

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang markasnya terletak di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE). JNE didirikan oleh H. Soeprapto Suparno pada tanggal 26 November 1990. JNE dirintis sebagai divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TIKI) yang bergerak pada bidang jasa kurir internasional. Keunggulan dari JNE adalah kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Seiring dengan adanya peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, perkembangan teknologi informasi, dan beragam inovasi produk – produk yang dikembangkan, kualitas dan kuantitas JNE semaking tumbuh pesat di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia.

Dengan perkembangan dunia usaha saat ini gaya hidup masyarakat membuat permintaan kiriman barang import semakin banyak dan berkembang. Tidak hanya mencakup paket kecil seperti dokumen, tetapi mencakup paket besar seperti penanganan transportasi, logistik, serta distribusi.

Peluang JNE terus tumbuh dengan pesat dan memperluas jaringannya ke seluruh kota besar Indonesia. JNE pun mulai memperluas jaringannya ke internasional dengan bergabung dengan asosiasi perusahaan – perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama di lingkup Asia yang dikenal dengan ACCA (*Association of Chartered Certified Accountants*). Kelompok perusahaan pengiriman yang berpusat di Hong Kong tersebut memberikan kesempatan bagi JNE untuk mengembangkan wilayah hingga keseluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TiKi dan namanya, JNE mendapatkan keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

1.1.2 Visi & Misi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi untuk membuat perusahaannya maju, begitu juga dengan PT. JNE yang memiliki visi dan misi, yaitu sebagai berikut:

a. Visi JNE

- Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia
- Sukses hanya dapat dicapai melalui kerjasama usaha integral dalam perkembangan. Mendorong proses belajar dan berubah menuju pertumbuhan, kesempurnaan dan pencapaian keuntungan.
- Untuk menjadi perusahaan internasional yang sukses adalah penting bagi JNE untuk memiliki jaringan usaha yang kuat di Indonesia yang merupakan salah satu negara target investasi dan pasar yang strategis di mata dunia.
- Perpaduan layanan pengiriman, kepabeanan, pergudangan dan pendistribusian di bawah satu atap memberikan solusi bagi kebutuhan distribusi dunia 7 perdagangan melalui internet yang akan menjadi gaya hidup masyarakat modern pada abad mendatang.

b. Misi JNE

- Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten
- Melayani segenap lapisan masyarakat Indonesia baik perumahan maupun perkantoran dan industri melalui jaringan layanan pengiriman ekspres.
- Memadukan efektivitas, efisiensi dan fleksibilitas jasa yang prima untuk menjadikan JNE pilihan utama dalam pengiriman dokumen, paket dan kargo peka waktu di Indonesia.
- Menjadi sebuah perusahaan jasa ekspres nasional berstandar layanan internasional.

1.1.3 Logo Perusahaan

Logo JNE terdiri dari dua buah warna yaitu biru dan merah, serta terdapat garis melengkung yang dimulai dari datar dan kecil (awal) kemudian besar meruncing (akhir). Warna biru dipilih karena mencerminkan “*cool, calm but smart*”

dan font dibuat *italic* yang mencerminkan suatu kecepatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan. Warna merah mencerminkan **semangat, kekuatan, dinamis** dan **ambisi** yang terus meningkat.

Garis melengkung dapat diartikan sebagai usaha yang dimulai dari awal dan berkembang menjadi besar dengan selalu memperhatikan **ketajaman** serta **keakuratan**. Dengan satu garis yang melengkung membuat banyak makna serta mengartikan dari nama perusahaan itu mencerminkan suatu **efektivitas, efisiensi** dan **fleksibilitas** serta sejalan dengan misi perusahaan.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan JNE

sumber : (JNE, 2020)

