

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bisnis pengiriman barang di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan peningkatan jumlah transaksi *online* (Sidharta dan Susanto, 2015). Peluang tersebut menciptakan pangsa pasar yang besar dalam jasa pengiriman barang. Di sisi lain, peluang tersebut melahirkan banyak perusahaan pengiriman barang. Banyaknya persaingan dalam industri pengiriman barang menuntut pelayanan yang ekstra dan prima demi memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan pelanggan. Sehingga, perusahaan tersebut memperoleh pangsa pasar tertinggi dalam industri jasa pengiriman barang.

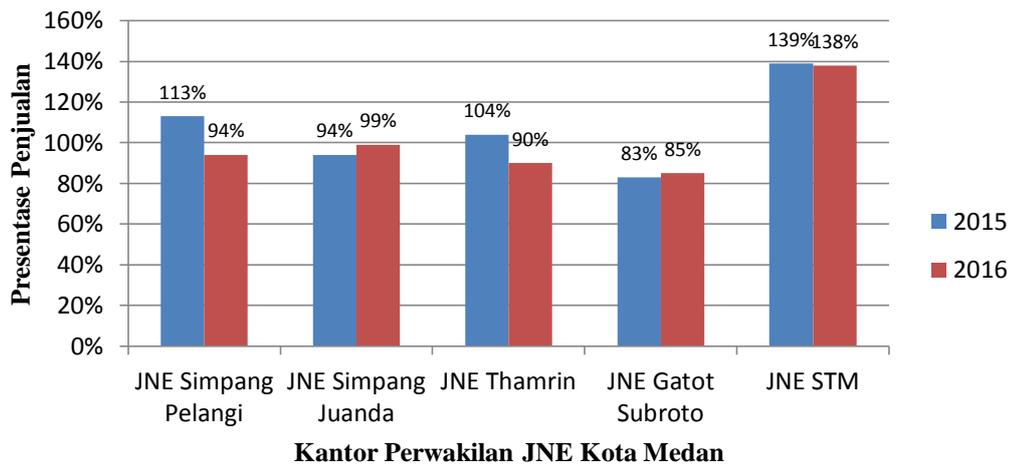
Seluruh perusahaan sangat membutuhkan loyalitas pelanggan untuk kesinambungan roda perusahaan, karena berpengaruh terhadap naik atau turunnya laba perusahaan. JNE berada pada puncak merek yang terbaik pada pandangan pelanggan, kepercayaan pelanggan dengan menggunakan jasa pengiriman barang JNE sangat tinggi, sehingga *TOP Brand-Award* memberikan nilai presentase *TOP Brand Image* sebesar 43.5% meningkat menjadi 47.6% Tahun 2015 sampai 2016. Namun, banyak perusahaan sejenis yang berusaha menarik perhatian pelanggan dari kompetitor untuk menambah laba perusahaan mereka, maka dari itu JNE harus mampu menjaga loyalitas pelanggan mereka demi memenangkan kompetisi dalam persaingan bisnis. Berikut tabel berisi tanggapan dari 20 pelanggan secara acak yang menggunakan JNE di Kota Medan:

**Tabel 1.1. Preliminary Research terhadap 20 Pelanggan JNE Medan**

No	Indikator Loyalitas Pelanggan	Setuju	Tidak Setuju
1	Melakukan pembelian secara teratur di JNE.	40%	60%
2	Membeli di luar lini produk atau jasa di JNE.	30%	70%
3	Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain di JNE.	55%	45%
4	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing di JNE.	35%	65%

Sumber: penelitian pada pelanggan JNE Gatot Subroto. 2017.

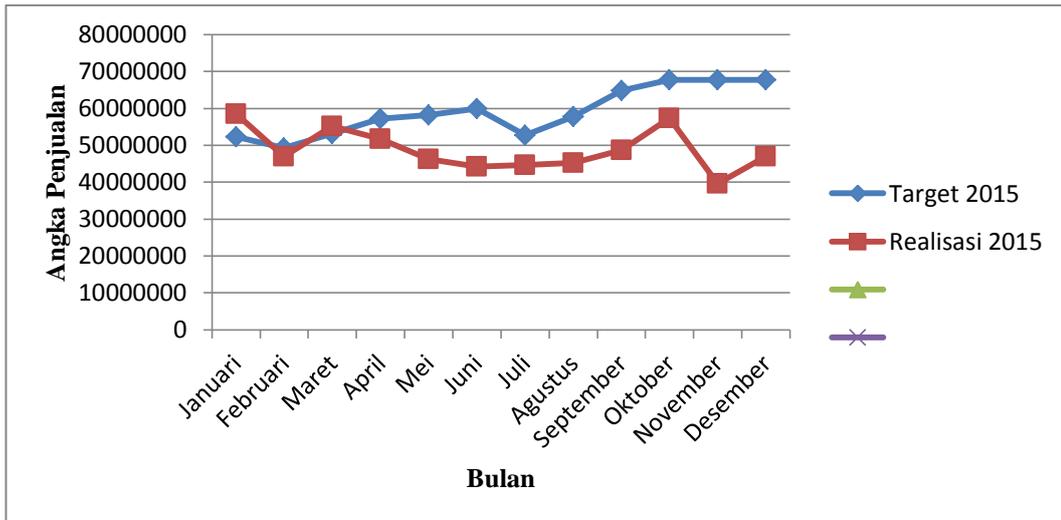
Tabel di atas menunjukkan hipotesis sementara terhadap rendahnya loyalitas pelanggan JNE di Kota Medan. Hasil perbandingan presentase dari 20 pelanggan yang dipilih secara acak di atas menunjukkan rendahnya loyalitas pelanggan terhadap JNE. 60% pelanggan memilih tidak setuju untuk melakukan pembelian secara teratur di JNE karena dipengaruhi pelayanan yang diberikan JNE kurang profesional dan kurang tanggap, belum adanya keinginan untuk membeli di luar lini produk/jasa yang ditawarkan JNE sebesar 70% karena pelanggan belum merasakan bukti fisik terhadap penawaran tersebut, dan 65% pelanggan memilih perusahaan lain yang menawarkan produk/jasa yang sejenis karena belum mendapatkan empati dari karyawan JNE dan proses sampainya barang ke penerima sangat lama sehingga pelanggan memilih berpindah dari JNE ke perusahaan lain yang menawarkan produk/jasa sejenis dengan pelayanan yang lebih baik di mata konsumen. Tinggi atau rendahnya loyalitas pelanggan sangat memengaruhi tingkat penjualan JNE di Kota Medan.



**Gambar 1.1. Grafik Presentase Penjualan JNE di Kota Medan**

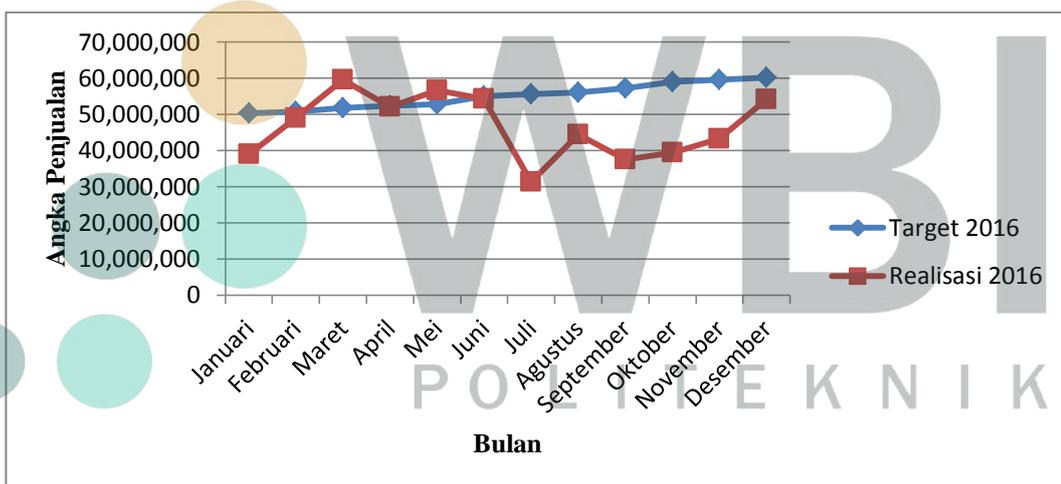
Sumber: JNE Kantor Cabang Medan. 2017.

