

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Covid-19 (*Corona Virus Disease*) merupakan virus yang mulai mewabah di seluruh dunia termasuk di Indonesia sejak akhir tahun 2019. Kasus konfirmasi Covid-19 di Indonesia semakin hari semakin meningkat dimana banyak sektor yang mengalami kerugian dan perusahaan-perusahaan mulai mengurangi jumlah pekerja dan bahkan ada yang memutuskan untuk gulung tikar. Meski demikian, ada sejumlah sektor usaha yang justru trennya semakin meningkat pada saat pandemi Covid-19, salah satunya adalah jasa logistik, khususnya pada jasa pengiriman barang. Hal ini sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan *e-commerce* domestik di Indonesia. Seperti diketahui, sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan dengan berbelanja *online* daripada harus pergi ke tempat perbelanjaan umum untuk menghindari interaksi langsung dengan banyak orang yang dapat menyebabkan kemungkinan tertularnya virus covid-19 ini. Menurut Eri Palgunadi selaku *VP of Marketing* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), adanya pembatasan wilayah pada kondisi pandemi saat ini membuat orang tidak bisa saling berkunjung dan pada akhirnya memutuskan untuk saling mengirim barang, baik itu kebutuhan pokok, makanan, *fashion*, obat-obatan, dan lain-lain (Bahtiar, 2020).

Adanya transformasi digital pada perilaku belanja masyarakat di era pandemi covid-19 ini menyebabkan semakin berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Menteri perdagangan Indonesia, Agus Suparmanto, berpendapat bahwa perdagangan secara *online* atau menggunakan platform *e-commerce* merupakan solusi untuk meningkatkan perdagangan di tengah pandemi saat ini agar pedagang dapat meningkatkan pendapatan dan penjualan tanpa harus bergerak secara fisik (Rantung, 2020). Sebelum adanya pandemi covid-19, *e-commerce* di Indonesia memang sudah mulai tumbuh dengan cukup pesat yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pasar yang mulai berorientasi digital, banyaknya konsumen muda atau generasi *milenial* yang sangat paham dengan digitalisasi, adanya peningkatan partisipasi UMKM, semakin bertumbuhnya investasi, dan adanya dukungan dari pihak pemerintah akan era digitalisasi ini.

Potensi dari perdagangan digital di Indonesia yang semakin pesat mendorong peningkatan penggunaan pada jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing, seperti JNE, J&T, Tiki, Si Cepat, Wahana, dan lain-lain. Banyaknya perusahaan yang menyediakan layanan jasa logistik tersebut membuat para pengguna jasa, dalam hal ini penjual barang, lebih mudah dalam memilih perusahaan logistik mana yang dapat dipercaya untuk menjalankan sebagian fungsi bisnisnya, yaitu pengemasan dan pengiriman barang. Begitu pula bagi pengguna jasa lainnya yang memanfaatkan jasa logistik ini dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dalam website *topbrand-award.com*, terdapat 4 (empat) jenis jasa logistik terbaik dan paling sering diminati oleh masyarakat Indonesia. Yang

pertama adalah JNE, kemudian J&T, diikuti oleh Tiki, dan Pos Indonesia di posisi terakhir.

Tabel 1.1
Peringkat Brand Jasa Pengiriman Barang di Indonesia Tahun 2021

No.	BRAND	TBI (<i>Top Brand Index</i>)	TOP
1	J&T	33,4%	TOP
2	JNE	28,0%	TOP
3	Tiki	11,2%	TOP
4	Pos Indonesia	8,5%	

