

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju dan teknologi yang semakin berkembang membuat dunia bisnis semakin mengalami peningkatan. Perkembangan ini juga dirasakan pada perusahaan penyedia jasa, pada saat ini para pelaku bisnis tersebut dituntut untuk berinovasi dan mengembangkan usahanya agar selalu mengalami peningkatan dan terlepas dari persaingan. Perkembangan dalam ruang lingkup perusahaan jasa dapat dilihat dari perilaku konsumen yang membutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan diharapkan dapat memuaskan konsumen. Baik atau buruknya tingkat pelayanan pada suatu perusahaan jasa dapat dilihat melalui pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan, sehingga menjadikan nilai untuk perusahaan tersebut dapat dikenal dikalangan masyarakat luas.

Semakin berkembangnya bisnis *e-commerce* dan *online shop* pada saat ini sangat berdampak pada perusahaan jasa pengiriman. Setiap individu pasti membutuhkan jasa pengiriman barang yang aman, cepat dan terjangkau. Perusahaan jasa pengiriman berlomba-lomba dan bersaing untuk menjadi pilihan pengiriman bagi konsumen. Perusahaan-perusahaan jasa yang sedang bersaing adalah JNE, Si Cepat, Fedex, Pos Indonesia, JNT, Tiki, Wahana dan lain-lain.<sup>1</sup> Bisnis pengiriman barang dimasa ini tengah mengalami perkembangan yang sangat signifikan, dan sesuai perkembangan transaksi online dan dunia bisnis online di Indonesia. Salah satu dari perusahaan dalam bidang jasa pengiriman barang atau logistik adalah PT. Pos Indonesia. Pertumbuhan bisnis jasa pengiriman dari PT Pos Indonesia dapat dinyatakan kalah dalam berlomba dengan perusahaan jasa pengiriman lain yang lebih sigap dan kreatif, dapat diketahui melalui antisipasi yang kurang terhadap model

---

<sup>1</sup>Shintia Juniariska, N. Rachma, and alfian budi Primanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol)," *Journal riset Manajemen* 9 (2020): 143–156

bisnis logistik dan perubahan zaman. Selain kekalahan dalam persaingan dengan perusahaan jasa lain, PT. Pos Indonesia ketika melayani para konsumen masih terdapat kertertinggalan yang dapat mengakibatkan berkurangnya pelanggan yang menggunakan jasa tersebut.<sup>2</sup> Berbeda jika dibandingkan dengan PT JNE yang termasuk salah satu perusahaan dalam bidang pengiriman barang di Indonesia. PT JNE telah berdiri pada tahun 1990, dan telah memberi layanan pengiriman barang baik didalam negeri maupun luar negeri. PT JNE mempunyai kelebihan dari segi pelayanan kepada pelanggan yaitu *customer service* dan pelayanan pelacakan terhadap barang milik pelanggan yang baik. PT JNE juga cepat beradaptasi dalam perkembangan teknologi yang sedang berkembang sehingga mampu memudahkan pelanggan untuk melacak keberadaan barang dengan fitur resi serta status dari pengiriman yang diakses dengan website. Selain itu, JNE juga mempunyai banyak cabang yang mudah ditemukan diberbagai daerah.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, ketika kualitas pelayanan yang dirasa dan diterima semakin tinggi, akan memunculkan rasa puasa konsumen yang semakin tinggi dan akan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk mencukupi suatu kepentingan atau keperluan, serta untuk membalas harapan seorang konsumen dalam ketepatan dalam melakukan penyampaian.<sup>4</sup> Selain kualitas pelayanan yang diberikan pada setiap konsumen, harga juga memiliki harapan untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan konsumen. Pelanggan merasa penentuan harga harus sesuai dengan kualitas yang diberikan dan menimbulkan rasa kepuasan.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>Ibid.

<sup>3</sup>Dikaprio Dewantoro, Lina Aryani, and Faisal Marzuki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan Jne," *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar 1*, no. 1 (2020): 278–293.

<sup>4</sup>Juniariska, Rachma, and Primanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol)."

<sup>5</sup>Erni Setyowati and Wiyadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Manajemen Daya Saing* 18, no. 2 (2017): 102.

Allah berfirman dalam Al-Qu'ran surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ  
 وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ <sup>ط</sup> وَلَا تَيْمَمُوا الْخَيْثَ  
 مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ <sup>ج</sup>  
 وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ <sup>٢٦٧</sup>

Artinya : “ hai orang – orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah ) sebagian dari usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan jaganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS, Al-Baqarah (2):267).