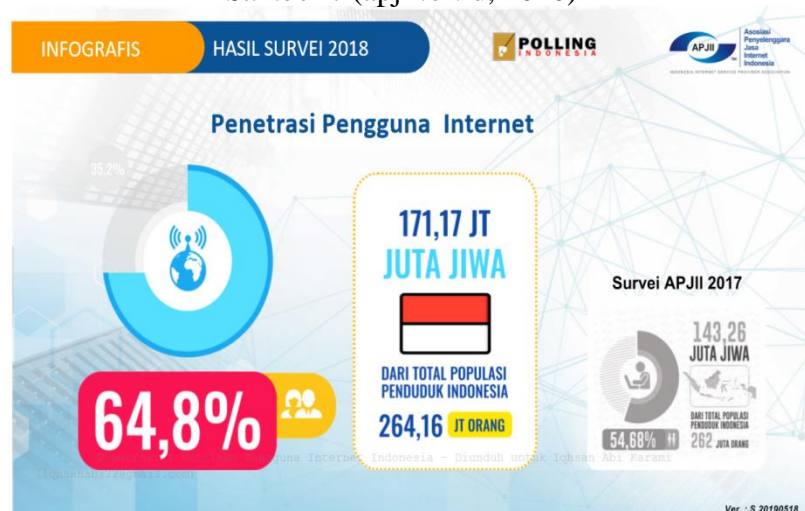
1.2 Latar Belakang

Pada era milenial saat ini perkembangan teknologi informasi semakin berkembang. Teknologi informasi merupakan teknologi yang berfungsi untuk membantu baik perorangan atau suatu grup dalam membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan informasi dan menyebarkan informasi. Hal ini sekarang mampu berkembang dengan cepat dan berkualitas (Liputan6.com, 2020). Diperkirakan masyarakat akan lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk kepentingan komunikasi, bisnis (jual beli barang), perbankan (mbanking, DANA, OVO, dan lain – lain). Hal ini didukung dengan adanya data sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Penetrasi Data pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2017

Sumber : (apjii.or.id, 2020)



Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2018

sumber : (apjii.or.id, 2020)

Gambar 1.2 diatas menjelaskan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2017 dengan angka pengguna internet mencapai 143,26 juta jiwa dan meningkat di tahun 2018 angka pengguna internet menjadi 171,17 juta jiwa. Melihat dari tahun ke tahun pengguna internet di Indonesia berkembang dengan pesat.

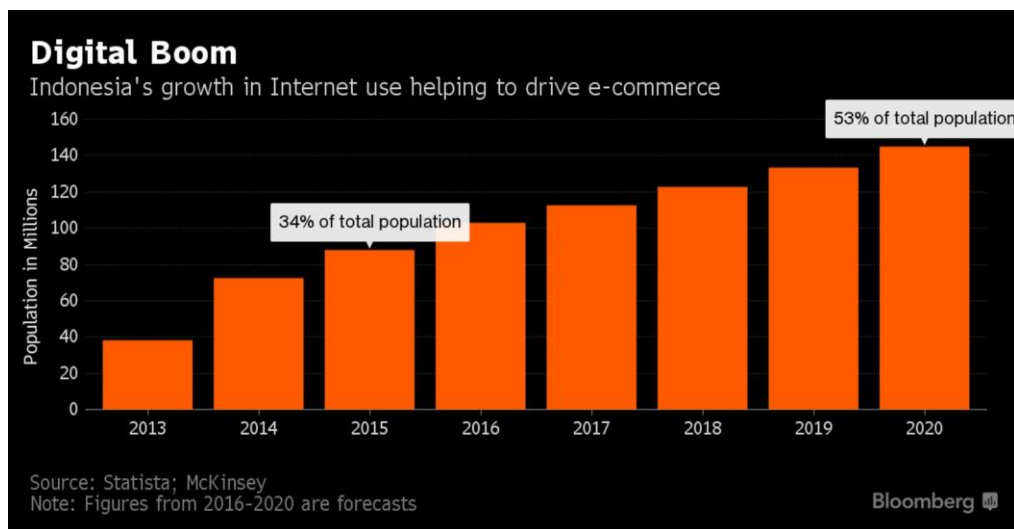
Manfaat dari internet adalah untuk pencarian informasi, pendidikan dan bisnis. Menurut data APJII, dari sekitar 171,17 juta pengguna internet di Indonesia, 147 juta jiwa atau 86 persen aktif melakukan belanja *online* ataupun bisnis *online* (CNN Indonesia, 2019). Pemanfaatan internet untuk kepentingan bisnis mulai berkembang pesat tiap tahun. Situs perbelanjaan *online* mulai bermunculan dan banyak dikunjungi seperti Tokopedia, Shopee, Blibli, Lazada dan lain sebagainya. Perubahan pola konsumsi masyarakat dalam berbelanja disebabkan adanya kesibukan sehingga toko *online* atau *online shop* menjadi salah satu cara yang efektif dan efisien dalam berbelanja. Adanya mekanisme transaksi atau alur transaksi pembelian barang secara *online*. Calon pembeli memilih barang yang diinginkan di sebuah laman *website*, kemudian melakukan pembayaran dengan mentransfer sejumlah uang kepada pemilik toko *online* dan kemudian pemilik toko *online* akan menggunakan jasa pengiriman. Di sinilah peluang jasa ekspedisi logistik bisa bermain karena kebutuhan akan jasa ekspedisi muncul ketika suatu barang perlu diangkut melalui jarak panjang dalam durasi waktu tertentu dari satu tempat ke tempat lainnya. Layanan tersebut disediakan oleh perusahaan yang umumnya berkonsentrasi pada transportasi dan logistik.