Tinggi atau rendahnya penjualan sangat memengaruhi keuntungan sebuah perusahaan. Dari grafik di atas, terlihat presentase penjualan JNE di Kota Medan. JNE Simpang Pelangi, JNE Thamrin, maupun JNE STM mengalami penurunan presentase penjualan dari 2015 sampai 2016. JNE Simpang Juanda mengalami peningkatan presentase penjualan. Di sisi lain, presentase penjualan JNE Gatot Subroto yang paling rendah dibandingkan dengan kantor JNE lainnya yang ada di Kota Medan.



**Gambar 1.2. Grafik Penjualan JNE Gatot Subroto Medan Tahun 2015**

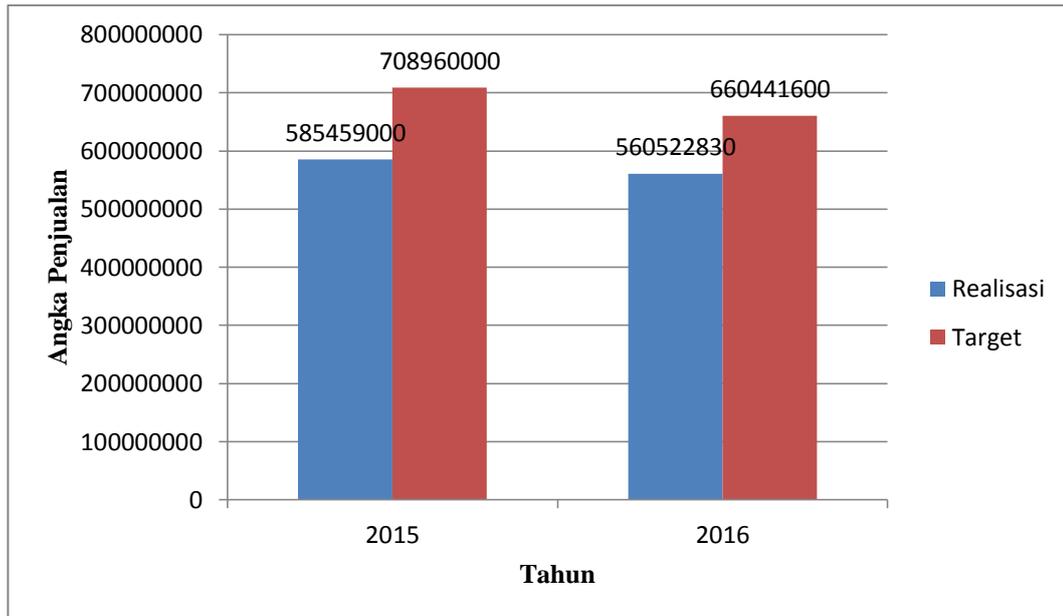
Sumber: PT. JNE Gatot Subroto Medan. 2017.



**Gambar 1.3. Grafik Penjualan JNE Gatot Subroto Medan Tahun 2016**

Sumber: PT. JNE Gatot Subroto Medan. 2017.

Penjualan PT. JNE Gatot Subroto Medan mengalami penurunan pada Februari, dilanjutkan April sampai dengan Desember 2015. Tahun 2016 penjualan JNE juga mengalami penurunan pada Januari, dilanjutkan beberapa bulan sampai dengan Desember 2016. Penurunan jumlah pelanggan terjadi sangat drastis pada Juli 2016 dengan jumlah penjualan sebesar 31.331.000, dengan presentase capaian target penjualan sebesar 56%.



