

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dibandingkan dengan dekade sebelumnya. Perkembangan pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri pada sektor jasa. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh banyaknya penjualan online di era modern. Salah satu hal yang melatarbelakangi semakin berkembang pesatnya perusahaan jasa kurir di Indonesia saat ini ialah berlakunya Undang-Undang No 38 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa perusahaan yang dapat masuk dalam usaha jasa dibidang kurir tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melainkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), ataupun koperasi dan swasta. Munculnya peraturan perundang-undangan tersebut berdampak pada persaingan yang semakin kompetitif, hal tersebut dikarenakan segala bentuk badan usaha negeri maupun swasta bisa masuk ke persaingan bisnis tanpa batas dan memiliki pelayanan yang sama mulai dari jasa pengiriman dokumen, layanan paket, layanan logistik, dan layanan transaksi keuangan.

Hal ini yang membuat pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang. Mungkin pada dahulu kala masyarakat hanya mengenal PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman baik surat menyurat maupun jasa pengiriman barang, namun kini persaingan antar perusahaan jasa semakin sengit karna banyaknya pemain baru yang berdatangan. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan, salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau kurir adalah PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut dengan JNE. PT. Jalur Nugraha Ekakurir didirikan tahun 1990, PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

melayani masyarakat dalam urusan jasa kepabeanaan terutama import atas kiriman tepat waktu melalui gudang '*Rush Handling*'. PT. JNE dikenal memiliki pelanggan yang banyak dan loyal. Terbukti pada tahun 2016 PT JNE menerima *Service Quality Awards* yang diselenggarakan tahun 2016 oleh *Service Excellence Magazine*, Indonesia Original Brands 2016 oleh *SWA & Bussines Digest* dan *Top Brand Award* Kategori Jasa Kurir oleh Majalah Marketing.

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 JNE memaksimalkannya untuk memikat pelanggan agar menggunakan jasa pengiriman dengan memberikan layanan gratis 3 jemput ditempat tanpa batas minimum, layanan call center 24 jam, oprasional 24 jam 365 hari, harga reguler *service premium* dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

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 JNE, berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan JNE membuat trobosan dengan membuat sistem *tracking* yang real time pelanggan bisa melihat dimana dan siapa yang sedang memproses barang yang dikirimkan.

JNE dituntut untuk memenuhi keinginan yang diharapkan oleh pelanggan sehingga terbangunlah kepercayaan yang baik untuk JNE dimata pelanggan, 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 pengiriman 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 JNE untuk memikat hati dengan bekerja sama langsung dengan perusahaan e-commerce dan customer reguler (pedagang konvensional) salah satu bentuk kerja sama JNE dengan e-commerce shopee, lazada, tokopedia dengan melakukan minimum berbelanja dan akan mendapat gratis ongkir bila berbelanja diatas Rp. 90.000 berbeda dengan kompetitor terdekat yaitu J&T harga yang ditawarkan oleh J&T akan gratis ongkir jika sudah berbelanja di atas Rp. 120.000.



GAMBAR 1.1. BRAND TERFAFORITE PENGIRIMAN EXPEDISI JASA 2021

Dari data diatas menunjukkan bahwa jne merupakan suatu jasa layanan yang terbaik di indonesia, memberikan pelayanan yang baik dan memberikan ketepatan waktu pengiriman. JNE mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga alat komunikasi satelit.

Salah satu faktor yang berpengaruh oleh kepuasan konsumen adalah kualitas layanan, masalah yang sering muncul dalam kualitas pelayanan JNE adalah nomor resi pelanggan yang kadang sulit dilacak, terkadang data kiriman tidak terinput oleh pihak jasa pengiriman namun paket tetap terkirim. Kurang baiknya layanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman barang yang lain. Salah satu faktor yang berpengaruh oleh kepuasan konsumen adalah kualitas layanan, masalah yang sering muncul dalam kualitas pelayanan JNE adalah nomor resi pelanggan yang kadang sulit

dilacak, terkadang data kiriman tidak terinput oleh pihak jasa pengiriman namun paket tetap terkirim. Kurang baiknya layanan yang diberikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman barang yang lain.

JNE menargetkan pertumbuhan pengiriman sebesar 30%-40% hingga akhir tahun 2021. potensi pertumbuhan dan perkembangan e-commerce yang begitu cepat. Selain itu, meningkatnya kebutuhan pengiriman masyarakat karena pandemi covid-19.

Untuk mencapai target, pertama, JNE melakukan analisa dan riset secara internal terus dijalankan sehingga inovasi-inovasi dapat dilakukan sesuai dengan perkembangan. Misalnya, dalam pelaksanaan kegiatan yang melibatkan orang banyak, saat ini dilakukan secara online dalam bentuk webinar atau talkshow online. Kedua, JNE menggelar program-program, seperti diskon ongkir, cashback dan sebagainya sehingga diharapkan dapat mendorong minat masyarakat untuk berbelanja online dan meningkatkan penjualan Usaha Kecil Menengah (UKM). Ketiga, JNE juga terus mengadakan pelatihan atau workshop untuk UKM secara online yang berkolaborasi dengan berbagai pihak. Keempat, JNE menyediakan Pesona (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara), *cash on delivery* (COD), *digital payment*, dan *friendly logistic* untuk meningkatkan produk layanan atau fasilitas untuk memudahkan jual-beli online.

JNE mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga alat komunikasi satelit. JNE terus mengembangkan bisnis sesuai rencana, seperti pembangunan yang terus berjalan serta jaringan maupun infrastruktur lainnya agar dapat terus menangani kapasitas pengiriman yang bertambah dan saat ini JNE terus melakukan pengembangan serta perluasan jaringan di dalam negeri hingga ke tingkat kabupaten bahkan kecamatan dan kelurahan. Untuk jaringan keluar negeri, saat ini JNE melakukan dalam bentuk kerja sama strategis dengan beberapa pihak.

JNE juga terus mengadakan pelatihan atau workshop untuk UKM secara online yang berkolaborasi dengan berbagai pihak sehingga diharapkan para UKM dapat terus memperluas wawasan untuk meningkatkan daya saingnya di tengah pandemi Covid-19.0

Kondisi persaingan yang semakin ketat, membuat setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan untuk dapat bertahan hidup dan berkembang adalah mempertahankan kepuasan konsumen perusahaan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (kinerja) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2018).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-tracking*, Kualitas Layanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-tracking* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE ?
3. Apakah ketepatan pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE ?
4. Apakah *e-tracking*, kualitas pelayanan, dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-tracking* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. JNE.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. JNE.
3. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. JNE.
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-tracking*, kualitas pelayanan, dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan terkait dengan pengaruh *e-tracking*, kualitas pelayanan, dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mungkin diperlukan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mempertahankan konsumen lamanya dan mendatangkan konsumen baru.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.