Indonesia adalah salah satu negara yang luas, membutuhkan adanya jasa logistik sebagai salah satu instrumen pendukung aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat. Salah satunya, adalah dengan semakin pesatnya peningkatan aktivitas belanja *online*, yang memudahkan masyarakat untuk dapat berbelanja kapan saja dan dimana saja. Perkembangan bisnis *online* yang sangat pesat belakangan ini membawa pertumbuhan juga pada segmen industri pengiriman atau logistik.

Dengan situasi saat ini di Indonesia sedang mengalami dampak pandemi *covid 19*, semakin meningkat pula pengguna internet. Sehingga otomatis meningkat pula kerja para jasa kurir yang ada. Dimana masyarakat lebih cenderung melakukan jual beli barang secara *online* daripada *offline*. Dikarenakan pembelian secara *online* lebih

murah, praktis, dan menghemat waktu. Bahkan kita bisa melakukan jual beli antar negara.

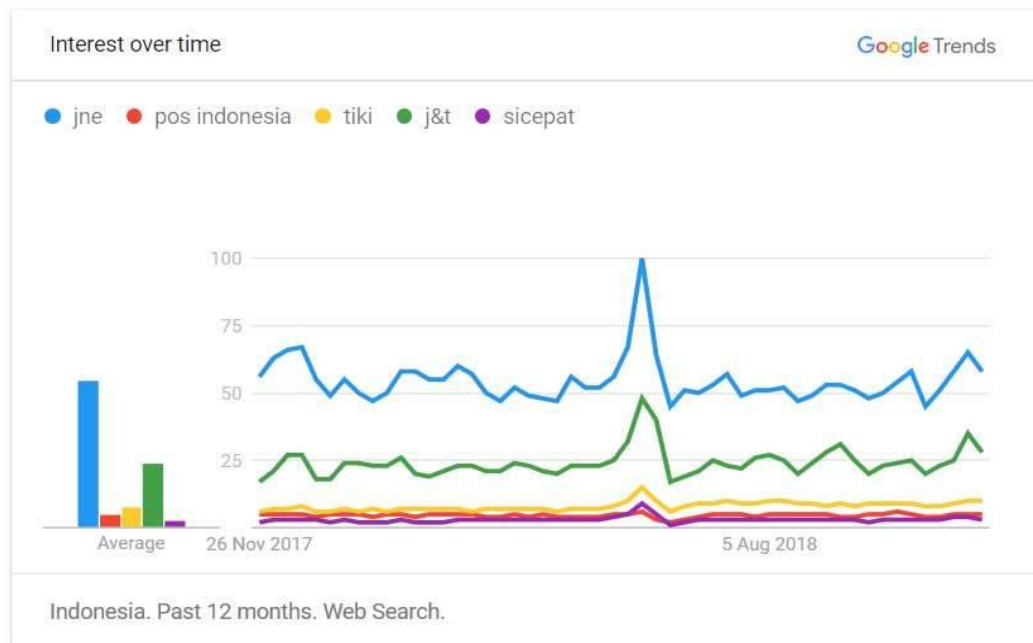
Dengan adanya hal ini, jasa kurir (domestik maupun internasional) menjadi jembatan untuk pengiriman barang – barang tersebut. Dalam hal ini JNE menjadi salah satu jasa kurir yang banyak diminati oleh masyarakat maupun *marketplace* yang ada di Indonesia khususnya. Adapun beberapa *marketplace* yang bekerja sama dengan JNE adalah Tokopedia, Shopee, Blibli, Lazada, JD.ID, dan lain – lain.



