

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa saat ini proses pengiriman barang sangat sering dan sangat di butuhkan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Bila sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung (konvensional). Di zaman yang semakin modern ini, kebutuhan seseorang semakin meningkat. Seseorang dapat berbelanja atau melakukan aktifitas sehari-hari secara online. Sekarang ini masyarakat Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli di internet. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya penjualan *online* dan pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang. Namun kini persaingan antar perusahaan jasa pengiriman semakin sengit karena banyaknya pemain baru yang berdatangan, bahkan perusahaan dari luar negeri pun ikut memasuki pasar jasa pengiriman barang di Indonesia. Bisnis jasa saat ini sangat di butuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas konsumen sehari-hari. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat di percaya, memberikan pelayanan terbaik, menawarkan promosi dan harga yang terjangkau, sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribusian barang dengan jarak jauh dapat di salurkan dengan baik. Selain itu perusahaan harus menerapkan berbagai strategi yang tepat untuk dapat menciptakan keunggulan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Sektor jasa merupakan jenis usaha saat ini yang memegang peranan vital perekonomian dunia, pelayanan yang baik akan mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu jasa. Bahkan kualitas jasa berhubungan dengan pangsa pasar, reputasi perusahaan, dan penetapan harga. Selain itu kualitas jasa juga dapat mempertahankan pelanggan yang akan meningkatkan penjualan sehingga akan mempengaruhi keuntungan bagi perusahaan (Tjiptono, 2011: 258).

Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Agar konsumen bersedia menjadi langganan mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba atau meneliti barang-barang yang di produksi oleh perusahaan, akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut jika kurang yakin terhadap barang itu. Disinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah karena diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan (Endar Sugiyono, 2014: 17).

Salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 2010: 147). Unsur-unsur dan komponen-komponen dasar dalam pelayanan sulit untuk diinventori, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah berkaitan dengan proses, dimana produk yang dinikmati oleh pengguna berupa pengalaman (Sulastiyono, 2012: 58). Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2011). Sehingga definisi kualitas

pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2013)Zeithmal (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang di persepsikan(*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang di harapkan (*expected value*).Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengurangi harapan pelanggan (Kotler,2016).

Dalam penetapan harga tarif layanan juga menjadi penentu konsumen dalam memilih suatu layanan karena harga merupakan kekuatan suatu produk atau jasa yang paling berpengaruh karena adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi perusahaan,sehingga perlu adanya beberapa pertimbangan dalam menetapkan harga tarif,namun keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek tetapi disisi lain akan sulit di jangkau konsumen dan sulit bersaing dengan competitor(Tjiptono,2014:178). Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa.harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan,seandainya ketiga unsur lain (produk,distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya.Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Tjiptono,2010).

Keberhasilan suatu perusahaan di pengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit dicapai karna keanekaragaman keinginan pelanggan itu sendiri,oleh karena itulah pelayanan pelanggan hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkembang seperti sekarang ini,peranan industry jasa pengiriman barang (ekspedisi) semakin di butuhkan masyarakat karna seiring dengan penindustrianakan suatu barang. Ketatnya persaingan pada jasa pengiriman barang terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain,baik dari segi pelayanan maupun dari segi harga ataupun promosi yang di berikan. Karena pada umumnya harga merupakan indikator pengukuran akan kualitas suatu barang atau jasa.

Dari beberapa perusahaan jasa yang di kenal oleh masyarakat JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman yang cukup terkenal.JNE merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman dan logistic yang bermarkas di jakarta,indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir,nama tersebut di ambil dari bahasa sanskerta yang berarti “Jalur Nugraha Ekakurir”.JNE memperluas pengembangan produk dan pelayanan yang di berikan,antara lain menyediakan jasa *express domestic* (diplomast,*super speed/ss,yes/one day service,reguler,oke*),logistic,distribusi,*money remittance* (transfer uang),*trucking air & sea cargo* (pengiriman barang melalui pesawat dimana bagasinya digunakan oleh jne),*escort* (jasa penjemputan bandara),hingga *customer clearance* (jasa kepabean).Dan kini menjadi salah satu perusahaan kurir terbesar di indonesia. JNE adalah perusahaan kurir dan logistic terbesar yang di

dukung secara *online* yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman express, pelayanan kepaten serta distribusi di Indonesia. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan JNE dapat dirasakan dengan baik oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.

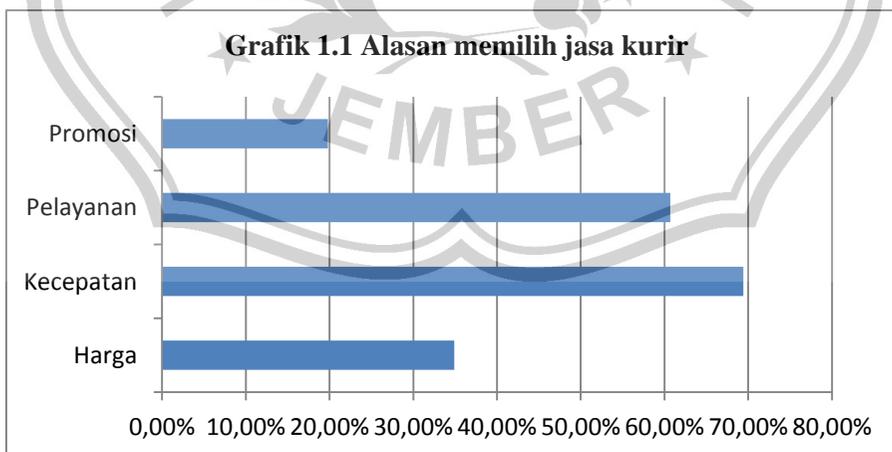
BERDASARKAN GOOGLE SEARCH



Gambar 1.1 Pilihan Jasa Kurir Masyarakat Indonesia 2020

Sumber data : InfoBrand.id

Dapat dilihat dari gambar 1.1 dari InfoBrand.id pada tahun 2020 jasa kurir JNE menduduki posisi pertama untuk pilihan jasa kurir masyarakat di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih menyukai jasa pengiriman JNE dibandingkan dengan jasa J&T, SiCepat, POS Indonesia, dan Tiki. Alasan pemilihan jasa kurir itu merupakan hal yang diharapkan oleh konsumen saat berbelanja secara *online* dengan kecepatan pengiriman dan biaya pengirimannya yang murah.



