

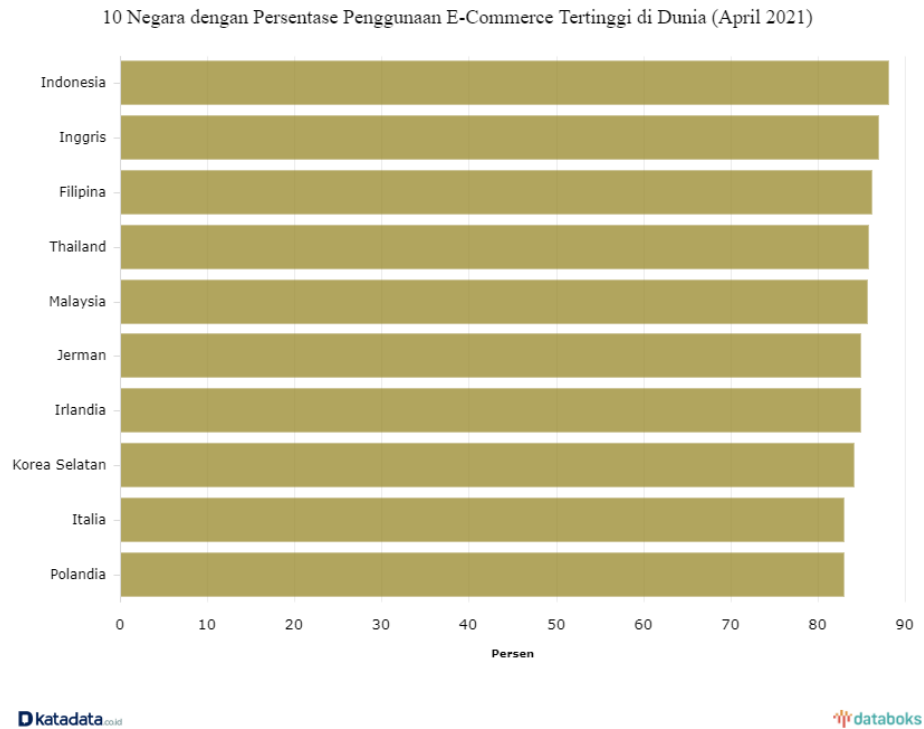
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat terutama pada bisnis dibidang jasa pengiriman barang. Jasa ekspedisi atau jasa pengiriman barang adalah suatu pelayanan umum yang memberikan penawaran pengiriman barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan aman, terpercaya, dan komunikatif. Dewasa ini jasa pengiriman barang sudah menjadi salah satu bagian dari kebutuhan hidup. Sejak diresmikannya pasar bebas di Indonesia, membuat arus perdagangan barang dan jasa menjadi tidak ada batasnya. Berbagai macam kalangan mulai dari perusahaan sampai dengan perseorangan membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman. Saat ini pengiriman barang semakin mudah, cepat dan aman karena dapat melacak kemajuan dari status pengiriman melalui sistem *online tracking* perusahaan ekspedisi yang ada. Perusahaan jasa pengiriman dapat mengirimkan barang kepada pelanggan, baik yang berada di dekat tempat usaha maupun yang jauh dari wilayah operasi perusahaan, sehingga dapat meningkatkan jangkauan keuntungan perusahaan (Lindung Bulan, 2016). Jenis barang yang dikirim menggunakan jasa pengiriman diantaranya berupa dokumen, peralatan, produk elektronik, dan lain sebagainya.

Di zaman modern ini, kemajuan teknologi sangat dirasakan keberadaan dan manfaatnya. Salah satunya yaitu masyarakat menjadi lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, sebab dapat melakukan transaksi pembelian secara *online* melalui *platform* toko *online* yang biasa disebut *E-Commerce*. Minat pembelian atau berbelanja secara *online* semakin meningkat dan akan membuat orang semakin tertarik untuk membeli secara *online*, hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan penggunaan *E-Commerce* di Indonesia saat ini yang mengalami perkembangan sangat pesat.



Gambar 1.1 Penggunaan *E-Commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia 10 Negara dengan Persentase Penggunaan *E-Commerce* Tertinggi di Dunia

Sumber: *katadata.com* (2021).

Berdasarkan gambar 1.1. dapat diketahui bahwa, sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *E-Commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survei *We Are Social* pada April 2021 (*katadata.com*, 2021).

Dengan meningkatnya tren berbelanja *online* tersebut, mengakibatkan pengiriman barang melalui jasa ekspedisi juga mengalami peningkatan. Sistem pengiriman barang (logistik) menjadi hal yang menarik, guna mendukung atau menghambat kemajuan *E-Commerce* dari segi kualitas pelayanan terhadap pelanggan (Nugroho dan Magnadi, 2018).

