

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini, perkembangan di bidang ilmu pengetahuan berkembang pesat, dan teknologi membuktikan ciri khas era modernisasi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diikuti dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Saat ini salah satu aktivitas ekonomi yang paling cepat berkembang di Indonesia ialah pertumbuhan belanja *online*, atau e-commerce. Dengan adanya perkembangan ilmu dan teknologi, pengusaha *online* bermunculan untuk mengembangkan bisnis *online* mereka berdasarkan situs web maupun aplikasi. (Reynaldi, 2021).

Seiring dengan berkembangnya bentuk usaha *online*, peristiwa ini telah mengubah segala aspek kehidupan, khususnya dalam hal pelayanan yang berkaitan dengan data dan informasi serta barang dan jasa. Layanan pengiriman atau ekspedisi memegang peranan penting dalam perkembangan bisnis *online* guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan akan layanan untuk mengirim dan menerima dokumen, barang, layanan, informasi yang akurat, cepat dan nyaman (Frizky dkk,2019). Hal ini karena layanan jasa pengiriman bertindak sebagai jembatan antara pembeli dan penjual *online*. Melalui layanan pengiriman ini, produk yang dipesan oleh pembeli dapat diantar atau diterima melalui transaksi *online* lebih cepat. Hal ini juga meningkatkan kebutuhan akan jasa angkutan barang.

Pesatnya perkembangan jual beli *online* juga memicu pertumbuhan jasa pengiriman barang. Setidaknya saat ini sudah ada beberapa perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman barang, seperti Pos Indonesia, JNE, J&T Express, TIKI, Wahana, Si Cepat, DHL, FedEx, TNT. Akan tetapi diantara penyedia jasa pengiriman barang tersebut, JNE merupakan jasa pengiriman barang yang paling diminati (Siska, 2019). Hal ini dibuktikan dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu. Meskipun JNE Express memiliki keunggulan tersendiri untuk bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya, namun perlu dipahami bahwa perusahaan jasa pengiriman lainnya juga memiliki kelebihan yang harus diperhatikan. Oleh karena itu untuk menjaga JNE Express untuk menjadi jasa Expedisi yang di minati banyak pelanggan perlu memperhatikan faktor-faktor diantaranya yaitu Mutu, Mutu (*quality*) diartikan sebagai sesuatu yang memiliki standar yang sangat tinggi. Produk yang bermutu yaitu produk yang dibuat dengan sempurna dan membuat kepuasan para pemiliknya, jika ada suatu produk yang memiliki bentuk, warna dan rasa yang bagus maka produk tersebut dinilai bermutu oleh pemiliknya (Puji Muniarti, 2022). Mutu produk merupakan prioritas perusahaan untuk mendapat nama baik di mata pelanggan. Ketika mutu suatu produk ini dinilai bagus dan baik oleh pelanggan, maka pelanggan akan terus mempercayakan kebutuhan rumah tangganya terhadap perusahaan. Pentingnya mutu produk tersebut menjadi motivasi perusahaan dalam memproduksi produknya.

Selain mutu atau kualitas, Mendapat nilai dan kepercayaan dari pelanggan merupakan salah satu aspek terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan

jasa pengiriman salah satunya ialah aspek yang berkaitan dengan faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak apalagi dengan seiring berkembangnya zaman yang sedikit-sedikit mengikuti trend. Hal ini juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mendapatkan peningkatan nilai kepuasan pelanggan dengan begitu kepercayaan pelanggan akan mudah didapatkan. Adanya penilaian positif serta kepercayaan pelanggan terhadap produk juga menimbulkan adanya loyalitas terhadap perusahaan. Jika pelanggan merasa puas dengan apa yang dimiliki dari perusahaan tersebut mereka tidak akan berpaling ke perusahaan atau competitor lain. Kelayaitasan pelanggan berdampak besar bagi perusahaan untuk memperkuat pertumbuhan perusahaan di masa datang.

Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Kotler (2012) yang menyatakan jika keberlangsungan suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak hal, salah satu faktor yang memengaruhi adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh oleh pelanggan untuk tetap menggunakan dan berlangganan terhadap suatu produk meskipun pengaruh situasional dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke produk lain. Dalam menciptakan loyalitas pelanggan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah kualitas layanan dan nilai pelanggan. Sementara Yoga (2015) juga mendukung penelitian di atas, yang mana penelitiannya mengungkapkan bahwa salah satu hal yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Hal ini berarti bahwa persepsi yang tinggi atas kepercayaan yang dimiliki seseorang akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pelayanan yang ditujukan untuk kepuasan pelanggan tidaklah mudah, sering timbul permasalahan dalam manajemen pelayanan perusahaan dan kepuasan pelanggan. Permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggannya yang sering dihadapi oleh perusahaan maupun pelanggan adalah sistem pelayanan yang birokratis, membingungkan dan tidak jelas. Kedua, perusahaan masih belum menyadari pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, sikap dan perilaku yang kurang baik bagi karyawan. Pemberian pelayanan kepada konsumen harus didasarkan pada kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan, sehingga JNE Express harus memperhatikan segala sesuatu yang dianggap penting oleh konsumen.

Berdasarkan observasi terhadap pelanggan PT. JNE Express Pusat Lamongan permasalahan yang banyak meresahkan pelanggan yaitu pelayanan yang diberikan oleh PT. JNE Express Pusat Lamongan dinilai kurang baik, petugas yang tidak ramah terhadap pelanggan, sehingga hal ini membuat pelanggan merasa tidak nyaman atas ketidakramahan petugas. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan agen JNE Express tentunya akan berpikir ulang untuk menggunakan jasa pengiriman barang JNE Express lagi. Selain itu ada juga pelanggan yang merasa kecewa terhadap pihak JNE Express karena barang yang dikirim melalui JNE Express tidak sampai kepada pelanggan, keadaan barang yang diterima tidak dalam kondisi semula, pengiriman barang melalui paket YES (Yakin Esok Sampai) tidak sampai tepat pada waktunya, dan ada juga barang yang dikirim tidak sampai pada alamat yang dituju. Adanya kasus keterlambatan, kehilangan atau kerusakan barang ini tentu

sangat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap PT JNE Express Lamongan.

Adanya fenomena di atas, tentunya mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelanggan dapat berbagi pengalamannya kepada orang lain baik secara langsung atau melalui media sosial yang mengungkapkan ketidakpuasannya sehingga menimbulkan banyak reaksi negatif dari mereka yang telah menggunakan layanan JNE Express Pusat Lamongan. Di sisi lain, pelanggan menjadi tidak loyal karena merasa tidak puas, mereka memilih beralih ke perusahaan jasa pengiriman lain. Dari keadaan yang berbeda tersebut, PT JNE Express Pusat Lamongan harus mencari cara untuk meningkatkan kehandalan pelanggan dan kualitas layanan agar tercipta kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan.

Menanggapi adanya hal tersebut, upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas tidaklah mudah. Hal ini dikarenakan terdapatnya perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman serupa seperti Pos Indonesia, JNE, J&T Express, TIKI, Wahana, Si Cepat, DHL, FedEx, TNT dan lain sebagainya. Semakin besar jumlah perusahaan jasa pengiriman di Indonesia, maka semakin besar pula pangsa pasar yang dipersengketakan, sehingga tingkat persaingan bisnis antar perusahaan jasa pengiriman semakin ketat.

Melalui kasus yang dihadapi oleh perusahaan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dan akan dianalisis mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan JNE Express, selanjutnya hasil dari penelitian ini akan dituangkan secara detail dalam skripsi yang berjudul

“Pengaruh Mutu Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Express di Lamongan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah mutu pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan?
3. Apakah nilai pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada JNE Express di Lamongan?
5. Apakah mutu pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh mutu pelayanan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada JNE Express di Lamongan

5. Untuk mengetahui pengaruh mutu pelayanan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada JNE Express di Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadikan rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran. Selain itu peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat memberikan motivasi kepada peneliti lain agar dapat lebih baik dalam merancang desain pembelajaran dengan menggunakan dan mengembangkan pendekatan-pendekatan pembelajaran inovatif lainnya.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan masukan untuk para pelaku usaha pengiriman barang atau JNE Express mengenai pengaruh mutu pelayanan, kepercayaan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan agar pelanggan dapat melakukan jasa tersebut secara terus-menerus.

