

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan hidup perseorangan maupun perusahaan sekarang ini makin meningkat. Meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat disebabkan oleh beberapa macam faktor. Hal ini didasari oleh pola konsumsi masyarakat telah berubah, menurut Kepala Badan Pusat Statistik Suhariyanto menyatakan, bahwa seiring dengan pegeseran waktu ada peningkatan pendapatan, kemajuan teknologi sehingga berpengaruh dalam pola konsumsi dan gaya hidup. (nasional.kontan.co.id, 2020). Melihat kebutuhan masyarakat tersebut, membuat peluang baik bagi bisnis jasa pengiriman barang atau logistik di Indonesia.

Berdasarkan data dari Asosiasi Logistik dan Forwarder (ALFI), pada tahun 2020, bahwa pertumbuhan jasa pengiriman barang di Indonesia pada tahun 2020 mencapai lebih dari 30% dengan total nilai transaksi mencapai lebih dari 40 triliun per tahun. (ekbis.sindonews.com, 2020).

Hal ini ditimbulkan oleh berbagai macam faktor, yaitu meningkatnya perkembangan pasar usaha jasa pengiriman barang disebabkan oleh perkembangan ekonomi Indonesia yang terus meningkat, perdagangan dari dalam dan luar negeri yang meningkat, serta banyaknya perusahaan yang memberikan kegiatan pengiriman barangnya ke pihak ketiga (Feriadi, 2018).

Kualitas pelayanan adalah merupakan kunci utama bagi perusahaan jasa lantaran akan mensugesti kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan ada jika kualitas pelayanannya baik. (Parasuraman et., al. dalam Darwin et al, 2014) kualitas pelayanan yang baik terbagi pada 5 dimensi, yaitu: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (perhatian). Apabila Kelima dimensi tersebut bisa terpenuhi oleh jasa pelayanan maka akan terciptanya kepuasan pada diri pelanggan untuk loyal menggunakan jasa pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang wajib diperhatikan bagi perusahaan demi tercapainya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu hal yang terpenting untuk jasa pengiriman barang. Menurut (Tjiptono, 2014) loyalitas pelanggan adalah merupakan karakter seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara berulang dan hanya mempertimbangkan buat memakai penyedia jasa ini dalam masa depan. (Kotler dan Keller, 2011) membangun pelanggan yang loyal merupakan inti dalam setiap aktivitas bisnis. Hal ini dikarenakan apabila pelanggan yang loyal atau setia terhadap perusahaan maka terjadi pembelian secara mengulang dan penyampaian berita positif kepada konsumen yang lain.

Aspek yang terpenting untuk menjaga agar konsumen tetap loyal adalah kepercayaan. Menurut (Kotler, 2011), kepercayaan (*trust*) untuk produk jasa lebih menekankan dalam perilaku individu yang mengacu pada keyakinan pelanggan atas keterhandalan jasa yang diterimanya. (Yuniarta et al., 2019) menyatakan bahwa pada penelitiannya bahwa kepercayaan mempunyai efek pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa persepsi yang tinggi atas kepercayaan yang dimiliki seorang akan menaikkan loyalitas pelanggan. Menurut (Yuniarta et al., 2019) untuk memperoleh loyalitas pelanggan yang baik, maka harus mampu mendapatkan kepercayaan mereka.

Melihat peluang yang ada saat ini, baik perusahaan lama maupun baru harus mampu dan bersaing memanfaatkan peluang yang ada dalam hal memperbaiki memperbaiki segi kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar mampu menarik konsumen baru, serta mampu untuk mempertahankan pelanggan lama tidak beralih ke jasa pengiriman lain. Salah satu jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia yaitu J&T Express. J&T Express berkeinginan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan demi tercapainya loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan pelayanan yang mereka berikan.

J&T Express adalah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia yang berkeinginan buat terus menaikkan kualitas pelayanan dan mendorong pelanggan buat terus memakai pelayanan yang mereka berikan. Perusahaan J&T Express berdiri pada tahun 2017 yang telah melayani pelanggan di seluruh Indonesia serta juga telah mencapai 20 juta pengiriman paket di seluruh Indonesia per periode tahun 2020 (kontan.co.id, 2020). J&T Express sudah memiliki 4.000 Kantor Cabang (*drop point*), 100 Gudang Penyimpanan (*Gateway*), 1000 armada

lebih, dan dari 30.000 SDM di seluruh Indonesia, dimana kantornya memiliki fasilitas yang cukup bagus, nyaman, dan bersih. Salah satunya ialah J&T Express di Jombang yaitu yang berada di daerah Jl. Pasar Jeruk, Kec. Perak, Kab. Jombang. Berdasarkan hasil survey di lapangan menunjukkan 4 bulan terakhir dimulai dari bulan Agustus – November 2020. Bahwa pada bulan Agustus – November 2020 mengalami penurunan pengiriman barang pada J&T Express Cabang Perak, Jombang. Hal ini terbukti dengan adanya penurunan jumlah pelanggan, seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.1.
Jumlah Pengiriman Barang
J&T Express Perak Jombang selama bulan Agustus – November 2020

Bulan	Jumlah Pengiriman Barang	Rata-rata per hari	Capaian (%)
Agustus	11.962	399	13,4%
September	11.037	368	7,73%
Oktober	10.218	341	7,4%
November	10.941	365	7.1%

Sumber: (J&T Express Drop Point Perak Jombang, 2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa selama bulan Agustus – Oktober 2020 jumlah pengiriman barang terus mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya penurunan pengiriman barang ini akan berpengaruh dalam hal loyalitas pelanggan tersebut.

Menurut Hartoyo selaku Supervisor J&T Express Cabang Perak Jombang, menduga bahwa ada terjadi permasalahan yang dialami oleh beberapa pelanggan. Permasalahan yang terjadi di lapangan yang alami oleh pelanggan ialah mengalami kasus bahwa resi alamat yang diiput mengalami kesalahan dan tertukar dengan resi alamat yang lain, dan juga kurang tepatnya waktu pengiriman. Hal ini berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan J&T Express Perak, Jombang. Adanya fenomena tersebut akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, pelanggan memberikan *feedback* negatif dengan menunjukkan rasa tidak puasnya kepada perusahaan serta menceritakan pengalamannya kepada orang lain yang belum pernah memakai jasa J&T Express Perak, Jombang

sehingga memilih beralih ke jasa pengiriman lainnya. J&T Express Perak, Jombang harus mampu mencari cara supaya permasalahan tersebut tidak terulang dan mampu mengembalikan kepercayaan pelanggan demi tercapainya loyalitas pelanggan.

Dengan latar belakang yang dibahas diatas, Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bisnis Jasa Pengiriman Barang J&T Express di Jombang”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang?
2. Apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Jombang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Dapat menaruh liputan dan motivasi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan acuan referensi dan motivasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen.