

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan J&T Express didirikan oleh mantan CEO OPPO Indonesia yang bernama Mr. Jet Lee yang berkolaborasi dengan seorang pendiri OPPO Internasional yang bernama Mr. Tony Chen. Perusahaan ini telah diresmikan pada tanggal 20 Agustus 2015 sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang kurir yang berfokus pada pengiriman paket kilat yang berkualitas dan memberikan sebuah kenyamanan pada pelanggannya. Selain itu juga perusahaan selalu dan terus mengoptimalkan rute pengiriman barang dan berusaha untuk dapat meminimalkan biaya transportasi guna dalam menyediakan sebuah layanan express yang lebih efisien, aman dan tepat waktu bagi setiap pelanggannya. Nilai- nilai tersebutlah yang membedakan J&T Express dari para Kompetitornya.

Dengan jaringan luas yang dimiliki, fasilitas layanan ekspres dan adanya sebuah perkembangan teknologi menjadikan hal-hal tersebut sebagai sistem dasar pada Perusahaan J&T Express dalam melakukan sebuah pengiriman paket kilat di seluruh Indonesia dengan rute dari dalam kota, antar kota, antar provinsi, hingga pada pengusaha *e-commerce*. Demi mencapai dan mempartahankan pelanggan dalam sebuah kepuasan perusahaan J&T Express juga menyediakan layanan jasa jemput paket di tempat dengan kecepatan pengiriman yang berakurasi tinggi. Hingga kini perusahaan menduduki posisi nomer 2 ekspedisi terbesar di Indonesia.

### 1.1.1 Logo Perusahaan



**Gambar 1.1**

Logo J&T Express

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2019

Setiap perusahaan memiliki sebuah logo yang memiliki arti dan

makna tersendiri. Begitupula dengan Logo pada perusahaan J&T Express. Logo dengan huruf J yang mempunyai arti *Jet* atau cepat dan terdapat huruf T yang artinya *Teknologi*, dari 2 huruf tersebut, terdapat arti yang melambangkan suatu kecepatan yang didukung oleh sebuah teknologi. Kebutuhan akan kecepatan pengiriman serta kemudahan dalam bisnis *e-commerce* dapat menjadikan perusahaan J&T Express berperan penting dalam jasa pengiriman bagi para penjual online, pembeli online, dan *e-commerce platform*. Selain itu juga terdapat sebuah warna merah dan putih melambangkan warna bendera Indonesia yang bermaksud hadir dan ikut serta dalam berkomitmen untuk melayani masyarakat Indonesia.

### 1.1.2 Visi dan Misi J&T Express

Dalam menjalankan tugasnya J&T Express mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

**Visi :**

“Membangun sebuah perusahaan express berbasis pengembangan teknologi internet dengan jangkauan sampai ke asia tenggara”

**Misi :**

1. Menjadikan bisnis online pelanggan lebih praktis dan efisien
2. Mendorong pelanggan melakukan bisnis besar di *platforme-commerce*

Selain itu juga perusahaan mempunyai nilai-nilai perusahaan yaitu:

- *Integrity*
- *Share*
- *Service*
- *Responsibility*

Dari 4 nilai dasar diatas diterapkan perusahaan dengan tujuan untuk mencapai sebuah kualitas pengiriman paket yang paling unggul yang ada di benak pelanggan. Dan juga perusahaan berkomitmen untuk melayani setiap pengiriman dengan jujur dan bertanggung jawab.