**Gambar 1.4. Grafik Total Penjualan JNE Gatot Subroto Medan 2015-2016**

Sumber: PT. JNE Gatot Subroto Medan. 2017.

Menyambung Gambar 1.2. dan 1.3., pada Gambar 1.4. menjelaskan bahwa jumlah penjualan Tahun 2015 dan 2016 tidak mencapai target yang seharusnya. Target penjualan Tahun 2015 sebesar 708.960.000, namun yang tercapai sebesar 585.459.000, presentase pencapaian Tahun 2015 sebesar 83%. Tahun 2016, target penjualan sebesar 660.441.600. Namun realisasi yang tercapai sebesar 560.522.830, presentase pencapaian Tahun 2016 sebesar 85%. JNE dituntut untuk lebih meningkatkan mutu layanan yang dapat dirasakan secara langsung oleh pelanggannya. Jumlah pelanggan dapat memberikan pengaruh terhadap besar kecilnya laba perusahaan.

JNE harus memerhatikan semua faktor yang penting berhubungan dengan pelanggan, karena menawarkan jasa kepada pelanggan harus berdasarkan kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan. Pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah

untuk dilakukan, sering terjadi masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian pelanggan mereka.

Tjiptono (2014:58) menyatakan, bahwa: “Kualitas layanan apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan”.

Nilai tambah berupa motivasi khusus akan tercipta bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang dengan jasa pengiriman barang JNE, apabila kualitas layanan dapat dilaksanakan dengan baik.

Penemuan Sembiring, Suharyono, dan Kusumawati (2014:9) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga, jika upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan berhasil maka loyalitas pelanggan akan dapat tercipta.

Penemuan Aris Irnandha (2016:78) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, artinya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara prima memberi dampak loyalitas pelanggan yang signifikan.

Bukti keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang baru maupun pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Novita Rinanda (2013) berjudul: “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi

Kasus Pada V Salon Jl. Osamaliki No 78 Salatiga)”, membuktikan bahwa kualitas layanan yang dilakukan oleh V Salon Salatiga yang berupa pelayanan jasa salon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada V Salon. Kualitas pelayanan V Salon yang bagus dan sesuai dengan keinginan konsumen memengaruhi keputusan konsumen untuk terus menggunakan jasa V Salon dengan harapan untuk mempercantik diri sehingga konsumen menjadi lebih percaya diri.

Alasan dipilihnya variabel kualitas jasa karena menurut Fandy Tjiptono (2013:59) menyatakan bahwa: “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian tentang, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang di JNE Kota Medan”.

### **1.1.1. Sejarah Perusahaan**

Sejarah Perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir didirikan oleh Bapak H. Soeprapto, pada tahun 1990. PT. Jalur Nugraha Ekakurir memulai kegiatan usahanya berpusat pada kegiatan kepabeanaan atau impor kirim barang atau dokumen serta pengantarnya dari luar negeri ke dalam negeri. Lingkup bisnis yang dijalani oleh JNE adalah pengiriman (*courier*), penyimpanan dan pendistribusian (*logistic and distribution*), transportasi (*moving, trucking, air sea cargo*), kepabeanaan (*custom clereance*), penjemputan bandara (*escort service*), pengiriman uang (*money transfer*). JNE berpusat di Jakarta dengan memiliki

kantor cabang di kota-kota besar di Indonesia antara lain: Bandung, Yogyakarta, Solo, Semarang, Batam, Medan, Palembang, Cilegon, Bandar Lampung, Balikpapan, Banjarmasin, Surabaya, Pontianak, Kendari, Makassar, dan Denpasar. Pada Tahun 1991 JNE mengadakan *International Network*, Tahun 1993 mengadakan *Domestic Network*, Tahun 1994 melakukan *Cash Counter*, 1996 mempunyai *Agent Counter*, 1997 meluncurkan *Logistic and Distribution Service*, 1998 meluncurkan *Special Service (SS)*, Agustus 2000 meluncurkan logo JNE *Present*, 2003 meluncurkan *YES Service*, 2004 mendapatkan ISO 9001-2000 *Certificate*, 2005 meluncurkan JNE *Diplomat Service*, 2006 mendapatkan *Super Brand Award*, 2007 mendapat 150 *Certificate Renewal*.

([http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/F3213036\\_bab3.pdf](http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/F3213036_bab3.pdf) dilihat pada 18 Oktober 2017)

Keberhasilan Perusahaan JNE dapat dibuktikan dari penghargaan sebuah lembaga survei yaitu lembaga penghargaan *TOP Brand Award*. Penghargaan ini membuktikan bahwa masyarakat memberikan kepercayaan terhadap Perusahaan Jasa Pengiriman Barang JNE. Sehingga, Perusahaan JNE membuktikan bahwa citra merek JNE dikenal baik dan memberikan kepuasan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

**Tabel 1.2. TOP Brand Award Index 2015 dan 2016 Fase 2**

Brand	Top Brand Image (TBI)		Ranking	
	Kategori (Tahun)		Tahun	
	Jasa Kurir (2015)	Jasa Kurir (2016)	2015	2016
JNE	43.5%	47.6%	TOP	TOP
Tiki	36.2%	35.7%	TOP	TOP
Pos Indonesia	6.7%	9.6%		
DHL	2.1%	1.3%		

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/>.2017.

PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang sudah berdiri sejak 26 November 1990, merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang sampai saat ini sukses bersaing di pasar, yang menargetkan pertumbuhan perusahaan sebesar 30% pada tahun 2016. Pertumbuhan tersebut didukung dengan: Aplikasi *MyJNE*, *JNE-PopBox*, *@box prepaid*, *Promo JNE Super Speed*, *JNE International Shipment*, *Layanan CD Music*, dan *JNE Trucking*. (<http://www.antaranews.com/> diakses 8 Oktober 2017).

### **1.1.2. Jenis Layanan JNE**

Jenis-jenis layanan dalam rangka memberikan yang terbaik untuk konsumennya, maka perusahaan menyediakan beberapa layanan diantaranya sebagai berikut:

1. Jasa layanan kurir intra kota (*Intra City*) adalah layanan penjemputan dan pengiriman barang yang diberikan kepada pelanggan yang ruang lingkungannya hanya dalam satu kota. Jenis layanan yang diberikan antara lain:

- a. *Regular* (Pengantaran dalam waktu 2-5 hari) kecuali hari minggu dan libur.
- b. *Urgent* (Pengantaran 1 hari)
- c. *Top Urgent* (Pengantaran dalam hari yang sama)

2. Layanan kurir dalam negeri (*Domestic Courier*) adalah layanan penjemputan dan pengiriman yang diberikan kepada pelanggan dengan lingkup seluruh wilayah Indonesia, dengan jenis layanan yang diberikan antara lain:

- a. *Special Service (SS)* adalah layanan pengiriman dengan waktu penyampaian pada hari yang sama atau paling lambat keesokan harinya pada pukul 10.00 waktu setempat. Layanan ini berlaku untuk tujuan yang mempunyai penerbangan langsung, untuk jenis kiriman ini berlaku *cut-off time* yang disesuaikan dengan jadwal penerbangan.
- b. *Yakin Esok Sampai (YES)* adalah layanan kiriman yang melayani pengiriman ke berbagai wilayah yang ada di Indonesia dan apabila kiriman pada keesokan harinya tidak sampai ke tempat tujuan, dimana terdapat kesalahan/kelalaian pada pihak JNE maka konsumen dibebaskan biaya pengiriman (biaya pengiriman di

kembalikan kepada konsumen). Waktu penyampaian keesokan harinya hingga pukul 24.00 waktu setempat. Untuk pengiriman dengan layanan ini melayani pengantaran pada hari minggu dan libur.

