

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejauh berkembangnya era digital saat ini, semakin tinggi pula tingkat keketatan dunia bisnis yang menjadi alasan para pengusaha sadar dengan misi bagaimana cara untuk menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin bervariasi. Tuntutan tren gaya hidup praktis di masa mendatang menjadi bayangan jelas dengan beralihnya aktivitas jual beli langsung menjadi jual beli via *online*.

Aktivitas atau pasar digitalisasi biasa disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* muncul dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat *modern* yang menuntut kemudahan dan kecepatan di berbagai hal. *E-commerce* merupakan tempat terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya.¹ *E-commerce* terbagi menjadi dua segmen yaitu perdagangan antar pelaku usaha (*Business E-commerce*) dan perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen (*Business to Consumer E-commerce*).² Segmen *Business to Business E-commerce* memiliki jumlah transaksi lebih tinggi sehingga cenderung banyak ditemui saat ini, di sisi lain *Business to Consumer E-commerce* pun mempunyai tempat tersendiri yang kehadirannya cukup potensial. Terbukti dengan jumlah toko *online* yang terus meningkat, hal tersebut beriringan dengan perkembangan jumlah pengguna internet. Melihat peluang ini memacu keinginan para penjual konvensional berpindah haluan untuk menjual produknya via internet.

Seiring dengan perkembangan *E-commerce* yang tinggi di Indonesia, secara langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan penyediaan jasa layanan logistik. Dampak dari pertumbuhan volume produk yang kian meningkat dan permintaan yang tinggi dari pengguna jasa layanan logistik, maka terbentuknya situasi dimana penyedia jasa layanan logistik pun semakin berkembang.³ Selain itu,

¹ Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 18.

² Dwi Putra Jati Ariwibowo, "Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*", *Jurnal Nominal* 2 no 1 (2013): 15.

³ Syafrida Hafni Sahir dkk, *Gagasan Manajemen*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 61.

jasa layanan logistik merupakan ujung tombak *E-commerce*, karena kualitas layanan logistik yang baik dapat berpengaruh pada minat pelanggan terhadap penggunaan *E-commerce*.

Pertumbuhan jasa layanan logistik ini tidak hanya dinikmati oleh pengguna jasa di kota besar, namun merata di seluruh daerah, karena pengguna *E-commerce* sekarang tersebar baik di kota besar maupun di daerah pedesaan. Sehingga kebutuhan akan jasa layanan logistik ini mencakup seluruh Indonesia. Bahkan hasil data penelitian *GlobalWebIndex* pada tahun 2020 Indonesia menjadi negara adopsi *E-commerce* tertinggi di dunia dengan prosentase sebesar 90%.⁴ Hal ini membuktikan bahwa Indonesia mempunyai kesempatan yang cukup menjanjikan pada pengembangan jasa layanan logistik ke depan.

Berbagai hambatan yang dihadapi pada pengembangan jasa layanan logistik ini seperti infrastruktur yang tidak memadai, ketiadaan aturan undang-undang, jaminan keamanan dan terpenting sumber daya manusia yang belum maksimal. Bahkan jika itu menimbulkan risiko, mengabaikan ketrampilan pada kemajuan teknologi akan berakibat negatif di masa mendatang. Hal ini dikarenakan Indonesia ternyata telah menjadi bagian dari pasar *E-commerce* dunia, sehingga keterbukaan, sifat proaktif serta antisipatif merupakan alternatif yang yang dapat dipilih dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi.