## 1.2 Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia kini semakin terasa sangat pesat.

Sudah tak asing lagi ditelinga kita bahwa penyelesaian sesuatu tidak harus langsung ditangani oleh manusia sendiri melainkan sistem-sistem digital dan serba komputer. Diawali dari era 1.0, 2.0, 3.0, dan pada hari kita masuk era 4.0 dimana hampir seluruh pekerjaan manusia bisa dikendalikan melalui media elektronik, didukung dengan kebutuhan internet dan data. (<https://www.kompasiana.com>, 2019). Dari hal tersebut diiringi juga oleh perkembangan jaman yang semakin modern dan persaingan bisnis yang sangat kuat. Begitu pula dengan banyak para pelaku bisnis untuk terus berlomba-lomba mencapai sebuah misi atau target perusahaan dalam mencapai sebuah keuntungan. Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat berkembang lebih pesat lagi terutama dengan adanya dukungan dari internet atau *e-commerce* yang sangat membuka peluang bisnis bagi perusahaan untuk saat ini.

Selama beberapa tahun terakhir, perusahaan *e-commerce* di Indonesia mengalami sebuah peningkatan hingga 500 persen. Selain dari itu juga ditunjukkan sebuah riset dari Google dan termasuk dalam laporan *e-Conomy SEA* 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp391 triliun ( <https://www.wartaekonomi.co.id>, 2019). Dari sebuah peningkatan *e-commerce* tersebut potensi pasar digital di dalam negeri juga terus menanjak. Bahkan, untuk saat ini 150 juta dari 260 juta penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan 18 juta di antaranya berbelanja *online*. (<https://www.pikiran-rakyat.com>, 2019)

Dari adanya peningkatan tersebut terdapat beberapa kota di Indonesia yang ikut menyokong pertumbuhan transaksi online sebesar 70 persen yang berasal dari empat bagian wilayah urban terbesar yang ada di Indonesia. Empat bagian itu ialah beberapa kota besar yaitu Bandung, Semarang, Jakarta, bahkan Surabaya. Dari beberapa kota tersebut, kota Bandung merupakan kota yang menjadi sumber daya utama dalam kunjungan berbagai macam toko online (<https://id.techinasia.com>, 2019).

Sudah tak heran dan tidak dapat diragukan lagi jika Bandung menjadi sebuah sumber utama pada *traffic* belanja pada berbagai toko online. Hal tersebut terbukti dengan adanya sebuah julukan sebagai kota fashion dan kota

favorit untuk berwisata. Dengan maraknya hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk Bandung bisa menjadi tuan rumah Kenduri e-UKM setelah kota Yogyakarta. Adanya sebuah tujuan dari program utama Kenduri ini yaitu dengan menjalankan salah satu visi untuk menjadikan Indonesia sebagai negara yang berbasis ekonomi digital melalui kemitraan rekan-rekan setanah air. (<https://www.pikiran-rakyat.com>, 2019).

Dengan adanya perkembangan pasar *e-commerce* tersebut para pelaku industri jasa terutama dalam bidang logistik sangatlah mengambil peran penting dalam hal pengiriman barang. Keunggulan dalam kualitas pelayanan sangatlah menjadi tujuan atau pokok utama yang selalu diperhatikan perusahaan untuk selalu dapat bertahan dalam bisnis yang sangat menguntungkan ini.

Para pelaku industri jasa selalu dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat guna memenuhi banyaknya permintaan pasar dan untuk menghindari sebuah kehilangan pelanggan. Apalagi para pelaku *e-commerce* mempunyai sebuah kriteria pengiriman barang untuk membantu menciptakan sebuah kepuasan pada konsumennya. Para pelaku *e-commerce* memiliki sebuah kriteria dalam pemilihan jasa kurir yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnisnya, salah satu kriteria tersebut yaitu perusahaan kurir yang cukup dikenal, mempunyai jangkauan pengiriman yang luas, kecepatan waktu atau pertimbangan estimasi pengiriman dan bagaimana perlakuan terhadap barang yang dikirim. (<https://ideusahabisnis.com>, 2019). Dengan adanya beberapa kriteria tersebut, perusahaan jasa membutuhkan suatu sistem yang selalu mendukung untuk dapat selalu efektif dan efisien serta memberikan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaannya demi menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Begitu banyak macam dan jenisnya perusahaan kurir yang terkenal di masyarakat salah satunya ialah perusahaan J&T Express. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa pengiriman yang telah beroperasi selama 4 tahun. Perusahaan J&T Express mempunyai komitmen untuk dapat siap siaga dalam melayani masyarakat Indonesia dengan memberikan sebuah pelayanan dalam pengiriman paket yang nyaman, cepat dan terpercaya. Perusahaan ini merupakan salah satu pemain baru dalam bidang pengiriman barang yang

express dan perusahaan ini juga optimis untuk dapat menjadi sebuah pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan cukup banyak dalam mengandalkan inovasi teknologi yang diterapkan di dalam sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang cukup terjangkau dengan kualitas yang premium (<http://jet.co.id>, 2019).

Perusahaan jasa pada bidang kurir ini berkembang sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari sebuah peningkatan dan pertumbuhan bisnis online yang akan nantinya berdampak signifikan pada peningkatan pengiriman paket setiap tahun, oleh hal tersebut pada tahun ini perusahaan J&T Express berhasil mencapai sebuah target pengiriman sebesar 1 juta paket/hari diluar momen *peak season*. Dari adanya sebuah peningkatan tersebut perusahaan J&T Express berhasil mendapatkan penghargaan bergengsi *Top Brand Award* pada tahun 2018. Berikut adalah tabel survey:

**Tabel 1.1**

TOP BRAND INDEX FASE 2 TAHUN 2018

MERЕК	TBI	TOP
JNE	45,0 %	TOP
<b>J&amp;T Express</b>	<b>13,9%</b>	<b>TOP</b>
Tiki	13,6%	TOP
Pos Indonesia	11,6%	
DHL	3,5%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com> (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa perusahaan J&T Express pada tahun 2018 berada di posisi kedua dengan indeks 13,9% dan dengan merek yang mendapatkan predikat *Top Brand*. Dan setelah mendapatkan penghargaan tahun 2018 perusahaan J&T Express kembali berhasil meraih penghargaan *Top Brand Award* 2019 dimana pada penerimaan kali ini masih diselenggarakan oleh Lembaga yang sama dari sebelumnya, yaitu *Frontier Group* dan juga dengan majalah *Marketing* dengan memperoleh indeks lebih tinggi dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 20,3%. (<http://jet.co.id>, 2019). Dari adanya sebuah penghargaan tersebut dapat disimpulkan bahwa

sebuah pencapaian yang diterima perusahaan dapat terbilang cukup sukses dalam memasarkan sebuah merek dan pelayanan hingga dapat disebut sebagai perusahaan yang bertumbuh sangat pesat berdasarkan waktu mulai beroprasinya.

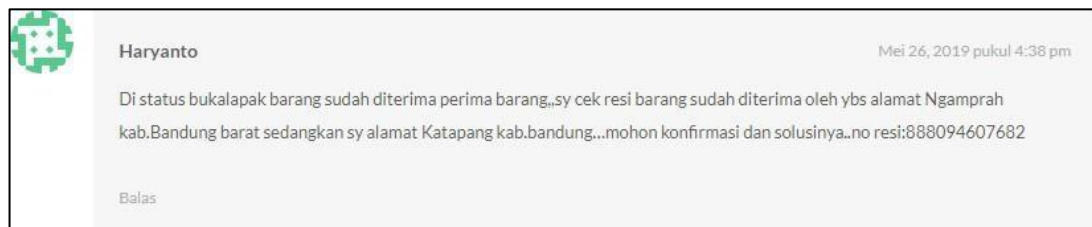
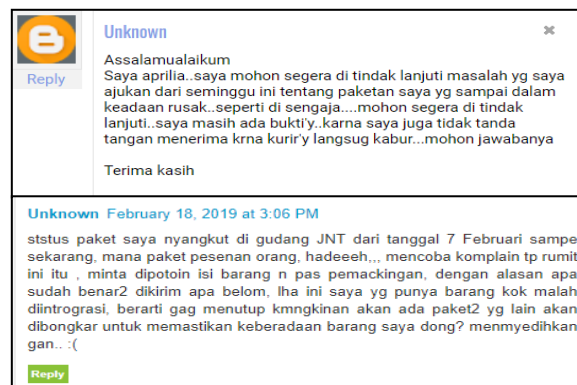
Dengan adanya sebuah kesuksesan yang diraih dan untuk terus memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat, perusahaan juga kembali melakukan sebuah inovasi dengan penambahan sebuah infrastruktur terbaru dalam mengembangkan bisnisnya. Inovasi terbaru yang dimaksud ialah berupa pembangunan Mega Hub atau sebuah kantor pusat pensortiran barang dengan mesin dan computer yang rencananya dimulai pada akhir tahun 2019. Adanya pembangunan mega hub ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pengiriman yang lebih massif. Selain dari itu pada momentum ini J&T Express akan terus melakukan ekspansinya dengan sangat agresif. Bukan hanya didalam negeri, pasar Asia Tenggara juga menjadi bidikan perusahaan logistik ini dalam melebarkan bisnisnya. (Majalah *Marketeers*,2019).

