

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan adanya perkembangan jaman dan teknologi yang membawa dampak yang cukup besar di berbagai bidang bisnis. Salah satu bisnis yang sedang sangat berkembang saat ini adalah bisnis *e-Commerce*. Bisnis *e-Commerce* mampu memberikan kemudahan penjualan melalui internet, sehingga kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli tidak membutuhkan pertemuan dalam melakukan transaksi. Berkembangnya pasar *e-Commerce* di Indonesia ternyata juga membuka peluang bagi bisnis logistik di Indonesia.

Hal ini terjadi karena bisnis *online* meningkatkan kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman sebagai perantara transaksi jual dan beli antara *seller* (penjual) dengan *bayer* (pembeli). Dengan kondisi dan keberadaan tempat yang berbeda dan jauh antara pembeli dan penjual tersebut, membuat proses ini memerlukan peran dari industri jasa pengiriman barang untuk menghantarkan barang dari penjual kepada pembeli tanpa harus melalui tatap muka secara langsung antara kedua belah pihak.

Pada penelitian ini peneliti memilih jasa pengiriman barang J&T Express Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan pandemi yang di mana *e-Commerce* mengalami peningkatan, menjadikan jasa pengiriman barang saling berhubungan dengan adanya *e-Commerce* yang semakin meningkat. Untuk semua kalangan dari yang berumur muda sampai dengan yang tua sudah menggunakan *e-*

*Commerce* sebagai salah satu pilihan untuk berbelanja secara online. Apalagi untuk kalangan anak kuliah khususnya Universitas YARSI mahasiswa/I menggunakan *e-Commerce* sudah menjadi nomor satu berbelanja online.

Dengan adanya *e-Commerce* ini memberi peluang kepada industri jasa pengiriman barang, sehingga semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang tersebut membuat mereka terpacu untuk saling bersaing dan menguasai pasar. Hal ini membuat persaingan yang sangat ketat terjadi diantara perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang, dimana mereka dituntut untuk melakukan dan membuat inovasi-inovasi terbaru serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik konsumen.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan menurut Kotler (2007). Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Tjiptono (2007), menyatakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan respon yang berkaitan erat dengan janji atau ikrar untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Perlu ditekankan loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan, tidak melibatkan aspek afektif di dalamnya menurut Dharmayanti (2006).

Perusahaan harus dapat menghadirkan aplikasi program loyalitas pelanggan yang menarik bagi konsumen sehingga konsumen tertarik dan memanfaatkannya

dalam melakukan pembelian (Marketeers, 2019). Bastos dkk (2008) mengembangkan sebuah model untuk menunjukkan bahwa loyalitas merupakan sebuah konsekuensi dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya menurut Kotler (2009).

Di Indonesia mempunyai beberapa jasa pengiriman barang yang sudah berkembang seperti PT. JNE, PT. J&T Express, TIKI, Pos Indonesia, DHL, Si Cepat, Ninja Express dan perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. Jasa pengiriman yang akan diambil oleh peneliti sebagai objek penelitian adalah J&T Express Indonesia. Perusahaan penyedia jasa pengiriman barang J&T Express Indonesia sudah berjalan 6 tahun yang dibangun dari tahun 2015.

Beberapa jasa pengiriman barang yang mendominasi pasar di Indonesia menurut data dari *Top Brand Award 2020* seperti:

**Tabel 1. 1.**

**TOP BRAND INDEX TAHUN 2018 s/d 2020**

PERUSAHAAN	TAHUN			TOP
	2018	2019	2020	
JNE	45.0%	26.4%	27.3%	TOP
J&T	13.9%	20.3%	21.3%	TOP
TIKI	13.6%	12.6%	10.8%	TOP
Pos Indonesia	11.6%	5.4%	7.7%	TOP
DHL	3.5%	3.8%	4.1%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com>

Tabel 1.1. menunjukkan persaingan antar produsen jasa pengiriman barang pada tahun 2018 s/d 2020. Perusahaan J&T Express Indonesia mengalami peningkatan cukup signifikan dari tahun 2018 ke tahun 2019 yaitu dari 13.9% menjadi 20.3%. Di tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 21.3%. Dari tahun ke tahun perusahaan J&T Express Indonesia terus mengalami peningkatan. Selain itu J&T Express juga menerima beberapa penghargaan yaitu *Top Brand Award* pada kategori *courier service* di Indonesia. PT. J&T Express Indonesia bisa dibilang perusahaan jasa pengiriman barang yang masih baru dibandingkan para pesaing-pesaingnya. Akan tetapi J&T Express membuktikan dengan keunggulan-keunggulannya yang tidak bisa dipandang sebelah mata oleh para pesaing-pesaingnya salah satunya mendapatkan *Top Brand Award* dengan peringkat kedua. Bisa dibandingkan dengan pesaing utamanya, *market share* dari J&T Express tidak terlalu jauh dengan *market share* JNE ditahun 2019 s/d 2020.

Dengan situasi pandemi seperti sekarang sarana interaksi secara online juga merupakan sarana komunikasi efektif dengan pelanggan. Wadah ini dimanfaatkan oleh J&T Express untuk semakin giat dan aktif membangun *brand engagement* dengan menghadirkan program menarik ditengah situasi yang mengharuskan masyarakat untuk tetap berada dirumah. Bahkan J&T Express meraih tiga penghargaan Indonesia *Most Engage Delivery Services Brand 2021* dengan kategori Ekspidisi, Kurir Parcel dan Kargo sekaligus yang diadakan secara virtual pada 23 juli 2021.

Keunggulan dari J&T Express salah satunya adalah memiliki sistem pelacakan yang tepat dan akurat dengan sistem pelacakan yang disebut "*Real Time*

*Tracking System*”. Maksudnya dari tiap *drop point* ke *drop point* kita bisa tahu keberadaan paket, bahkan durasi waktu sampai titik ke titiknya. Kapan pun dan di mana pun kita sudah dapat mengeceknya via online. Jadi untuk itu tidak perlu khawatir lagi soal keberadaan paket kita. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. J&T EXPRESS INDONESIA SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM.”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang, apakah J&T Express Indonesia akan bisa naik menjadi peringkat nomor satu di TOP BRAND INDEX kategori jasa kurir. Dikarenakan dari tahun ke tahun yang menduduki nomor satu jasa kurir di Indonesia perusahaan JNE. Untuk menduduki nomor satu J&T Express Indonesia harus memiliki strategi pelayanan yang sehingga bisa menyaingi pesaingnya yaitu JNE. Menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Maka penulis memutuskan untuk mengambil judul **“Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. J&T Express Indonesia (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas YARSI angkatan 2017)”**.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Ada tulisan singkat berupa pertanyaan yang biasanya terletak di awal yang penulis buat rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017?
5. Bagaimana pandangan islam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017.
2. Untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017.
3. Untuk menginvestigasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017.
4. Untuk menginvestigasi apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI angkatan 2017.
5. Untuk menginvestigasi pandangan Islam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia pada mahasiswa/I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSUI angkatan 2017.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Bagi para akademis, penelitian ini dapat menyajikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia di lingkungan Universitas YARSI. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk melengkapi dan untuk menambah pengetahuan teoritis dan wawasan bagi penulis maupun pembaca.

2. Manfaat Non-Akademik

Bagi para praktisi, penelitian ini diharapkan memiliki implikasi sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. J&T Express Indonesia di lingkungan Universitas YARSI. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perbandingan dan sumbangan bagi kepentingan praktisi lain dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran.