

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

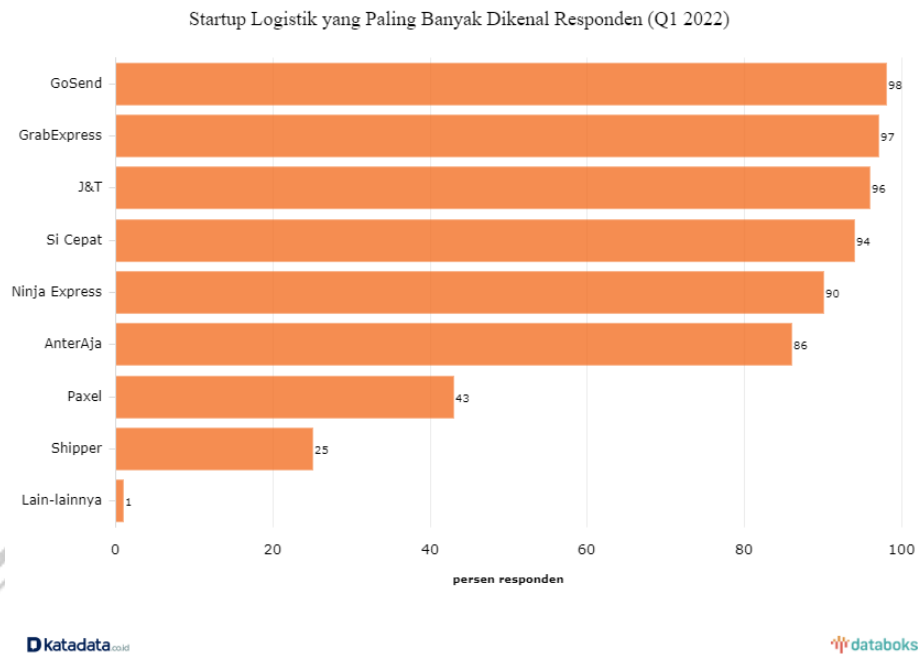
Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini semakin berkembang, terutama yang berkaitan dengan sarana transportasi. Transportasi merupakan sarana yang penting bagi masyarakat dalam menunjang aktivitas masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dalam sehari-hari. Transportasi juga dapat membantu aktivitas masyarakat seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang, dan lain sebagainya. Perkembangan sektor transportasi semakin membantu masyarakat dalam perekonomian, transportasi sudah termasuk salah satu kebutuhan bagi masyarakat sehingga peran jasa transportasi pun semakin hari semakin dibutuhkan. Selain untuk mobilitas masyarakat, transportasi juga menjadi sarana untuk pengiriman barang ke seluruh wilayah di Indonesia. Dalam hal ini jasa transportasi pengiriman barang berbasis online dapat membantu masyarakat dalam mobilitas pergerakan barang.

Pengiriman barang meningkat karena semakin banyaknya pola belanja online yang dilakukan oleh masyarakat baik dalam bentuk paket, dokumen, atau parsel sehingga membutuhkan penyedia jasa transportasi pengiriman barang yang efektif dan efisien. Jasa transportasi pengiriman barang berbasis online mendapatkan peluang lebih untuk berinovasi menyediakan jasa pengiriman yang selalu membuat masyarakat puas setiap menggunakan jasanya. Salah satu contoh adanya peralihan pola belanja masyarakat dari mendatangi langsung ke tempat penjual beralih menjadi belanja secara online. Belanja secara online melalui *e-commerce* sampai saat ini masih menjadi pilihan bagi masyarakat saat ini dikarenakan lebih praktis dan efisien karena tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk mendatangi penjual, dan harga yang ditawarkan oleh *e-commerce* cenderung lebih murah, bahkan terdapat variasi barang yang lebih banyak dan mudah ditemukan atau lebih mudah di akses. *e-commerce* atau yang biasa disebut perdagangan online merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. (Rohman, 2021)

Perubahan perilaku konsumen tersebut dari berbelanja langsung ke tempat penjual menjadi belanja secara online berdampak pada jasa akan kebutuhan pengiriman barang menjadi sesuatu hal penting dan sangat dibutuhkan. Jasa pengiriman barang saat ini telah menjadi kebutuhan dalam setiap pelaku bisnis online. Konsumen tentunya menginginkan pengiriman barang yang cepat, aman, dan murah. Seiring dengan perkembangan ekonomi di segala bidang, tingkat kebutuhan konsumen akan jasa juga semakin meningkat. Dari fenomena yang terjadi tersebut, dapat dipastikan jika selama roda produksi dan perdagangan masih terus berkembang maka kebutuhan akan jasa ekspedisi akan semakin meningkat.

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini, terutama pada kebutuhan jasa pengiriman yang mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta dampak dari berkembangnya teknologi yang ditandai dengan adanya bisnis toko online atau *e-commerce* seperti tokopedia, shopee, bukalapak dan lain sebagainya. Menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang, dengan ini banyak perusahaan yang berfokus pada konsumen. Semakin meningkatnya intensitas pola belanja konsumen secara online menjadi peluang yang menjanjikan bagi para perusahaan jasa ekspedisi. Dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap jasa pengiriman barang saat ini membuat persaingan perusahaan jasa pengiriman barang semakin tidak dapat terhindarkan. Untuk memenangkan persaingan perusahaan jasa ekspedisi harus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, menciptakan kepercayaan kepada konsumen, dan penetapan harga yang mampu bersaing untuk bisa memberikan nilai kepuasan yang maksimal kepada konsumen. Konsumen saat ini memiliki tuntutan nilai yang semakin besar terhadap jasa ekspedisi dikarenakan banyaknya pilihan mengenai jasa ekspedisi. (Achmad, 2020)

**Gambar 1. 1. Perusahaan jasa ekspedisi yang paling dikenal oleh konsumen**



Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) (2022)

Berdasarkan gambar 1.1. di atas diketahui bahwa di Indonesia sendiri saat ini sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang seperti Gosend, Grab express, J&T, SiCepat, Anteraja dll. Hal ini dikarenakan adanya faktor perkembangan teknologi dalam bidang logistik yang semakin berkembang. Salah satu perusahaan pengiriman barang yang banyak dikenal oleh responden yaitu Anteraja yang berada di urutan keenam.

Anteraja adalah salah satu perusahaan ekspedisi yang didirikan pada tahun 2019 dengan menyediakan pelayanan pengiriman barang yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Anteraja merupakan solusi bagi masyarakat Indonesia dalam hal melakukan pengiriman barang dengan memberikan kemudahan dan solusi logistik. Anteraja memberikan beraneka ragam layanan yang mampu membuat konsumen memilih Anteraja sebagai jasa pengiriman barang dan mampu menciptakan perasaan puas kepada konsumen. Keunggulan layanan yang diberikan oleh Anteraja kepada konsumen antara lain Anteraja memiliki jangkauan yang luas dengan pengiriman barang ke seluruh Indonesia, baik daerah perkotaan maupun daerah pedalaman yaitu dengan berbagai layanan yang diberikan antara lain; Anteraja *Next Day* yaitu jasa kirim barang yang hanya membutuhkan 1 hari untuk sampai ke tujuan, Anteraja *Same Day* yaitu jasa kirim barang yang dapat sampai pada hari layanan dipesan atau hari itu juga, dan Anteraja Reguler yaitu layanan kirim barang yang membutuhkan waktu 1 sampai dengan 2 hari untuk sampai ke tujuan. (Anteraja, 2020)

Ditengah banyaknya persaingan saat ini dan telah banyak berdiri perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang seperti Gosend express, Grab express, J&T express, JNE, TIKI, SiCepat dan lain sebagainya. Anteraja harus terus berinovasi dalam peningkatan kualitas pelayanannya, hal ini menjadi pekerjaan yang tidak bisa disepelekan oleh Anteraja tentang bagaimana cara mempertahankan perusahaannya ditengah persaingan. Karena apabila Anteraja tidak ada upaya serta terobosan baru maka bisa saja Anteraja akan ketinggalan dalam memenangkan persaingan. Dan tentunya dalam upaya-upaya tersebut dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan bagi para pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan dari berbagai upaya yang telah dilakukan oleh perusahaan. Karena apabila pelanggan merasa puas maka besar kemungkinan pelanggan akan datang kembali dan menjadi pelanggan tetap sehingga *income* perusahaan juga semakin meningkat. Menurut Kotler dan Keller (2008) kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk

(atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan yaitu faktor penting yang menjadi keinginan setiap perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan memuaskan kebutuhan pelanggan agar bisa membuat perusahaan lebih unggul dalam persaingan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Menurut Soegoto (2013) kepuasan pelanggan merupakan perasaan para pelanggan yang muncul ketika membandingkan suatu produk atau jasa dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk yang ada, perasaan itu berupa kesenangan atau kekecewaan. Pelanggan akan merasa tidak puas apabila pelayanan produk atau jasa yang diharapkan tidak sesuai kenyataan. Apabila pelayanan produk atau jasa tersebut baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan itu merupakan respon para pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang telah dirasakan oleh harapan sebelumnya setelah menggunakan produk atau jasa.

