

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era kemajuan teknologi dewasa ini membuat masyarakat merasa mudah dalam melakukan kegiatan aktifitasnya sehari-hari. Saat ini banyak aktifitas dan kegiatan yang dilakukan masyarakat dengan cepat, instan, praktis, dan mudah. Masyarakat saat ini dapat dapat melakukan segala aktifitasnya dengan mudah hanya cukup melalui satu genggam tangan dengan menggunakan *smartphone*, contohnya seperti belanja *online*. Saat ini masyarakat semakin dimudahkan dengan kegiatan berbelanja online, karena konsumen dapat dengan mudah dalam membeli barang yang sedang dibutuhkan dengan cepat, tanpa harus melakukan tatap muka langsung kepada penjual. Kebutuhan akan jasa pengiriman barang diperlukan untuk memudahkan penjual dan pembeli dalam proses kegiatan pendistribusian barang.

Keberadaan industri jasa pengiriman memudahkan masyarakat dalam melakukan pengiriman berupa barang, dokumen, atau logistik dari satu tempat ke tempat yang lain. Peran penting dari jasa pengiriman barang adalah memberikan pelayanan dalam penyediaan akses transportasi dengan berbagai tujuan baik antar kota, pulau, bahkan antar negara. Keberadaan jasa pengiriman barang juga meningkatkan kinerja suatu aliran barang dari satu wilayah ke wilayah lain. Saat ini banyak produsen dan pengusaha yang melakukan pengiriman barang melalui jasa pengiriman untuk mempermudah tugasnya. Secara umum pengiriman barang merupakan kegiatan mempersiapkan pengiriman fisik barang dari gudang ketempat tujuan yang disesuaikan dengan dokumen pemesanan dan

pengiriman serta dalam kondisi yang sesuai dengan persyaratan penanganan barangnya.

Industri jasa pengiriman barang saat ini terus mengalami perkembangan, terlebih lagi dengan berkembangnya perdagangan elektronik (*e-commerce*) termasuk di Indonesia. Perkembangan tersebut ditandai dengan lahirnya industri jasa pengiriman barang baru. Digination.id melakukan survei untuk mengetahui minat dari masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada tahun 2018. Menurut hasil survei digination.id industri jasa pengiriman barang JNE menduduki peringkat pertama dengan jumlah sebanyak 59.4% responden yang menggunakannya dan industri jasa pengiriman J&T *Express* menduduki peringkat kedua dengan jumlah sebanyak 32.1% yang menggunakan. *Public Relation J&T Express* menjelaskan, sejak bulan April tahun 2020 terutama memasuki bulan Ramadhan telah terjadi peningkatan pengiriman paket dan hingga saat ini sebesar 30-40%, dengan rata-rata pengiriman berjumlah 1.7 juta paket per hari (Grahamusa Mediatama, 2020). Perusahaan logistik PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) menyebutkan hingga September 2020 menyebutkan hingga September 2020 pihaknya mengalami pertumbuhan volume pengiriman barang mencapai 20% (Grahamusa Mediatama, 2020). Berdasarkan *Top Brand Award*, jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada jasa pengiriman barang JNE, *Top Brand Index* pada tahun 2019 adalah sebesar 26.4% dan pada tahun 2020 sebesar 27.3%. Pada jasa Pengiriman barang J&T *Express Top Brand Index* pada tahun 2019 adalah sebesar 20.3% dan pada tahun 2020 sebesar 21.3%.

Beragamnya perusahaan jasa yang beredar di masyarakat menyebabkan terjadinya persaingan ketat antar penyedia jasa. Perusahaan tentunya selalu berusaha untuk menyediakan pelayanan atau jasa yang

terbaik bagi konsumennya. Segala bentuk pelayanan yang diberikan sebisa mungkin untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen. Industri pengiriman harus mengetahui faktor-faktor yang menjadi daya tarik konsumen dalam memilih jasa pengiriman yang akan digunakan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam industri jasa pengiriman barang adalah kepuasan pelanggan (Mosahab, Mahamad, Ramayah, 2010). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu *service innovation, servicescape, service delivery, service delight, serviced design, service performance, service purchase, and service process* (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2009). Sebuah inovasi merupakan hal yang perlu dilakukan dalam pelayanan terhadap konsumen agar konsumen dapat terus loyal menggunakan produk dan jasa yang telah diberikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salma, Abdurrahman, dan Hanifa (2019) bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express di kota Sumbawa Besar adalah kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Alfian (2018) menyebutkan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE di Kabupaten Pamekasan adalah harga, tempat dan waktu. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat 5 faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang diantaranya adalah kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif, lokasi, dan fasilitas.