Gambar 1. 4 Pertumbuhan E-commerce di Indonesia

sumber : (lampost.co, 2020)

Gambar 1.4 diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan jual beli pada *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan pesat dari tahun ke tahun serta pada tingkat global mengalami peningkatan yang pesat juga ditiap tahunnya. Dengan berkembangnya *E-Commerce* terlihat dampak Pasar *E-Commerce* atau biasa disebut dengan transaksi yang pengirimannya dari *online*, di Indonesia saat ini semakin marak tumbuh dan berkembang dan semakin maju kian pesatnya (Wahyu Daniel, 2019). Dengan meningkatnya pengguna *e-commerce* di Indonesia, maka jasa kurir semakin dibutuhkan dalam mendistribusikan barang yang dibeli pada *e-commerce* tersebut. Dilihat dari luasnya wilayah Indonesia memaksa jasa kurir untuk memperluas jaringan usaha di tiap daerah, termasuk wilayah yang terpencil.



Gambar 1. 5 Jasa pengiriman terpopuler di Indonesia

sumber : (cekresi.com, 2020)

Gambar 1.5 diatas menjelaskan bahwa jasa pengiriman terpopuler di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2018 mengalami peningkatan, JNE telah berhasil mempertahankan posisi pertama sebagai jasa pengiriman terpopuler di Indonesia dan peringkat kedua diraih oleh J&T. Melihat JNE dan J&T sebagai jasa kurir yang sangat dikenal oleh kalangan Indonesia mereka ingin membuat *brand image* baik dan bagus di mata para konsumen. Selama ini JNE menjadi jasa kurir yang unggul dalam pengiriman barang akan tetapi semakin banyak persaingan, masyarakat sudah lebih pandai membandingkan jasa kurir yang lebih baik dalam pelayanannya. Adapun beberapa kompetitor JNE antara lain J&T Express (yang memiliki *ambassador* seorang *public figure*), Pos Indonesia, Sicepat Express.

Saat ini J&T Express adalah kompetitor utama dari JNE, dimana J&T selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dalam kecepatan pengiriman barang. J&T berdiri pada September 2015, dan langsung memiliki 1.025 cabang di Indonesia, sepuluh ribu Sprinter (kurir), dan 1.000 unit mobil di seluruh Indonesia (J&T, 2020)Maka dari itu J&T berani menawarkan hanya satu layanan pengiriman barang dalam waktu 2-3 hari sampai ke tujuan.

Sedangkan JNE memiliki sekitar 400 cabang di Indonesia 2014 (bisniskurir.com, 2020) Adapun juga kelebihan dan kelemahan JNE dan J&T, yaitu :

1. Waktu Operasional

Dari segi waktu operasional JNE dan J&T memiliki perbedaan yang cukup kentara. Kebanyakan *outlet* JNE melayani pengiriman barang setiap hari senin – sabtu pukul 08.00 – 20.00. Namun, barang yang datang setelah pukul 13.00 biasanya akan disertakan di pengiriman hari berikutnya. Sayangnya, *outlet – outlet* kecil JNE yang tersebar hingga cakupan kecamatan bersifat *franchise*. Karena itu, pengelolaannya diserahkan kepada masing – masing personal. Bukan tidak mungkin jika tiba – tiba agen tutup meski masih ada di jam operasionalnya. Berbeda dengan J&T, drop point J&T siap melayani Anda setiap hari bahkan ketika hari minggu maupun hari libur nasional. Bahkan, di hari raya keagamaan besar seperti lebaran pun, J&T Express masih melayani konsumennya. Karena drop point J&T Express dikelola dari pusat, jam operasionalnya pun seragam di cabang manapun.

2. Jumlah Cabang dan Keterjangkauan

Dilihat dari banyaknya jumlah cabang, JNE mengungguli jauh di atas J&T Express. Apalagi dengan sistem bisnis franchise, siapapun bisa jadi agen JNE meski berada jauh di pelosok sekalipun. Pengalaman JNE di bidang ekspedisi yang jauh lebih lama dibanding J&T Express juga membuat JNE bisa melebarkan sayapnya hingga ke setiap ujung – ujung Indonesia. Karena itu, layanan JNE juga menjangkau ke lebih banyak daerah dan kecamatan daripada J&T Express. Meskipun tertinggal sedikit di belakang, J&T Express bukan tidak mungkin menyalip JNE nantinya. Perlahan – lahan J&T Express juga akan berkembang dan memastikan layanan yang mereka berikan menjangkau daerah – daerah yang jauh dari perkotaan.