Salah satu *E-Commerce* terbesar di Indonesia adalah Shopee. Shopee berada di posisi pertama dalam hal jumlah total unduhan aplikasi dan total pengguna aktif bulanan (*Liputan6.com*, 2021). Jasa pengiriman sudah menjadi salah satu bagian dari kebutuhan pelanggan. Oleh sebab itu, jasa pengiriman menjadi suatu media

penghubung antara perusahaan *E-Commerce* dengan para pelanggan. Untuk mempercepat pengiriman barang sampai kepada tangan pelanggan, Shopee bekerjasama dengan beberapa perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia dan telah terintegrasi dengan sistem Shopee.

Daftar jasa pengiriman yang tersedia di Shopee berdasarkan estimasi waktu pengiriman pesanan, tipe layanan pengiriman dan jasa kirim yang digunakan dapat dilihat pada tabel 1.1. berikut ini:

Tabel 1. 1 Estimasi waktu pengiriman pesanan, tipe layanan pengiriman dan jasa kirim untuk wilayah DKI Jakarta

Tipe Layanan Pengiriman	Jasa Kirim	Estimasi Pengiriman	Tarif Pengiriman per Kg	Hari Operasional
Reguler	Shopee Express Standard	1-2 hari	Rp. 9.000	Senin-Minggu
	J&T Express		Rp. 9.000	
	Anteraja		Rp. 9.000	
	ID Express		Rp. 9.000	
	SiCepat REG		Rp. 9.000	
	Ninja Xpress		Rp. 9.000	
	Pos Kilat Khusus		Rp. 9.000	
	JNE Reguler		Rp. 9.000	Senin-Sabtu
Same Day	Shopee Express Sameday	1 hari	Rp. 15.000 – 25.000	Senin-Minggu
	GoSend Sameday	8 jam	Rp. 15.000 – 25.000	

Lanjutan Tabel 1.1.

Tipe Layanan Pengiriman	Jasa Kirim	Estimasi Pengiriman	Tarif Pengiriman per Kg	Hari Operasional
	Grab Express Sameday	8 jam	Rp. 15.000 – 25.000	
Next Day	JNE YES	1 hari	Rp. 18.000 – 20.000	Senin-Minggu
Hemat	J&T Economy	2-7 hari	Rp. 8.000 – 10.000	Senin-Minggu
	SiCepat HALU		Rp. 5.000 – 10.000	
	Shopee Express Hemat		Rp. 8.000 – 10.000	
Kargo	JNE Trucking (JTR)	2-7 hari	Rp. 15.000	Senin-Jumat
	SiCepat Gokil		Rp. 15.000	
Instant	Shopee Express Instant	3 jam	Rp. 30.000 – 40.000	Senin-Minggu
	GoSend Instant		Rp. 30.000 – 40.000	
	Grab Express Instant		Rp. 30.000 – 40.000	

Sumber: help.shopee.co.id (telah diolah kembali, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1. diatas, tarif pengiriman SiCepat HALU tergolong ekonomis dibandingkan dengan harga jasa pengiriman lainnya dengan tipe layanan pengiriman “Hemat” untuk wilayah DKI Jakarta. Sebelum adanya layanan Hemat pelanggan Shopee hanya dapat menggunakan layanan Reguler, *Instant*, *SameDay*, *NextDay* dan Kargo. Jadi, saat ini SiCepat HALU melakukan kompetisi dengan jenis layanan yang sama guna memberikan pelayanan yang terbaik dan harga yang lebih ekonomis agar pelanggan SiCepat HALU merasa lebih puas dibandingkan pelayanan jasa lainnya.

Aktivitas dalam menentukan harga juga menjadi peranan penting, karena penentuan harga akan menetapkan seberapa besar keuntungan yang akan diterima oleh perusahaan. Demi menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam

lingkungan, perusahaan wajib menyesuaikan harga secara berkala. Menurut Abidin et al., (2017:130) harga merupakan sejumlah uang bahkan beberapa barang yang diperlukan untuk memenuhi pertukaran. Pertukaran juga dapat dilakukan dengan barang beserta dengan pelayanan. Menurut Lupiyoadi (2013:137) menjelaskan bahwa, harga juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengomunikasikan kualitas dari jasa tersebut. Tarif pada industri jasa pengiriman di Indonesia memiliki penawaran yang variatif, dimana harga yang ditawarkan pun tidak berbeda jauh satu sama lainnya jika melihat dari aplikasi-aplikasi *online shopping* yang populer di Indonesia (Kusumah, 2019).

Kehadiran perusahaan jasa pengiriman barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman, terus berkembang pesat dan bersaing dalam merebut pasar. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman adalah PT SiCepat Ekspres. SiCepat Ekspres merupakan salah satu perusahaan multinasional penyedia jasa pengiriman logistik termurah dan tercepat, serta memiliki banyak pelanggan di seluruh wilayah Indonesia. SiCepat Ekspres melayani pengiriman barang dalam bentuk dokumen, peralatan, alat elektronik, dan lain-lain. SiCepat Ekspres sebagai perusahaan yang terus mengalami perkembangan memiliki komitmen untuk menjadi *partner* terpercaya untuk para pelanggannya, khususnya para pelaku usaha *online*. SiCepat Ekspres berupaya untuk dapat terus menjadi rekan kerja yang baik bagi anggota atau mitra bisnisnya.