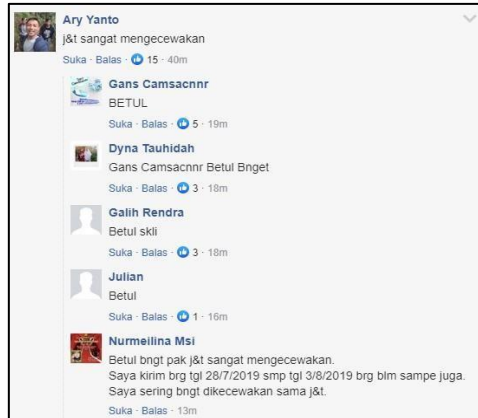
Merujuk pada begitu banyaknya sebuah hal yang dilakukan perusahaan untuk dapat memberikan sebuah kepuasan kepada konsumennya, banyak faktor yang dapat menjadi nilai kepuasan pada perusahaan terutama dapat diukur dengan sebuah kualitas layanan untuk dapat mempengaruhi kepuasan. Sama halnya dengan pernyataan yang dijelaskan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:204) mengenai tingkat kepuasan konsumen dimana suatu tingkat perasaan yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirinya rasakan dan selanjutnya dibandingkan dengan harapan. Untuk dapat mengetahui sebuah kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan J&T Express maka peneliti akan mencoba sebuah pra survey awal dengan memberikan beberapa item pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan dipilih secara acak dan dasarkan sebuah pengalaman konsumen yang telah menggunakan jasa kurir J&T Express. Dari pra survey tersebut terdapat hasil bagaimana konsumen merasakan kepuasan sebesar 40% setelah menggunakan jasa kurir J&T Express. Dan 60% merasa tidak puas akan sebuah kualitas layanan yang diberikan oleh jasa kurir J&T Express. Dari hasil tersebut didapatkan juga

beberapa persepsi ketidakpuasan pelanggan mengenai pelayanan perusahaan, yaitu:

1. Packaging barang yang rusak
2. Hilangnya paket
3. Salah alamat saat mengirimkan barang
4. Paket rusak dan pengiriman barang yang lambat
5. Kurang peduli dan adanya respon yang sangat kurang baik dari karyawan

Selain dari beberapa persepsi ketidakpuasan yang didapatkan pada saat pra survey, penulis juga melakukan sebuah observasi mengenai persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh J&T Express dengan mencari informasi melalui media masa cetak dan media masa internet. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pencarian informasi tersebut adalah terdapat pelanggan yang menceritakan kepuasan nya dengan pelayanan yang diberikan J&T Express melalui media masa cetak dan juga internet, tetapi tidak sedikit yang menceritakan tentang ketidakpuasannya dengan pelayanan yang diberikan J&T Express. Secara rinci masalah yang dirasakan konsumen mengenai kualitas pelayanan J&T Express adalah sebagai berikut:





