

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I diuraikan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah yang digunakan.

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, perkembangan industri jasa pengiriman barang semakin pesat dikarenakan permintaan dari konsumen yang setiap tahunnya semakin meningkat dan membuat bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa untuk dapat bersaing dan bertahan di kalangan jasa pengiriman barang. Dengan semakin banyaknya perusahaan jasa pengiriman barang yang sejenis dengan kualitas yang beragam dan selera konsumen yang sangat mudah berganti- ganti, membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih jasa pengiriman barang untuk dapat memenuhi keinginannya, sedangkan dari pihak perusahaan menimbulkan persaingan yang semakin tinggi guna dalam mendapatkan kepercayaan konsumen.

Menurut Purwanti (2008), dalam jasa ekspedisi sebagian besar sudah dikenal nama-nama seperti Titipan Kilat (TIKI), Eka Sari Lorena (ESL), Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), Fedex, DHL Express serta perusahaan yang sudah lama dalam mengurus jasa pengiriman mulai dari surat-surat sampai dengan paket barang dan merupakan satu-satunya perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Pos Indonesia. Pemilihan jasa pengiriman barang ini di dasarkan pada semakin tingginya minat beli konsumen dalam belanja *online* yang menyebabkan persaingan bisnis di pasar jasa pengiriman barang semakin ketat. Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Karena, keberhasilan dalam suatu perusahaan dapat dilihat seberapa tepat perusahaan memanfaatkan peluang yang ada yang membuat para konsumen tetap menggunakan jasa ekspedisi tersebut dan dapat mempertahankan konsumennya dan juga menumbuhkan minat konsumen lain untuk tetap menggunakan jasa ekspedisi perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil survei *top brand* yang didapatkan, berikut adalah beberapa nama jasa ekspedisi yang masuk dalam kategori *top brand* untuk tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Tabel hasil survei *top brand* untuk kategori jasa ekspedisi tahun 2012-2016

Tahun 2012		Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015		Tahun 2016	
Jasa Ekspedisi	TBI	Jasa Ekspedisi	TBI	Jasa Ekspedisi	TBI	Jasa Ekspedisi	TBI	Jasa Ekspedisi	TBI
TIKI	59.6%	TIKI	53.7%	TIKI	45.1%	JNE	43.5%	JNE	47.6%
JNE	21.2%	JNE	28.6%	JNE	33.2%	TIKI	36.2%	TIKI	35.7%
Pos.Indonesia	7.3%	Pos.Indonesia	8.4%	Pos.Indonesia	8.4%	Pos.Indonesia	6.7%	Pos.Indonesia	9.6%
DHL	3.1%	DHL	4.0%	DHL	5.5%	DHL	2.1%	DHL	
Fedex	1.8%	Fedex	1.6%						

Sumber :<http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui masing-masing nilai dari *Top Brand Index* (TBI) yang diperoleh dari masing-masing jasa ekspedisi. Nilai dari TBI diperoleh menggunakan 3 parameter. Parameter yang digunakan adalah *Top Of Mind* (TOM), *Last Used* (LU), dan *Future Intention* (FI). TOM memberikan suatu gambaran mengenai merek dikenal di kalangan masyarakat atau konsumen mengetahui keberadaannya. LU memberikan suatu gambaran seberapa besar penetrasi merek di kalangan masyarakat. FI menggambarkan seberapa menarik merek tersebut bagi masyarakat dimasa yang akan datang.

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa bahwa pada tahun 2012 sampai dengan 2014 yang menjadi peringkat pertama dalam *top brand* adalah TIKI dengan nilai TBI (*Top Brand Index*) pada tahun 2012 sebesar 59,6%, pada tahun 2013 sebesar 53,7% dan pada tahun 2014 sebesar 45,1%. Posisi ke-2 dalam jasa ekspedisi adalah JNE dengan nilai TBI pada tahun 2012 sebesar 21,2%, pada tahun 2013 sebesar 28,6% dan pada tahun 2014 sebesar 33,2%. Posisi ke-3 dalam jasa ekspedisi adalah Pos Indonesia dengan nilai TBI pada tahun 2012 sebesar 7,3%, pada tahun 2013 sebesar 8,4% dan pada tahun 2014 sebesar 8,4%. Posisi ke-4 dalam jasa ekspedisi adalah DHL dengan nilai TBI pada tahun 2012 sebesar 3,1%, pada tahun 2013 sebesar 4% dan pada tahun 2014 sebesar 5,5%. Dan Posisi ke-5 dalam jasa ekspedisi adalah Fedex dengan nilai TBI pada tahun 2012 sebesar 1,8%, pada tahun 2013 sebesar 1,6% dan pada tahun 2014 jasa ekspedisi Fedex tidak termasuk dalam kategori *top brand*. Pada tahun 2015 dan 2016 JNE berhasil