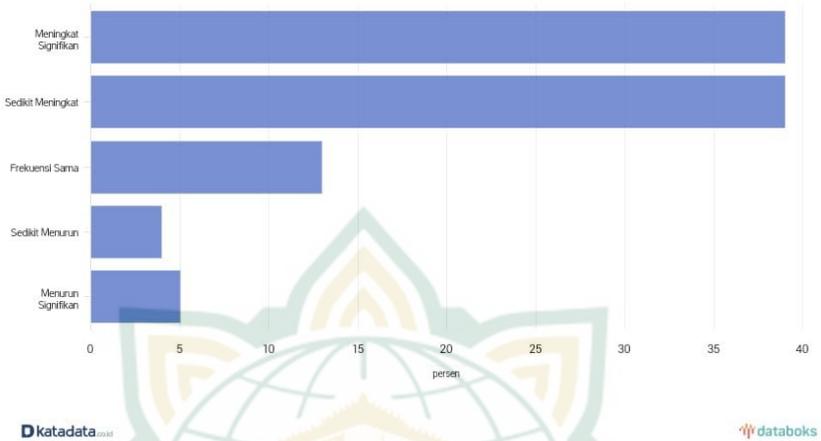
Pada masa pandemi penggunaan jasa layanan logistik mengalami peningkatan yang tinggi, hal ini sejalan dengan hasil survei cepat yang dilakukan MarkPlus, Inc. Di bawah ini merupakan tabel frekuensi penggunaan jasa layanan logistik selama pandemi *covid-19* pada tahun 2020:⁵

⁴ Mohammad Djufri, “Penerapan *Web Scraping* untuk Penggalan Potensi Pajak,” *Jurnal BPPK* 13, no. 2 (2020): 65.

⁵ Survei MarkPlus: Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir Meningkat saat Pandemi, <https://databoks.katadata.co.id/survei-markplus-frekuensi-penggunaan-jasa-kurir-meningkat-saat-pandemi> diakses pada tanggal 14 Januari 2022 pukul 11:29 WIB.

Gambar 1.1

Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir selama Pandemi Covid-19



Sumber : MarkPlus, Inc., 2020

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa selama masa pandemi *covid-19* pada tahun 2020 pengguna jasa layanan logistik dalam melakukan pengiriman barang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Survei *MarkPlus, Inc.* dilakukan terhadap 122 responden diseluruh Indonesia dengan 59,8% berasal dari Jabodetabek dan 41,2% non-Jabodetabek. Hasil survei tersebut secara rinci, ada 39% responden yang mengaku frekuensi pengguna jasa pengiriman meningkat signifikan saat pandemi. Sebanyak 39% responden menyatakan pengguna jasa pengiriman sedikit meningkat. Kemudian, 13% responden menyatakan frekuensi penggunaan jasa pengiriman tidak berubah dibandingkan sebelumnya. Sebanyak 4% responden mengaku pengguna jasa pengiriman sedikit menurun saat pandemi. Sementara, 5% responden menyatakan penggunaan jasa pengiriman menurun signifikan pada saat pandemi.⁶

Pada masa pandemi *covid-19* jasa layanan logistik dianggap memiliki peluang besar, tercatat sejumlah perusahaan jasa layanan logistik mengalami kenaikan rata-rata 80%.⁷ Semakin meningkatnya jumlah pemesanan ditunjang juga layanan yang berkembang oleh jasa

⁶ Survei MarkPlus: Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir Meningkat saat Pandemi, <https://databoks.katadata.co.id/survei-markplus-frekuensi-penggunaan-jasa-kurir-meningkat-saat-pandemi> diakses pada tanggal 14 Januari 2022 pukul 11:29 WIB.

⁷ Dampak Wabah Virus *Corona* terhadap *E-commerce* dan Industri Kurir, <https://supplychainindonesia.com/dampak-wabah-virus-corona-terhadap-e-commerce-dan-indusri-kurir/> diakses pada 15 Januari 2022 pukul 14:51 WIB.

pengiriman, membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan di masa pandemi.⁸ Keterbatasan mobilitas di masa pandemi menjadi salah satu alasan intensitas masyarakat meningkat dalam menggunakan jasa layanan logistik. Selain itu, adanya jasa layanan logistik membantu pemerintah dalam membatasi mobilitas masyarakat sesuai dengan program pencegahan penyebaran virus *COVID-19*.