Sumber: *topbrand-award.com*

Besarnya kontribusi jasa logistik pada pertumbuhan bisnis *e-commerce* utamanya dalam kondisi pandemi covid-19 ini menjadi latar belakang penulis untuk menganalisis dan mengevaluasi terkait kualitas layanan logistik di kota Surabaya sebagai salah satu kota besar di Indonesia. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jasa pengiriman J&T sebagai subjek penelitian dan kualitas layanan sebagai objek penelitian. Hal ini didasarkan pada keunggulan J&T pada peringkat *Top Brand Awards* dibandingkan dengan penyedia jasa logistik lainnya. J&T yang baru berdiri pada tahun 2015 mampu bersaing dengan JNE, Tiki, dan Pos Indonesia yang mana telah berdiri lebih lama dibandingkan dengan J&T. Keunggulan J&T dibandingkan dengan JNE, Tiki dan Pos Indonesia ini juga mendorong penulis untuk menganalisis terkait kepuasan dan loyalitas konsumen. Banyaknya konsumen yang menggunakan jasa J&T belum tentu menunjukkan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena berbagai kendala di lapangan yang sangat mungkin berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kualitas layanan berhubungan erat dengan persepsi konsumen terhadap jasa yang digunakan. Apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan suatu jasa tidak selalu sama dengan apa yang konsumen harapkan sebelumnya terhadap jasa tersebut. Gronroos (1984) menyatakan bahwa pelanggan tidak hanya tertarik pada apa yang mereka terima sebagai hasil dari suatu proses produksi, tapi proses itu sendiri juga dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal inilah yang membuat kualitas layanan menjadi poin penting bagi para penyedia jasa untuk dapat tetap bertahan dalam industri. Fauzi dan Suryani (2018) dalam penelitiannya berpendapat bahwa untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif pada industri yang sangat kompetitif, sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan pemeliharaan terhadap perbaikan kualitas layanan. Penelitian ini menggunakan elemen-elemen kualitas layanan yang difokuskan pada industri jasa kurir atau pengiriman barang yang disebut COUQUAL (*Courier Quality*) untuk mengetahui kualitas layanan dari J&T.

Kualitas secara umum didefinisikan sebagai kesesuaian dalam penggunaan dan fitur produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat membentuk kepuasan pelanggan (Juga, et al., 2010). Sama halnya dengan kualitas layanan pada perusahaan jasa, konsumen akan merasa puas apabila suatu jasa yang digunakan tidak mengecewakan, dalam artian perusahaan jasa ini mampu memenuhi harapan atau ekspektasi konsumennya. Penelitian yang dilakukan oleh Gong dan Yi (2018) membuktikan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Konsumen yang telah merasa puas setelah menggunakan suatu jasa akan menjadi loyal dan cenderung memberikan respon yang positif terhadap perusahaan jasa tersebut (Ganiyu, 2017). Loyalitas konsumen merupakan hal yang juga perlu diperhitungkan oleh perusahaan penyedia jasa karena konsumen yang loyal akan membentuk WOM (*Word of Mouth*) yang positif dan akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sheng dan Liu (2010) yang menemukan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Sesuai dengan penjabaran di atas, penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan variabel kecepatan, kemudahan, akurasi, keamanan dan bukti fisik yang merupakan dimensi dari kualitas layanan, persepsi konsumen, kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen pada perusahaan penyedia jasa pengiriman barang J&T. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Peneliti merumuskan judul penelitian sebagai berikut: “Analisis Kualitas Layanan Jasa Logistik J&T di Kota Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah terbentuk berdasarkan latar belakang serta faktor-faktor lainnya yang telah dijabarkan secara singkat at pada poin pertama. Perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T?
2. Apakah kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T?

3. Apakah akurasi berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T?
4. Apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T?
5. Apakah bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T?
6. Apakah kualitas layanan keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa logistik J&T?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa logistik J&T?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dirumuskan dengan mengacu pada perumusan masalah yang digunakan. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kecepatan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kemudahan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh akurasi terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh keamanan terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T.
5. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh bukti fisik terhadap kualitas layanan keseluruhan jasa logistik J&T.

6. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan keseluruhan terhadap kepuasan konsumen jasa logistik J&T.
7. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen jasa logistik J&T.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dirumuskan berdasarkan harapan peneliti akan hasil dari penelitian yang akan dilakukan. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih memahami dan memperluas wawasan terkait kualitas layanan dengan elemen-elemen yang difokuskan pada industri kurir, kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen utamanya pada konsumen jasa logistik J&T yang merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang di kota Surabaya.

2) Bagi perusahaan J&T

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait kelebihan dan kelemahan penyedia jasa logistik J&T dengan melihat dari hasil kuisisioner terkait persepsi konsumen terhadap kualitas layanan J&T.

3) Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan dengan menambahkan jumlah responden, memperluas wilayah yang diteliti, serta menggunakan metode dan variabel-variabel yang berbeda.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terbagi dalam beberapa bab yang nantinya memiliki pembahasan yang saling berkaitan. Adapun pembagiannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, populasi sampel, teknik mengenai pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji Validitas dan Reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan mengenai hasil uji validitas dan reliabilitas, deskripsi subyek penelitian, deskripsi variabel penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan implikasi hasil pada penelitian analisis kualitas layanan jasa logistic J&T di Kota Surabaya.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan hasil dari data yang dianalisis, keterbatasan peneliti, dan saran untuk J&T serta peneliti selanjutnya.