Grafik diatas menunjukkan bahwasanya alasan utama masyarakat Indonesia lebih memilih jasa pengiriman dengan melihat hal yang pertama yaitu kecepatan

dalam pengiriman oleh jasa pengiriman tersebut, kedua dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman, dan yang ketiga dilihat dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan jasa pengiriman tersebut.

Tabel 1.1 perbandingan harga ongkos kirim JNE, JNT, Sicepat, POS, dan Tiki

Ekspedisi	Tarif Ongkos Kirim 1Kg Kecamatan Besuki	Jenis Layanan
JNE	Rp. 12.000	Reguler
JNT	Rp. 15.000	EZ
Sicepat	Rp. 9.000	Reguler
TIKI	Rp. 20.760	Reguler
POS	Rp. 18.000	Express Nex Day

Berdasarkan pada tabel di atas pengiriman JNE di Besuki memiliki harga per 1kg sebesar Rp.12.000. Lalu untuk JNT harga per 1kg sebesar Rp.15.000, Harga per 1 kg pengiriman SiCepat sebesar Rp.9.000, Sedangkan TIKI harga per 1kg sebesar Rp.20.760 dan yang terakhir POS memiliki harga per 1kg sebesar Rp.18.000. Namun masih banyak keluhan yang dirasakan pelanggan dalam hal harga ialah adanya sistem pembulatan timbangan per 1kg yang langsung dibulatkan seperti contoh misalkan barang dengan berat 1.6 kg yang langsung di bulatkan menjadi 2 kg hal ini akan menambah harga 2 kali dari harga ongkir per 1 kg dan pelanggan pun merasa di rugikan karena harus menambah biaya 2 kali ongkir padahal barang belum mencapai 2 kg. Maka dari itu harga merupakan salah satu atribut penting yang di evaluasi oleh pelanggan sehingga manajer perusahaan agen jneexpress di besuki perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap pelanggan dalam menentukan harga lebih relatif.

Noeraini (2016) yang meneliti tentang kepuasan pelanggan JNE di Surabaya menyatakan bahwa hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. Sedangkan menurut Surianto, Istriani (2019) yang meneliti kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online grab-cardi Yogyakarta dan menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan grabcar di Yogyakarta. Menurut Handoko (2017) yang meneliti Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat jne medan dengan hasil penelitian Hasil uji validitas menggunakan spss menunjukkan seluruh instrument penelitian pada setiap variabel telah memenuhi syarat validitas, yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,259). Hery (2019) Promosi dan kepuasan penggunaan jasa jalur Nugraha Ekakurir (JNE) bagi pedagang online di kecamatan masaran kabupaten sragen berdasarkan hasil uji normalitas, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal, hal ini dapat dilihat dari titik-titik berhimpit disekitar dan sepanjang garis diagonalnya, sehingga data dikatakan normal. Anggriana (2017) berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan ketiga variabel bebas tersebut bersifat

positif artinya semakin baik harga, promosi, kualitas layanan maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Indah (2019) Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pt. citra van titipan kilat kota langsa. Yang mendapat hasil penelitian bahwa hasil persamaan regresi linier berganda diketahui koefisien regresi kualitas pelayanan, harga dan lokasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pada pt. Citra van titipan kilat langsa. Sutrisna (2017) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di pekanbaru (studi PT. JNE Jalur Nugraha Ekakurir) pekanbaru Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (jalur nugraha ekakurir) pekanbaru terkesan bagus. Sesuai dengan jawaban responden yang dominan memberikan respon baik, walaupun masih ada yang menjawab tidak baik. Akan lebih baik apabila pihak PT. JNE (jalur nugraha ekakurir) pekanbaru lebih memperhatikan kualitas pelayanannya seperti memberikan pelayanan yang lebih baik lagi oleh karyawan ketika menghadapi pelanggan yang datang. Fairuz (2019) Pengaruh promosi, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada tiki tegal parang a258p Jakarta. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Fatimah (2018) Pengaruh harga, desain, serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel harga, desain dan kualitas produk, semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji t diperoleh hasil variabel harga, desain dan kualitas produk semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bulan (2016) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir agen kotalangsa. Berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki jalur nugraha ekakurir agen kotalangsa. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki jalur nugraha ekakurir agen kotalangsa

Dengan melihat perbedaan ini maka peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan JNE di cabang Besuki dengan melalui faktor kualitas pelayanan, promosi dan harga guna untuk mengetahui pengaruhnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas dan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti ingin menguji kembali sehingga dapat dikaji ulang dengan lokasi di JNE cabang besuki dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di besuki”.

Rumusan masalah yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di besuki.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di besuki.
3. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang JNE di besuki.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai alat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pemasaran.

2. Aspek Praktis

Penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi jne cabang besuki sebagai bahan informasi dan evaluasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Civitas Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademisi di lingkungan prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Jember dan untuk dapat menjadi acuan untuk peneliti lainnya.