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa layanan logistik. Salah satu faktor yang diindikasikan mempengaruhi penggunaan jasa layanan logistik adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan suatu ukuran pada nilai layanan yang telah diterima oleh pelanggan dalam perubahan situasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Manifestasi suatu kualitas dapat dilihat dari konsistensi serta kontribusi berorientasi pada persepsi konsumen, produk barang atau jasa, mekanisme atau proses. Kualitas jasa layanan dapat diukur dengan beberapa indikator antara lain seperti: *Tangible* (berwujud), *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).⁹ Representatif berjalan atau tidaknya pengukuran suatu kualitas dapat dinilai dari manfaat kualitas yang diperoleh. Manfaat kualitas berhubungan dengan nilai yang diterima pelanggan selama menggunakan layanan jasa sehingga nilai pelanggan dapat berbentuk sesuai dengan manfaat kualitas yang diterima.¹⁰

Hasil dari penelitian terdahulu terkait variabel kualitas layanan yang dilakukan Alant Junaedi, menyatakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan jasa layanan logistik.¹¹ Penelitian yang dilakukan Reno Candra Wahyuni, Mohammad Sofyan, Altofu Rohman dan R Ananda Irshar Maha Adiprayitno juga bersama-sama menyatakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa layanan logistik. Sebaliknya

⁸ Alie Sadikin dan Daru Susanti, "Peluang Usaha Kurir *Online* terhadap Peningkatan Ekonomi dan Penyerapan Tenaga Kerja di Masa Pandemi *COVID-19*," *Jurnal Pembangunan* 1, no 1 (2020): 28.

⁹ Syafrida Hafni Sahir dkk, *Gagasan Manajemen*, 62.

¹⁰ Syafrida Hafni Sahir dkk, *Gagasan Manajemen*, 63.

¹¹ Alant Junaedi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Logistik JNE" *Jurnal OE* 6, no 2 (2014): 148.

penelitian yang dilakukan Putranto variabel kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan.¹²

Pengiriman merupakan aktivitas pendistribusian produk logistik dan jasa produsen kepada konsumen. Ketepatan pengiriman mengacu pada interval waktu antara penempatan pesanan dan pengiriman aktual lokasi yang diinginkan pembeli yang merupakan salah satu aspek kemampuan yang diperlukan dalam penyedia jasa layanan logistik karena ketepatan pengiriman merupakan layanan nilai tambah utama dalam banyak *E-commerce*.¹³ Konsep ketepatan pengiriman perlu didukung menggunakan berbagai elemen pendukung yang terdiri dari sumber daya manusia yang unggul, representatif, visi dan misi yang terukur dan memiliki kualitas bersaing yang agresif. Sementara itu, ketepatan pengiriman mengarah pada hubungan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan memperhatikan beberapa aspek seperti: menumbuhkan kesetiaan pelanggan, meningkatkan kepercayaan konsumen, adanya kepedulian pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta sikap mempertahankan royal pelanggan.¹⁴

Hasil penelitian terkait variabel ketepatan waktu pengiriman yang dilakukan Ardian Tri Bawono, Freddy J. Rumambi, dan Jones Zenas Rante menyatakan bahwa ketepatan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa layanan logistik.¹⁵ Sebaliknya hasil penelitian yang dilakukan alfan Erdi Jozuna dan Citra Kusuma Dewi, menunjukkan bahwa variabel ketepatan pengiriman tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa layanan logistik.¹⁶

¹² Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan" *Diponegoro Journal of Management* 7, no 4 (2018): 2.

¹³ Alfan Erdi Jozuna dan Citra Kusuma Dewi, "Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust*, dalam Menciptakan *Attitude* Shopee Express dan Niat Pembelian *Online* di Shopee" *Jurnal E-Proceeding Of Mangement* 7, no 2 (2020): 6335.

¹⁴ Syafrida Hafni Sahir dkk, *Gagasan Manajemen*, 64.

¹⁵ Ardian Tri Bawono, dkk., "Pengaruh Integrasi Logistik dan Kinerja Rantai Pasok terhadap Ketepatan Distribusi Barang dan Dampaknya pada Pertumbuhan Perusahaan PT. Yicheng Logistics," *Jurnal Manajemen dan bisnis* 5, no 2 (2019): 21.