Penjelasan dalam ayat di atas menyatakan bahwa islam sangat memperhatikan suatu pelayanan berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menerangkan bahwa pelayanan berkualitas tidak sekedar melayani atau mengantar tetapi juga mengerti, merasakan dan memahami. Dengan demikian, penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkuat posisi di dalam *mind share* pelanggan. Dari kedua faktor tersebut akan membuat kesetiaan pelanggan menjadi bertambah kuat.<sup>6</sup>

Tidak sekedar tentang pelayanan yang berkualitas, perusahaan jasa juga perlu mengawasi ketepatan waktu dalam pengiriman barang yang akan dilakukan, waktu pengiriman merupakan kurun waktu saat konsumen memesan barang

---

<sup>6</sup>Sunardi and Sri Handayani, “Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesi,” *Lincoln Arsyad* 3, no. 2 (2014): 1–46,

sampai barang itu mendarat di tangan pelanggan. Karena menjadi salah satu dari point yang krusial dan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>7</sup>

Ketepatan waktu merupakan suatu yang sangat penting untuk perusahaan bidang jasa. Maka dari itu, ketepatan waktu pengiriman yang sesuai dengan pengiriman produk atau barang yang merupakan pendekatan dalam strategi pemasaran. Ketepatan waktu pengiriman yang berkualitas yaitu saat ketepatan waktu pengiriman yang ditentukan sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh pemakai itu, dan sebaliknya ketika ketepatan waktu pengiriman yang telah diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka ketepatan waktu pengiriman tersebut menjadikan pelayanan yang kurang berkualitas sehingga dapat membuat konsumen kecewa dan tidak berkenan lagi menggunakan jasa tersebut.<sup>8</sup>

Ketidakpastian waktu pengiriman produk atau barang dengan waktu yang sudah disepakati layanannya dan kurang informasi tentang lokasi terkini dari suatu pengiriman barang dan akan menjadi kesulitan pelanggan untuk mengecek status pengiriman yang telah dibayar. Hal ini adalah salah satu keadaan yang akan menurunkan perasaan puas pelanggan, untuk memenuhi kepuasan konsumen perusahaan membuat *web trace and tracking* atau sistem pelacak online. Namun dalam sistem pelacak online tersebut kerap terjadi permasalahan dimana saat status pengiriman berhenti tetapi barang tersebut juga belum sampai ketangan penerima. Hal tersebut akan menjadi penilaian untuk perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen menjadi puas.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Dewantoro, Aryani, and Marzuki, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne.”

<sup>8</sup>Juniariska, Rachma, and Primanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol).”

<sup>9</sup>Intan Eviani and Yusup Rachmat Hidayat, “Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus J & T Express Kota Baru Bekasi ),” *Jurnal Manajemen Logistik* 1, no. 1 (2021): 11–19.

Perusahaan jasa juga perlu meningkatkan daya saingnya seperti kebijakan harga dan ketepatan waktu pengiriman dikarenakan kedua hal itu akan menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa. Adapun dalam perusahaan pengiriman barang, harga menjadi faktor yang paling penting untuk mempengaruhi pemasaran jasa. Saat tinggi dan rendahnya harga akan menjadi perhatian utama pelanggan dalam mencari jasa atau produk. Harga yang telah ditawarkan akan dijadikan tujuan pertimbangan sebelum pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa atau membeli suatu barang tersebut. Tidak sekedar harga yang akan menjadi pengaruh pemasaran suatu jasa atau produk tapi juga kualitas dari pelayanan.<sup>10</sup>

Fenomena yang terjadi dalam industri jasa logistik dapat dilihat dari perbandingan persentase top brand index jasa logistik yang ada di Indonesia pada tahun 2015 sampai 2020 adalah sebagai berikut:

Table 1.1 Top Brand Index



Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) (data diolah)

Tabel 1.1 diatas dapat menyimpulkan jika persentase volume penjualan atau market share suatu perusahaan logistik yang ada di Indonesia setiap tahun terjadi fluktuatif. pada tahun 2020 telah terjadi bumungnya virus covid-19 dan telah

<sup>10</sup>Dewi Sukaesih, Agus Mulyani, and Benny Usman, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17, no. 1 (2020): 18.

menyebabkan semua penjualan mengalami penurunan dan sebagian perusahaan harus rela mengeluarkan biaya untuk distribusi yang lebih dan surat jalan selama masa lockdown. Adapun hal lain akibat dari terjadinya penurunan tingkat penjualan di perusahaan jasa ekspedisi adalah muncul banyak pesaing dalam industri yang sama atau menyerupai, dan juga banyak perusahaan baru yang unggul dan mengakibatkan perusahaan lama harus tetap unggul dalam persaingan, sehingga dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen.<sup>11</sup>

Kepuasan konsumen itu muncul dari bagaimana cara kinerja perusahaan untuk menghadirkan rasa puas dengan sedikitnya keluhan sehingga memperoleh pembelian dalam jangka waktu yang panjang oleh seorang konsumen. Kepuasan konsumen memiliki arti yang begitu penting dalam sebuah perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan untuk menjaga kelangsungan bagi kegiatan yang ada dalam usahanya. pelanggan yang loyal merupakan rasa puas dengan layanan dan produk yang diberikan yang akan dirasakan pelanggan, sehingga memiliki rasa antusias untuk mengenalkan terhadap orang lain atau saudara. Adapun juga pelanggan yang merasakan kepuasan akan menjadi “kesetiaan” pada produk lain yang dibuat oleh perusahaan yang sama, dan akhirnya mereka akan menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan atau produsen untuk selamanya. Kepuasan tertinggi merupakan konsumen yang akan melakukan pembelian kembali dengan potensi semakin meningkat pada perusahaan itu dari pada harus memilih perusahaan yang lainnya.