Berdasarkan latar belakang diatas, akan dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang di Kabupataen Tulungagung. Penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif, lokasi, dan fasilitas juga berpengaruh

dalam menggunakan jasa pengiriman barang yang ada di Kabupaten Tulungagung. Penelitian dilakukan di Kabupaten Tulungagung untuk kemudahan dan aksesibilitas penelit, selain itu penelitian dilakukan di Kabupaten Tulungagung adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang dan mengetahui faktor perilaku konsumen terhadap minat penggunaan jasa pengiriman barang yang ada di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian berfokus pada konsumen jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express*. Pemilihan jasa pengiriman barang tersebut dipilih berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh digination.id yang menunjukkan bahwa jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* diminati oleh masyarakat, sehingga pemilihan jasa pengiriman barang tersebut digunakan untuk mengetahui jasa pengiriman barang tersebut juga diminati oleh masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Keberadaan dari jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* juga tersebar di beberapa wilayah Kabupaten Tulungagung. Jasa pengiriman barang JNE memiliki sejumlah 21 kantor cabang, sedangkan untuk jasa pengiriman barang J&T *Express* memiliki 9 kantor cabang. Pengambilan data dalam penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan layanan jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif, lokasi, dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* di Kabupaten Tulungagung ?

2. Faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* di Kabupaten Tulungagung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif, lokasi, dan fasilitas berpengaruh atau tidak terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* di Kabupaten Tulungagung.
2. Mengetahui faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* di Kabupaten Tulungagung.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan penelitian yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan berfokus pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang JNE dan J&T *Express* yang ada di Kabupaten Tulungagung.
2. Jenis barang yang dikirimkan oleh konsumen berupa barang yang tidak menggunakan asuransi dan tidak termasuk dokumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut akan dijabarkan sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi yang akan diuraikan menjadi 6 bab untuk memudahkan pemahaman, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjabarkan dan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan dalam penelitian yang akan dilakukan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang digunakan. Lalu menjabarkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian seperti definisi jasa, karakteristik jasa, jasa pengiriman barang, keputusan pembelian konsumen, definisi keputusan pembelian, tahapan dalam proses pengambilan keputusan, tingkat pengambilan keputusan, bauran pemasaran jasa, definisi pemasaran, definisi bauran pemasaran jasa, uji validitas, uji reliabilitas, analisis faktor, dan analisis *cluster*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu melakukan studi literatur, penentuan responden, jumlah sampel, dan variabel penelitian, penyusunan pra-kuesioner, penyebaran pra-kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas data pra-kuesioner, penyebaran kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas data kuesioner, pengolahan data, analisa data, serta kesimpulan dan saran.
dan saran.

BAB IV : PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini menjelaskan dan menjabarkan mengenai pengumpulan data, profil responden, karakteristik konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang, pengujian validitas dan reliabilitas pra-kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner, skala ranking, pengujian analisa faktor, pengujian pembentukan *cluster*, pengujian

crosstab terhadap data dari pengguna jasa pengiriman barang JNE dan J&T Express.

BAB V : ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan dan menganalisis dari pengujian yang dilakukan diantaranya analisis skala ranking, analisis faktor, analisis *cluster* yang terbentuk, dan analisis *crosstab*. Pada bab ini menjelaskan interpretasi mengenai hasil dari data-data yang telah diolah.

BAB VI : KESIMPULAN

Pada bab ini akan menjabarkan tentang kesimpulan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang dan saran yang diambil dalam penelitian yang akan datang.