c. *Express Regular* (REG) adalah layanan kiriman dengan estimasi waktu penyampaian 1 hari kerja untuk tujuan (*destination*) kota yang dapat dilayani dengan penerbangan langsung (*direct flight*), layanan jenis ini tidak melayani pengantaran pada hari minggu dan libur.

d. Ongkos Kirim Ekonomis (OKE) merupakan jenis layanan kiriman dengan harga yang sangat ekonomis dengan estimasi waktu penyampaian 3-5 hari kerja atau lebih tergantung dari tujuannya dan tidak melayani pengantaran hari minggu dan hari libur.

e. *Diplomat Service* adalah jenis layanan dengan penekanan utama pada faktor pengamanan kiriman, karena proses pengirimannya dilakukan dengan *Hand Carry* atau diantar sendiri dengan kurir khusus yang menumpang pesawat bersamaan dengan paket yang dikirim. ([http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/F3213036\\_bab3.pdf](http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/F3213036_bab3.pdf) dilihat pada 18 Oktober 2017).

## 1.2. Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini berdasarkan kajian latar belakang di atas, maka dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Barang JNE Jalan Gatot Subroto Medan?”

## 1.3. Batasan Masalah

Mengingat banyak permasalahan yang harus diselesaikan, maka diperlukan pembatasan masalah. Agar dapat mencapai solusi yang dibutuhkan, maka dilakukan pembatasan masalah pada:

1. Penelitian ini dilaksanakan pada JNE Jalan Gatot Subroto Medan.
2. Penelitian ini untuk menerapkan teori pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Membuktikan pengaruh baik atau buruknya kualitas layanan terhadap naik atau turunnya tingkat loyalitas pelanggan JNE Jalan Gatot Subroto Medan.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan JNE Jalan Gatot Subroto Medan?

Penelitian ini dapat membantu Perusahaan Jasa Pengiriman Barang JNE Jalan Gatot Subroto Medan mengetahui seberapa baik kualitas layanan yang diberikan terhadap pelanggannya. Sehingga, Perusahaan JNE Jalan Gatot Subroto Medan dapat meningkatkan presentase penjualan akibat meningkatnya loyalitas pelanggan.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian skripsi ini, sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sarana bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran.

### 2. Bagi Perusahaan JNE Kantor Cabang Medan

Sarana masukan dan solusi dalam meningkatkan kualitas layanan demi mencapai loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta mendapatkan pelanggan baru bagi Perusahaan JNE Jalan Gatot Subroto Medan untuk memenangkan persaingan.

### 3. Bagi Pembaca

Agar dapat dijadikan referensi ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan dasar pengembangan ilmu pengetahuan.

## 1.6. Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan memberikan gambaran umum tentang penelitian yang sedang dilakukan. Sistematika penulisan laporan ini terdiri atas:

Bab I Pendahuluan, menguraikan latar belakang masalah yang menjadi dasar penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka, menguraikan deskripsi teori yang terdiri dari pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, pengertian jasa, karakteristik jasa, pengertian kualitas layanan, dimensi kualitas layanan, pengertian loyalitas

pelanggan, karakteristik loyalitas pelanggan, dimensi loyalitas pelanggan. Lalu dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, menguraikan tempat dan waktu penelitian dilaksanakan, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, identifikasi dan definisi operasional variabel, pengujian validitas dan reliabilitas, teknik analisa data, dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, menguraikan hasil analisis dan membahas tentang implementasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman barang JNE Medan.

Bab V Kesimpulan dan Saran, menguraikan kesimpulan untuk penelitian ini dan saran bagi objek dalam penelitian ini yaitu Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di JNE Kota Medan sekaligus penutup yang ditulis oleh peneliti.