3. Pilihan Layanan

Kita perlu memberikan apresiasi lebih kepada JNE karena layanan yang diberikan untuk pelanggannya sangatlah beragam. Mulai dari layanan pengiriman reguler, ekspres (YES) hingga layanan JESIKA (Jemput Asi Seketika) untuk membantu ibu – ibu menyusui yang juga masih harus bekerja.

Sedangkan, J&T hingga saat ini hanya berfokus untuk menyediakan satu pilihan layanan pengiriman saja.

4. Layanan Jemput Paket

Dari sisi layanan jemput paket inilah letak terobosan ide J&T di bidang ekspedisi. Selain melalui *website* dan *call center*, J&T menyediakan jasa jemput paket di tempat lewat aplikasi saja. Menariknya, J&T tidak menetapkan tarif atau berat minimal untuk layanan jemput barang ini. Apapun paketnya, sprinter J&T siap menjemputnya ke destinasi. Layanan jemput paket JNE diberi nama JNE PIPO (Pick Up Point). Berbeda dengan layanan jemput dari J&T, di layanan JNE ini, si penerima yang akan menjemput barang kiriman ke agen yang telah ditentukan. Layanan ini ditujukan untuk mereka yang bermobilitas tinggi dan tidak selalu berada di satu tempat untuk menerima paket secara langsung.

Salah satu hal yang terpenting harus diperhatikan dalam meningkatkan layanan terhadap konsumen adalah komunikatif, keramah-tamahan, sopan santun dan kemampuan dalam menguasai jenis pelayanan yang dimiliki oleh JNE. Namun pada saat ini pelanggan sering mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh jasa kurir JNE, seperti : sering terlambatnya barang sampai ke tujuan, info posisi barang yang kurang jelas, barang yang diterima sering mengalami kerusakan (penyok, pecah dan lain – lain). Berikut ini adalah beberapa kasus yang telah dialami oleh para konsumen Indonesia :

1. JNE menghambat, barang tak kunjung dikirim

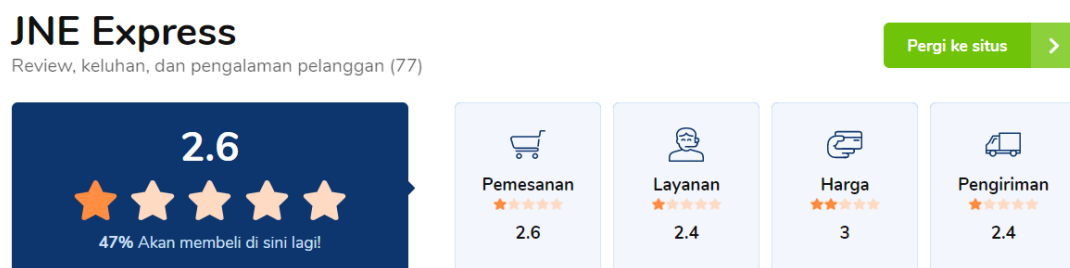
Ardini Eka, pada tanggal 9 Juli 2020. Mengalami masalah karena barang yang diterima pecah. Oleh karena itu paket tersebut dikembalikan dengan resi yang sama agar bisa langsung diterima oleh penjual dan pihak JNE sampai surat pembaca tersebut tidak kunjung diantarkan ke alamat pemilik sehingga Ardini kecewa terhadap *customer service* JNE (mediakonsumen, 2020)

2. Sangat kecewa menggunakan jasa JNE Trucking

Heru, pada tanggal 7 April 2020. Heru belanja di Tokopedia, membeli 3 buah unit computer dari toko *online* Bandung dengan pengiriman ke Kota Semarang. Setelah sepakat dan melakukan pembayaran, Heru menggunakan jasa

pengiriman JNE Trucking dengan estimasi 5-7 hari sampai ke alamat tujuan. Setelah paket dikirim ke Heru pun paket tersebut tak kunjung sampai juga dengan estimasi 5-7 hari. (mediakonsumen, 2020)