**Gambar 1.2**

Ulasan mengenai pelayanan J&T Express

Sumber: [www.google.com](http://www.google.com),2019

Terlihat pada gambar 1.2 diatas bahwa beberapa pelanggan pada perusahaan J&T Express merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Padahal sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam memberikan sebuah kualitas pelayanan yang nantinya akan menciptakan suatu ekspektasi atau kepuasan yang baik pada konsumennya. Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Lewis & Booms (1983) dalam Tjiptono (2017) bahwa, suatu kualitas pelayanan adalah seberapa penting pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Untuk mencapai sebuah ekspektasi tersebut perusahaan dapat menerapkan kualitas pelayanan yang baik. Seperti yang dijelaskan oleh Parasuraman dkk., (1998) dalam Windaury & Susanti (2017) mengenai pengukuran kualitas layanan yang dapat diukur dengan lima jenis dimensi yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*). Untuk melihat bagaimana persepsi dan kinerja kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, peneliti juga melakukan pra survey dengan sebuah hasil data yang diperoleh sebesar:

**Tabel 1.2**

Data hasil survey mengenai kepuasan konsumen berdasarkan kualitas layanan



No	Dimensi	Tingkat Kinerja	Tingkat Harapan	Gap
1	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	106	114	-8
2	<i>Reliability</i> (reliabilitas)	101	120	-19
3	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	104	122	-18
4	<i>Assurance</i> (jaminan)	100	122	-22
5	<i>Empathy</i> (empati)	103	129	-26
Variable kualitas pelayanan		514	607	-93

Sumber: HasilOlahan Data Peneliti, 2019

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwasanya hasil dari tingkat kinerja kualitas pelayanan dengan skor total sebesar 514. Kemudian, tingkat harapan sebesar 607 yang menghasilkan gap sebesar -93. Tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh dari total skor setiap pernyataan. Dan untuk nilai gap diperoleh dari tingkat kinerja dikurangi dengan tingkat harapan. Hasil perhitungan gap pada tabel 1.2 diatas bernilai negatif yang artinya nilai tersebut memberikah hasil bahwa konsumen belum benar-benar merasa puas dengan suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Dari hasil penjabaran diatas, terlihat bahwa ternyata kualitas layanan pada J&T Express masih tergolong kurang memuaskan disebabkan oleh sebuah realita kinerja tidak sesuai dengan tingkat harapan yang ada pada pelanggan. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Aditya Julio, S.E dan Dermawan Wibisono (2016) bahwa penilaian kepuasan konsumen dapat dilihat dari sebuah kinerja serta harapan pada pelanggan, dan secara efektif meningkatkan sebuah kualitas layanan.

Terlepas dari sebuah permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk dapat melakukan sebuah penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express dalam menciptakan kepuasan pelanggan dengan menggunakan diagram kartesius untuk melihat dimensi kualitas pelayanan pada perusahaan yang perlu untuk diperbaiki. Adapun judul yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut adalah

**“Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi pada Perusahaan J&T Express di Bandung)”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express?
2. Bagaimana harapan konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express?
3. Bagaimana tingkatan kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express?
4. Aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan J&T Express?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express.
2. Untuk mengetahui harapan konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express.
3. Untuk mengetahui tingkatan kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express.
4. Untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan J&T Express

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan dan pemahaman pada suatu kepuasan konsumen berdasarkan kualitas

pelayanan dan diharapkan dapat menjadi referensi yang akan melakukan penelitian dengan topik serta pembahasan yang sama.

### **1.5.2 Kegunaan praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran, masukan, serta tambahan informasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan dan pembentukan strategi pemasaran selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukann maka disusunlah sistematika penulisan dari laporan tugas akhir ini, yaitu :

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini dikemukakan dengan jelas tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian-penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang variable penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Pada bab terakhir ini dipaparkan sebuah kesimpulan dan hasil observasi serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai objek observasi.