menggantikan posisi TIKI sebagai peringkat ke-1 *top brand* dengan nilai TBI (*Top Brand Index*) sebesar 43,5% dan 47,6%. Sedangkan posisi ke-2 digantikan oleh TIKI dengan TBI sebesar 36,2% dan 35,7%. Selama 3 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2012 -2014 TIKI menduduki peringkat ke-1 dan tahun 2015-2016 TIKI menduduki peringkat ke-2 dalam *top brand* namun TIKI mengalami penurunan nilai TBI (*Top Brand Index*) selama 5 tahun terakhir. Sedangkan JNE pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami peningkatan nilai TBI (*Top Brand Index*) yang cukup pesat sehingga membuat JNE berhasil menjadi *top brand* yang pertama sampai sekarang ini. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dan faktor manakah yang paling dominan dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE sebagai jasa pengiriman. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE dibutuhkan metode analisis faktor.

Menurut Supranto (2010), analisis faktor merupakan analisis untuk menemukan variabel baru yang disebut faktor yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah variabel asli, misalnya dari 10 variabel (asli) diubah hanya menjadi 3 variabel atau 5 variabel baru, yang tidak berkorelasi satu sama lainnya (tidak terjadi *multicollinearity*), variabel baru tersebut memuat sebanyak mungkin informasi yang terkandung di dalam variabel asli. Di dalam proses mereduksi jumlah variabel, informasi yang hilang harus semimumimum mungkin.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas peneliti ingin melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE sebagai jasa pengiriman. Harapan dari penelitian ini adalah supaya jasa ekspedisi JNE tetap memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap konsumen dan dapat mempertahankan posisinya sebagai pemegang *top brand* dikalangan jasa ekspedisi di Indonesia dalam jangka panjang dan tetap menguasai pangsa pasar. Sehingga penelitian ini berjudul “Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah faktor–faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor–faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebagai jasa pengiriman.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan JNE untuk mengetahui faktor–faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE sebagai jasa pengiriman. Sehingga, perusahaan tersebut dapat mempertahankan posisinya sebagai jasa ekspedisi terbaik dan masuk *top brand* dalam kategori jasa ekspedisi terbaik setiap tahunnya.

b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu yang telah di dapat dan diperoleh selama dibangku perkuliahan agar dapat menyelesaikan masalah yang ada dalam kehidupan nyata yaitu pada masalah yang terdapat pada identifikasi faktor–faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE dengan menggunakan teori yang sesuai.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup dari permasalahan yang diambil, perlu dilakukan pembatasan masalah sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan lancar maka batasan yang digunakan adalah masyarakat indonesia yang sudah pernah menggunakan jasa ekspedisi JNE minimal 2 kali penggunaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ditulis agar dapat memudahkan pembaca untuk memahami isi laporan skripsi tersebut. Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendasari penelitian tersebut. Selain itu terdapat juga perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menguraikan tentang teori-teori yang terkait dengan penelitian yang diteliti serta penelitian terdahulu (*state of the art*) yang sejenis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menguraikan tentang jenis penelitian, variabel penelitian, waktu dan tempat, jenis data yang digunakan, alat dan bahan penelitian, teknik pengambilan data, jumlah sampel, rancangan kuesioner, metode penyelesaian serta alur penelitian yang dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menguraikan tentang objek penelitian, pengumpulan data, pengolahan data serta analisis penyelesaian masalah dengan metode yang digunakan dan saran perbaikan terhadap perusahaan yang terkait.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V menguraikan kesimpulan berdasarkan analisis data dari penelitian serta saran atau masukan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan daftar pustaka yang digunakan dalam mendukung penelitian dan penulisan skripsi serta lampiran-lampiran dalam mendukung analisis data.