¹⁶ Alfan Erdi Jozuna dan Citra Kusuma Dewi, "Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust*, dalam Menciptakan *Attitude* Shopee Express dan Niat Pembelian *Online* di Shopee", 6341.

Kebijakan penetapan ongkos kirim (harga) adalah suatu strategi penting dalam pemasaran suatu produk, karena berpengaruh terhadap nilai, citra produk dan keputusan konsumen. Harga adalah faktor utama yang harus ditentukan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk dan layanan, serta persaingan. Harga merupakan suatu yang diberikan dalam pertukaran uang dengan barang atau jasa, maupun pengorbanan waktu pada proses transaksi atau pengiriman.¹⁷

Hasil penelitian terdahulu terkait variabel ongkos kirim (harga) yang dilakukan Alant Junaedi, menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa layanan logistik.¹⁸ Penelitian yang dilakukan Mohammad Sofyan, Ahmad Junaidi, dan Nor Fitri Rahmawati, menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif tapi tidak signifikan.¹⁹

Penelitian ini akan meneliti salah satu perusahaan yang bergerak pada jasa layanan logistik yang bisa disebut dengan JNT Express. Perusahaan jasa layanan logistik JNT Express berdiri pada bulan agustus 2015 di Pluit, Jakarta Utara, perusahaan JNT Express ini termasuk perusahaan layanan logistik baru. Namun perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan lain dan berkembang pesat, dapat dibuktikan dari banyaknya gerai *drop point* di banyak lokasi di Indonesia.²⁰

Berdasarkan survei *top brand index* (TBI) 2020 JNT Express meraih *Top Brand Award* 2020 kategori *courier service* di Indonesia, dibuktikan dengan perolehan hasil yang progresif setiap tahunnya sebesar 21,3%. Survei kategori jasa layanan logistik ini melibatkan 12 ribu responden dari kota besar di Indonesia.²¹

¹⁷Retno Candra Wahyuni Dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT POS Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Semarang,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 9, No 1 (2020): 3.

¹⁸ Alant Junaedi, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Logistik JNE”, 149.

¹⁹ Mohammad Sofyan dkk, “Analisis Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi PT Kadiri Logistik Cargo”, *Jurnal SENMABIS*, (2021): 9.

²⁰ JNT Express, <https://www.tribunnewswiki.com/amp/2021/02/08/jt-express> diakses pada 16 Januari 2022 pukul 12.05 WIB.

²¹ JNT Express Raih Penghargaan *Top Brand Award* 2020 untuk Ketiga Kalinya, <https://www.topbrand-award.com/2020/08/jt-express-raih-penghargaan->

Berdasarkan uraian permasalahan di atas pada penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Ongkos Kirim terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Logistik JNT Express”. Menggunakan variabel dependen (Y) adalah Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Logistik. Serta variabel independen (X) adalah Kualitas Layanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan Ongkos Kirim (X3).

B. Rumusan Masalah

Bersumber pada adanya uraian sebelumnya, pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan dan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express?
3. Apakah ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang di atas, adapun penelitian dilakukan dengan tujuan yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express
2. Untuk menguji pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express
3. Untuk menguji pengaruh ongkos kirim terhadap keputusan penggunaan jasa layanan logistik pada JNT Express

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi, tambahan literatur kepustakaan dan bahan referensi penelitian selanjutnya, khususnya untuk jenis penelitian yang membahas mengenai penggunaan jasa layanan logistik.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengguna jasa layanan logistik sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan dapat

menambah wawasan serta pengetahuan akan fenomena yang terjadi bagi pembaca.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian tersusun dengan tiga bagian yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini meliputi halaman judul, pengesahan mejelis penguji ujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman *transliterasi* arab-latin, kaa pengantar, daftar isi, daftar table dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi ini adalah bagian terpenting dari skripsi yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini, menjelaskan dan menerangkan tentang meode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi, jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini, merupakan bab inti di mana di dalamnya berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran obyek penelitian dan analisis data.

BAB V : Penutup

Pada bab ini adalah bagian bab terakhir yang berisi simpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini, berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.