3. Acara lomba sudah lewat, paket JNE tak kunjung sampai
Andreas, pada tanggal 16 Maret 2020. Andreas memesan kaos – kaos untuk dipakai kompetisi sepeda. Kurir JNE pun menjemput paket dan siap untuk diantar dan JNE mengirim nomor resi kepada Andreas, setelah Andreas melihat nomor resi tersebut ternyata tujuannya salah input. Seharusnya paket tersebut dikirim ke Semarang ditulis ke Malang. (detik.com, 2020)
4. Respon dan pengiriman JNE sangat lambat
Henry merasa kecewa terhadap JNE karena pengiriman barang dari Padang ke Medan tidak ada *update* lagi dari barang Henry tersebut. Henry menyebut sangat tidak profesional pelayanan dari JNE. (mediakonsumen, 2020)



Gambar 1.6 JNE Express Review Konsumen

sumber : (Indonesia Review, 2020)

Berdasarkan gambar di atas merupakan keluhan dari 77 pelanggan JNE. Terlihat bahwa dari bagian pemesanan, layanan, pematokan harga dan pengiriman sangat tidak baik, karena masing – masing bagian mendapatkan *rating* satu bintang dibagian pemesanan, layanan dan pengiriman. Sedangkan bagian mendapatkan *rating* dua bintang dari konsumen pengguna JNE. Jika dilihat dari *website* indonesiaireview.co.id terlihat banyak keluhan dari pelanggan JNE yaitu : dokumen yang kotor, paket tak kunjung sampai ke penerima, paket telat sampai, paket tidak

dikirim, pelayanan yang buruk sehingga konsumen tidak akan menggunakan JNE dan lain –lain.

pelayanan terburuk

paket sy dikirim udh 2 minggu dari batam ke jakarta masih belum sampai, di tanya ke jne twitter, facebook, email ga direspon sama sekali, ditelp ga pernah ada operator yg nyambung, pernah terhubung sekali katanya paket sy masih di beacukai batam, tapi ditracking dalam proses transit dikota penerima, terus CSnya jg ga friendly dan jutek menjawab pertanyaanku, tidak ad menawarkan solusi apapun, sedangkan paket sy yg lain pake jasa sicepat hanya butuh 3-4 hari sampai, itu pun udh lewat beacukai batam, kapok sy pakai jasa sampah ini, pantasan aj bnyk subagen yg gulung tikar

Oleh: louwe15-10-2020

pelayanan BURUK

tinggalin aja JNE,
MENDING PAKE J&T , Si Cepat

Oleh: Doni14-10-2020

Gambar 1.7 Keluhan Konsumen JNE Express

Pada penelitian ini dilakukan pengukuran kualitas pelayanan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, karena setiap aktivitas atau tindakan pelayanan oleh perusahaan penyelenggara layanan perlu diukur untuk mendeteksi, mengetahui capaian – capaian riil yang telah dicapai terkait dengan visi, misi, dan tujuan pelayanan oleh perusahaan tersebut. Seringkali organisasi tidak optimal mencapai kinerja yang diharapkan bukan karena keterbatasan atau kemampuan perusahaan, melainkan karena perusahaan tidak cukup memberi perhatian tentang pengukuran atas kinerja layanannya, sehingga perusahaan tidak memahami apa yang telah dicapai dan apa yang belum dicapai akibatnya perusahaan berjalan tanpa sasaran perbaikan yang jelas.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis bermaksud untuk menganalisis kualitas pelayanan dan dampak terhadap loyalitas pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir. Maka dari itu penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG BANDUNG”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas peneliti mendapatkan rumusan masalah yang akan diuji. Pembahasan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan JNE di Kota Bandung ?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan JNE di Kota Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan JNE dengan tingkat loyalitas pelanggan di Kota Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan JNE di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan JNE di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan JNE dengan tingkat loyalitas pelanggan di Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini, diharapkan mampu menambah dan melengkapi wawasan keilmuan di bidang pemasaran, khususnya terkait dengan topik yang diteliti yaitu kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan konsumen JNE. Disamping itu beberapa penemuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan, baik dalam mengelola perusahaan di masa mendatang maupun mengembangkan strategi bisnis perusahaan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan ke depannya.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam memberikan gambaran dan arahan materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang tinjauan gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisa penelitian, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai gambaran bagi peneliti, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisa yang digunakan.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian serta pembahasannya terkait topik penelitian yang diangkat oleh peneliti.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan rekomendasi saran bagi perusahaan.