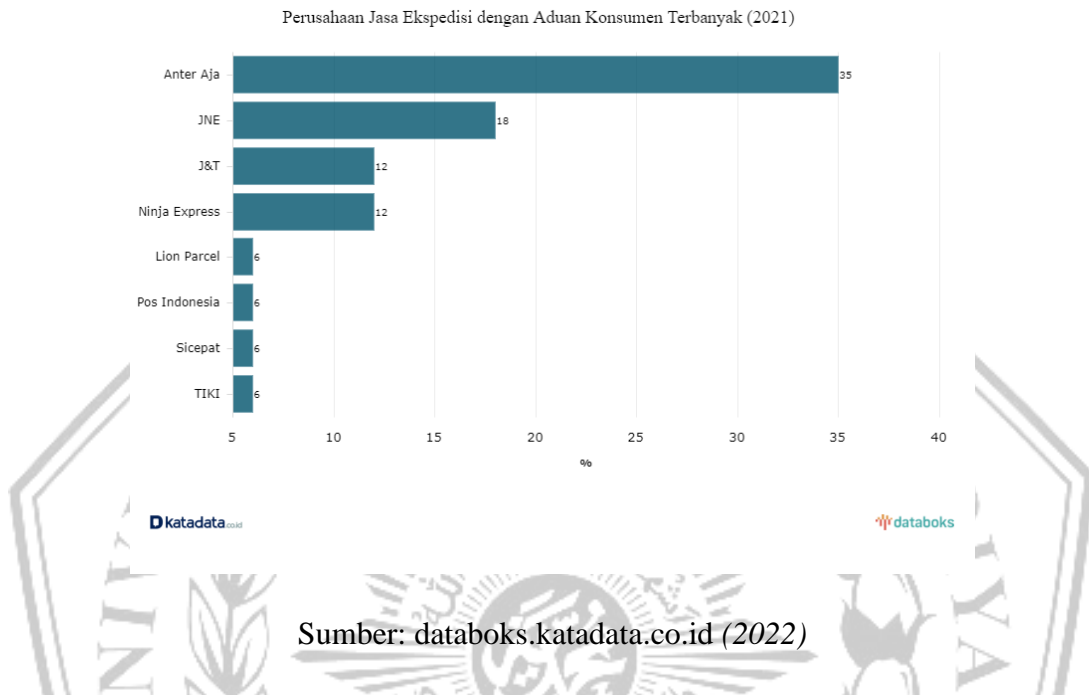
Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Apabila kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap barang atau jasa tersebut terpenuhi atau melebihi harapannya, maka konsumen akan cenderung memakai ulang produk atau jasa dari suatu perusahaan. Begitupun sebaliknya, apabila kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap barang atau jasa tersebut tidak terpenuhi atau bahkan jauh dari yang diharapkan konsumen, maka konsumen akan kehilangan minat untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa dari suatu perusahaan tersebut.

Menurut Maulana (2016) kualitas layanan merupakan serangkaian kegiatan unggul dari perusahaan yang diharapkan bisa memenuhi harapan atau keinginan pelanggan dari segala aspek karakteristik produk barang atau jasa. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai kesuksesan, serta pelayanan yang berkualitas juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ekspedisi maka akan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut di mata pelanggan, sehingga kualitas layanan sudah seharusnya menjadi perhatian utama yang harus diperhatikan sebagai perusahaan jasa ekspedisi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyati dan Seminari (2020) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan pada layanan ekspedisi akan semakin meningkat. Namun, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khamali dkk (2018) kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Marlina dkk (2021) kepercayaan merupakan suatu kesediaan satu pihak untuk menerima suatu resiko dari pihak lain yang dipercaya didasari atas keyakinan dan harapan bahwa pihak yang dipercaya dapat diandalkan serta melakukan tindakan yang sesuai dengan ketentuan dan harapan. Para pelaku bisnis online sebagai pengguna jasa pengiriman kini semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman, hal ini di akibatkan karena tingkat pilihan pada industri jasa pengiriman semakin tinggi serta peristiwa atau kasus hilangnya barang atau paket milik pelanggan, sehingga suatu perusahaan jasa pengiriman harus mampu menciptakan kepercayaan kepada pelanggannya, yaitu dengan cara menjamin barang dari pelanggan tersebut sampai ke pihak yang dituju dengan keadaan utuh. Kepuasan konsumen akan tercipta apabila perusahaan telah memberikan kepercayaan dengan kinerja yang bagus dari perusahaan. Karena dengan kinerja yang baik maka dapat memberikan jaminan keamanan terhadap paket yang diantarkan oleh kurir dari sebuah perusahaan ekspedisi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendayana dan Sari (2021) bahwa

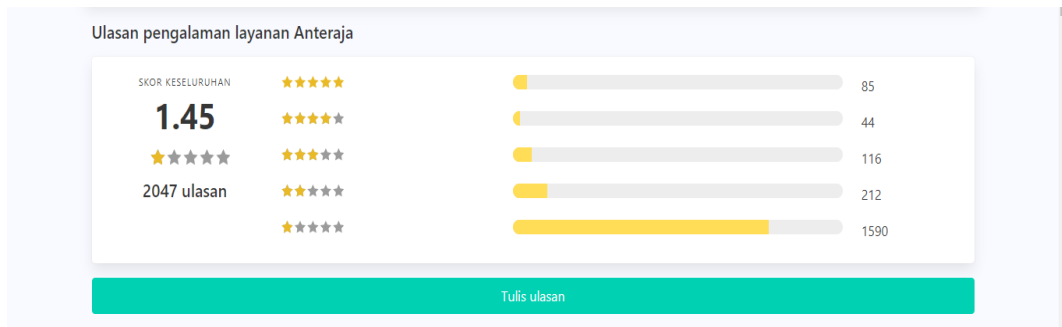
kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh Ridwan dan Muhajirin (2021) kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Gambar 1. 2. Data perusahaan ekspedisi dengan keluhan terbanyak**



Berdasarkan pada gambar 1.2. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melaporkan, sebanyak 3,2% dari total 535 aduan selama 2021 merupakan keluhan mengenai perusahaan jasa ekspedisi atau pengantar paket. Anteraja menjadi perusahaan jasa ekspedisi dengan jumlah aduan terbanyak. Aduan soal Anteraja mencakup 35% dari total aduan terhadap perusahaan jasa ekspedisi. JNE berada di peringkat kedua dengan 18% dari total aduan. Perusahaan jasa ekspedisi multinasional, J&T dan Ninja Express berada di peringkat selanjutnya dengan persentase yang sama yakni 12%. Adapun, perusahaan jasa ekspedisi Lion Parcel, Pos Indonesia, Sicepat, dan TIKI sebesar 6%. Permasalahan utama pengaduan jasa ekspedisi adalah karena barang yang hilang (41%). Berikutnya 18% merupakan soal barang tidak boleh diambil oleh kurir. Masalah aduan tentang barang yang tidak sampai sebesar 18% dan harga pengiriman yang tidak sesuai sebesar 12%. Adapun aduan soal barang rusak dan estimasi pengiriman sebesar 6%. (Rizaty, 2022)

**Gambar 1. 3. Ulasan Pengalaman Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja**



Sumber : *Lacako.com (2023)*

**Tabel 1. 1. Data terbaru mengenai jenis keluhan dari ulasan Konsumen Jasa Ekspedisi Anteraja**

No.	Jenis Keluhan
1.	Proses <i>Pick Up</i> paket sangat lama dan Pengiriman Anteraja Malang sangat lambat
2.	<i>Customer Service</i> kurang menanggapi dan mengecewakan
3.	Etika kurir yang kurang baik atau kurang ramah
4.	Pelayanan tidak sesuai dengan perjanjian yang ditentukan oleh karyawan
5.	Estimasi pada layanan yang telah ditentukan tidak sesuai dengan yang pelanggan harapkan

Sumber: *lacako.com (2023)*

Pada tabel 1.1 merupakan jenis keluhan dari ulasan konsumen yang tentu saja sudah bertransaksi pada Anteraja. Untuk data tersebut diambil berdasarkan rating satu karena memiliki jauh lebih banyak ulasan dari rating lainnya dan ulasan yang paling berguna bagi konsumen lainnya. Berdasarkan uraian di atas mengenai permasalahan yang terjadi pada Anteraja, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul berdasarkan paparan sebelumnya. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi Anteraja di Kota Malang”



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka hal-hal yang jadi permasalahan dalam penelitian ini ada tujuh pertanyaan yang dirumuskan adalah:

1. Bagaimana Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dituliskan dalam penelitian ini bertujuan agar tetap pada substansi dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini seperti, penelitian ini merupakan penelitian yang diambil secara online, luas lingkup dibatasi hanya untuk konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa ekspedisi Anteraja di Kota Malang.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan memperoleh bagi pihak yang terkait antara lain:

### 1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi Anteraja.

### 2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi Anteraja, dengan harapan dapat membawa perusahaan tersebut dan pihak yang bersangkutan menuju ke arah yang lebih baik.

