggan maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat.

Mempertahankan pelanggan merupakan prioritas utama dibandingkan mendapatkan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan perlu ditingkatkan, apabila pelanggan merasakan suatu kepuasan melalui citra perusahaan yang baik, pelayanan yang berkualitas serta jaminan kepercayaan dalam menggunakan jasa dan layanan yang diberikan, maka pelanggan akan tetap setia dan bertahan, karena pelanggan yang setia dan loyal akan memberikan kesuksesan dan keuntungan bagi perusahaan.

Peneliti mengambil object Lion Parcel dikarenakan masyarakat masih banyak yang belum mengetahui jasa pengiriman barang tersebut dan ingin memperkenalkan Lion Parcel. Lion parcel mempunyai beberapa layanan pengiriman barang menurut kebutuhan dan harga yang di inginkan pelanggan, Lion parcel selalu memberikan informasi melalui pesan kepada pelanggan pengguna jasa pengirim barang maupun kepenerima barang ketika barang sudah hampir tiba maupun jika alamat penerima barang tidak sesuai.

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.

1.2. Rumusan Masalah

Mempertahankan pelanggan merupakan prioritas utama dibandingkan mendapatkan pelanggan baru, apabila pelanggan merasakan suatu kepuasan melalui citra perusahaan yang baik, pelayanan yang berkualitas serta jaminan kepercayaan dalam menggunakan jasa dan layanan yang diberikan, maka pelanggan akan tetap setia dan bertahan, karena pelanggan yang setia dan loyal akan memberikan kesuksesan dan keuntungan bagi perusahaan. Dari perumusan masalah pokok penelitian, kemudian dapat didefinisikan bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Radjiman?
2. Apakah kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Radjiman?
3. Apakah kepercayaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Radjiman?
4. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Lion Parcel Radjiman?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah :

1. **Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, wawasan dibidang manajemen pemasaran, serta kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan khususnya bagi jasa pengiriman di indonesia, dan juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Strata-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna untuk meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lion Parcel Radjiman.

3. **Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan jasa pengiriman, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih tepat dalam menggunakan jasa pengiriman.