Perusahaan harus melayani pelanggan dengan sangat baik karena sering dibidang pelanggan adalah raja, dikarenakan seorang pelanggan tersebut yang memberikan laba terhadap perusahaan supaya terus bisa berkembang. Telah diketahui tujuan berdirinya bisnis yaitu untuk memunculkan rasa puas terhadap pelanggan. Terciptanya kepuasan akan menjadikan ikatan antar perusahaan bersama konsumen menjadi cocok hingga menciptakan awal yang bagus untuk melakukan pembelian kembali dan menjadi setia

---

<sup>11</sup>Cahaya Rohyana, “Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Jasa Barang Di JNE Kuningan” 2 (2021): 95–105.

kepada brand serta membuat suatu rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut (*word of mount*) yang sangat menguntungkan untuk perusahaan.<sup>12</sup>

Penelitian terdahulu mengenai variabel waktu pengiriman yang dilakukan oleh Eviana dan Hidayat menunjukkan bahwa dari hasil uji T yang dijelaskan bahwa waktu pengiriman barang mendapat nilai t hitung sebesar  $9,162 > 1,998$  dengan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa waktu pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>13</sup>

Selanjutnya penelitian terdahulu mengenai variabel harga yang dilakukan Sukaesih dkk menunjukkan hasil bahwa hasil uji-F pada variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) nilai signifikan  $< \alpha=0,05$  atau  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.  $H_a$  diterima. Tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05 dapat dikatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.<sup>14</sup>

Menurut penelitian terdahulu oleh Dewantoro dkk yang menyatakan hasil bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE, maka semakin baik kualitas pelayanan dan ketepatan waktu akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal itu diperoleh juga dari hasil indikator dari kualitas pelayanan dan ketepatan waktu menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan JNE.<sup>15</sup> Penelitian menurut Nurhalizah dkk menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa dari JNE. Saat ini semakin tinggi kualitas pelayanan dan ketepatan waktu akan meningkat juga kepuasan

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, "*strategi pemasaran*". Yogyakarta: Andi Offset, 2000. Hlm 135

<sup>13</sup> Eviani and Hidayat, "Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus J & T Express Kota Baru Bekasi )."

<sup>14</sup> Sukaesih, Mulyani, and Usman, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung."

<sup>15</sup> Dewantoro, Aryani, and Marzuki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne."

konsumen, maka dari itu kualitas pelayanan dan ketepatan waktu begitu penting untuk peningkatan kepuasan konsumen.<sup>16</sup>

Setelah memahami latar belakang tersebut, maka akan di ketahui hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. penelitian yang akan dilakukan mengenai kualitas pelayanan dimana yang diteliti adalah pelayanan dari jasa pengiriman barang atau paket terhadap kepuasan pelanggan, harga yang diteliti bagaimana biaya distribusi dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan dan ketepatan waktu dimana yang diteliti adalah penyebab barang tersebut tidak bisa tepat waktu samapi tujuan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini dilakukan untuk menjawab identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.JNE?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE?
3. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE.
3. Untuk mengetahui bagaimana ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.JNE.

---

<sup>16</sup>Siti Nurhaliza, Ivan Sujana, and Pepy Anggela, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Ketapang” (2009): 19–22.

#### **D. Manfaat penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. JNE. Dan dari hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain yang membutuhkan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini menjadi sarana informasi yang berharga dan berguna untuk menjadi masukan bagi perusahaan penyedia bidang jasa dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan masalah yang telah diteliti.

2. Dalam penelitian ini akan memberikan petunjuk kepada pihak manajemen PT JNE untuk membuat model dalam merancang program baru untuk meningkatkan kualitas layanan sehingga sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

###### **b. Bagi Penulis**

Sebagai bahan perbandingan dan memperluas wawasan dan juga pengetahuan penulis, ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dengan kondisi sebenarnya yang ada dilapangan.

###### **c. Bagi Lembaga Pendidikan**

Dari hasil penelitian ini sebagai tambahan literatur perpustakaan dibidang pemasaran tentang harga, waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Terdapat beberapa sistematika dalam penyusunan dalam skripsi ini. Sistematika dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal: meliputi halaman judul, halaman pengesahan, motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, lampiran.

2. Bagian isi: sistematika penulisan ini diuraikan dalam bentuk bab yang berdiri sendiri namun saling berhubungan. Didalam masing – masing bab terdapat sus bab yang tidak dapat di pisahkan.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari lima bagian yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi teori penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulisan dalam penulisan penelitian ini, kerangka berfikir, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini adalah metode penelitian yang menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, indikator variabel, variabel operasional, teknik dan pengumpulan data, teknik analisis data sebagai analisis yang digunakan untuk melakukan data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini adalah hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan tentang gambaran objek penelitian dan analisis data.

**BAB V : PENUTUP**

pada bab ini meliputi kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian inidan juga terdapat saran – saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

3. Bagian akhir dalam penelitian ini meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran yang terdiri dari olah data analisis, statistik dan daftar riwayat hidup.