Gambar 1. 2 Dominasi Wilayah Jasa Ekspedisi bulan Maret-Juni 2020

Sumber: *infobrand.id* (2020).

Berdasarkan gambar 1.2. dapat diketahui bahwa, wilayah DKI Jakarta didominasi oleh jasa pengiriman SiCepat Ekspres dengan persentase 13%. Volume pengiriman paket sebagian besar masih sangat dipengaruhi oleh penjualan *E-Commerce*. Kontribusi *E-Commerce* seperti yang dilansir dari Katadata.co.id sebesar 60% sampai 70% (infobrand.id, 2020).

Setiap perusahaan memiliki cara unik dalam menentukan strategi pemasaran yang baik, agar bisnisnya dapat bertahan dan bersaing untuk mencapai tujuan inti perusahaan. Demi menjaga kestabilan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan wajib memikirkan kepuasan pelanggannya. Dengan berkembangnya dunia bisnis membuat permintaan masyarakat akan produk dan pelayanan jasa meningkat demi memuaskan semua kebutuhannya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumennya. Bagus handoko (2016) mengemukakan bahwa, kepuasan pelanggan merupakan salah satu unsur penting dalam mengevaluasi kualitas layanan dengan mengukur sejauh mana respon pelanggan setelah menerima jasa.

Selain itu, salah satu aspek yang menjadi pengaruh penggunaan jasa pengiriman adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan menyebabkan terjadinya pembelian berulang (Nurlina et al., 2019). Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan (Panjaitan dan Yuliati, 2016).

Persaingan yang semakin ketat antara SiCepat HALU dengan perusahaan penyedia jasa pengiriman di Shopee, mengakibatkan pangsa pasar SiCepat HALU sedikit banyak tergerus. Oleh karena itu, SiCepat HALU berusaha untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan dengan cara menjaga dan meningkatkan mutu atau kualitas pelayanannya, segala proses operasional yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh SiCepat Ekspres kepada para pelanggannya dijamin oleh *Quality Assurance*. Hal tersebut didukung dengan penetapan standar operasional yang sudah menerima sertifikat berstandar internasional, yaitu ISO 9001:2015 terkait sistem manajemen mutu (sahabatsicepat.com, 2020). Namun, realitanya hal tersebut tidak menjamin kualitas

pelayanan SiCepat HALU, karena masih terdapat keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan, baik melalui *customer service* maupun media elektronik lainnya. Dikutip oleh Kompas, keluhan yang paling sering disampaikan oleh pelanggan Shopee yaitu mengenai keterlambatan atau ketidaksesuaian waktu pengiriman barang dengan estimasi yang telah diberikan oleh pihak SiCepat HALU (Kompas.com, 2020). Hal tersebut mengakibatkan menurunnya kepercayaan pelanggan terhadap SiCepat HALU, bahkan pada tingkat yang lebih ekstrem pelanggan memutuskan untuk tidak menggunakan jasa pengiriman SiCepat HALU dan memilih untuk beralih ke jasa pengiriman lain. Kondisi tersebut menuntut perusahaan SiCepat untuk mengevaluasi kembali kualitas pelayanan dan tarif yang diberikan demi kepuasan pelanggan.

Dari berbagai macam penyedia layanan jasa pengiriman yang ada di Shopee, peneliti mencoba untuk mengeksplorasi salah satu perusahaan jasa pengiriman yaitu SiCepat Ekspres, karena SiCepat Ekspres hanya fokus bermitra dengan perusahaan *E-Commerce* dan *online shop*. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti memilih SiCepat Ekspres dengan jenis layanan SiCepat HALU dalam penelitian. Pentingnya meneliti dan mengetahui bagaimana pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu agar pihak SiCepat HALU mengetahui faktor-faktor apa saja yang dilihat dan dinilai oleh para pelanggan dan membuat mereka puas terhadap harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan agar tetap menjaga eksistensi jasa pengiriman SiCepat HALU di mata pelanggan.

Dengan hadirnya SiCepat HALU di Shopee, maka persaingan perusahaan jasa pengiriman untuk memberikan kualitas pelayanan dan penawaran harga atau tarif menjadi faktor-faktor acuan dari penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran nyata atau respon dari pelanggan Shopee di Jakarta yang pernah menggunakan jasa pengiriman SiCepat HALU melalui faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian ini dengan judul: **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *E-Commerce* Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu Di Jakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *E-Commerce* Shopee pada jasa pengiriman barang SiCepat HALU.

1.4. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian yang ingin dicapai, di lain pihak ada manfaat dari penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi peneliti, bagi perusahaan, dan bagi peneliti selanjutnya. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penulisan skripsi bagi peneliti yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Indonesia” (STEI) serta sebagai pengembangan wawasan dan pengalaman dalam kegiatan ilmiah.

2. Bagi Perusahaan SiCepat Ekspres

Sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam hal menetapkan kebijakan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai masukan dan bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.