

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan J&T Express



Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber: jet.co.id 2023

J&T Express merupakan perusahaan yang memfokuskan pada layanan jasa logistik dan ekspedisi yang berkembang di Indonesia. Sebagai perusahaan yang memiliki layanan di seluruh wilayah Indonesia tentunya perusahaan ini dibangun dengan tanpa pondasi yang kuat hingga bisa berkembang seperti saat ini. J&T Express didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015 oleh founder sekaligus owner J&T Express Jet Lee. J&T Express yang memiliki nama resmi PT. Global Jet Express mulai beroperasi pada awal September 2015. Perusahaan ini umumnya bergerak di bidang jasa ekspedisi. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di Pluit, Jakarta Utara. Jet Lee menyebutkan bahwa J&T juga dapat diartikan sebagai Jet & Tony (J&T). J&T mendirikan perusahaan jasa ekspedisi karena melihat peluang pangsa pasar dalam jasa logistik di Indonesia yang masih tertinggal. Selain itu juga, pihak J&T Express sendiri menyediakan layanan penjemputan barang/produk dan mengantarkannya.

Pengalaman Jet Lee menangani Oppo Indonesia membuatnya memiliki modal berharga untuk menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Hanya dalam waktu satu tahun, J&T Express dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Infrastruktur J&T Ekspres juga dirancang untuk memberikan layanan cepat, aman, dan meminimalisir kesalahan sehingga kualitas layanan tetap terjaga. Dalam membangun infrastruktur, J&T Express juga kerja sama dengan Garuda

Indonesia Cargo untuk jalur udara, idEA (Indonesian E-Commerce *Association*) sebagai asosiasi e-commerce di Indonesia, Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Express Indonesia), dan juga Shopee yang pertumbuhan pengiriman J&T Express. J&T juga menggaet Deddy Corbuzier sebagai *brand ambassador* sejak 2016, ekspansi ke Malaysia dan Vietnam sejak 2018.

Satu lagi orang yang memiliki kontribusi besar pada J&T Express adalah Robin Lo yang tangan kanan Jet Lee saat bekerja di Oppo Indonesia. Pada bulan Oktober 2017, Robin Lo ditunjuk menggantikan Jet Lee sebagai CEO J&T Express yang sebelumnya juga menjabat sebagai *managing director*. Tugas berat yang diambilnya adalah meluaskan pangsa pasar bisnis J&T Express. Berkat strategi Robin yang sangat cepat, dalam waktu singkat J&T Express mulai dikenal masyarakat luas. Dengan begitu, J&T Express menjadi penantang serius bagi para perusahaan jasa ekspedisi dan logistik lainnya yang sudah beroperasi hingga puluhan tahun.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi

Menjadi perusahaan yang sehat dan berkelanjutan.

Misi

Fokus kepada pelanggan dan efisiensi sebagai akar dari layanan.

1.2 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan era digitalisasi dan era transportasi yang berbasis digital saat ini keberadaannya sangat dibutuhkan oleh pelanggan dalam hal melakukan kebutuhan akan semakin meningkat. Transportasi merupakan suatu kegiatan pengiriman barang atau paket dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam hal ini menunjukkan bahwa transportasi sebagai pengiriman barang atau paket yang berbasis digital yang sangat membantu pelanggan dalam pengiriman barang atau paket. Transportasi pengiriman barang atau jasa yang berbasis digital ini akan mendapatkan peluang untuk terus berinovasi yang menyediakan jasa pengiriman

barang atau paket yang membuat pelanggan merasa puas setiap menggunakan jasanya.

Salah satu perusahaan yang penyedia layanan jasa ekspedisi terpopuler di Indonesia yaitu J&T Express merupakan perusahaan yang memfokuskan pada layanan jasa ekspedisi. Layanan jasa ekspedisi yang memegang peranan penting dalam perkembangan e-commerce, karena industri inilah dari hubungan marketplace produsen pelanggan. Industri ini yang membuat produk bisa sampai di tangan pelanggan. Selain itu juga, J&T Express telah kerjasama dengan e-commerce sejak 23 Oktober 2017. J&T Express pun kerjasama dengan Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan beberapa e-commerce lainnya

Meskipun tergolong startup logistik yang masih baru, namun perjalanan J&T Express tidak bisa dipandang sebelah mata. Bahkan kini 3 tahun setelah kehadirannya J&T Express akan terus menyebar luas dengan melakukan ekspansi ke beberapa negara di Asia Tenggara. J&T Express mempunyai layanan utama lainnya yang memberikan pelanggan rasa aman dan nyaman menggunakan J&T Express yaitu *live tracking*, hotline 24jam dan layanan jemput paket gratis di tempat pelanggan. Selain itu juga, J&T Express sudah menawarkan layanan yang baru dari kompetitor mereka. Layanan tersebut adalah layanan 365 hari operasional.

Penyedia layanan jasa ekspedisi terkenal di Indonesia ini turut memanfaatkan kehadiran teknologi. J&T Express telah menggunakan teknologi *real-time tracking system* untuk mengetahui posisi paket saat proses pengiriman barang. J&T Express juga memiliki 2,000 *drop point* dan hampir 2.000 *collection points*, hal ini membuat J&T mudah dijangkau oleh pelanggan di seluruh Indonesia.



Top Brand Index

JASA KURIR		
Brand	TBI	Bandingkan
J&T Express	33.30%	TOP
JNE Express	29.10%	TOP
TIKI	10.60%	TOP
Pos Indonesia	7.30%	
DHL	7.20%	

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Gambar 1.2 Top Brand Award 2023

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com) 2023

Dilansir dari Top Brand Award 2023, menunjukkan bahwa J&T Express yang menjadi primadona pada kategori jasa kurir dengan 33,30%. Kemudian JNE Express dengan 29,10%. Selanjutnya TIKI dengan 10,60%. Lalu Pos Indonesia dengan 7,30%. Dan yang terakhir DHL dengan 7,20%.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin tingginya minat terhadap layanan jasa pengiriman barang yang berbasis teknologi yang berkualitas, maka munculah pesaing-pesaing baru dalam layanan jasa pengiriman barang yang berbasis teknologi. Seperti, SiCepat, Pos Indonesia, Tiki dan lain-lain yang merupakan pesaing kompetitif dari J&T Express. Hal ini tentu saja menuntut J&T Express untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan dan purchase intention, supaya mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya. Sehingga pelanggan tidak beralih kepada pesaing yang juga semakin meningkat dalam menawarkan produk atau layanan jasa unggulannya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pelanggan didalam memilih produk atau layanan jasa ekspedisi untuk memuaskan yang diharapkan, diantaranya adalah kualitas pelayanan. Jika J&T Express mampu memberikan pelayanan yang bagus dan sesuai dengan harapan pelanggan, maka J&T Express akan memiliki pelanggan yang banyak.

Dalam memberikan pelayanan yang bagus dan sesuai dengan harapan pelanggan, J&T Express dituntut untuk memahami harapan pelanggan serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan membandingkan dengan pelayanan dari kompetitor lainnya. Jadi untuk masalah kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian yang penting dan perlu mendapat perhatian yang serius bagi J&T Express untuk tetap bisa bersaing dengan kompetitor lainnya. Sebagai perusahaan yang berbasis teknologi, J&T Express akan terus berinovasi agar sistemnya bisa memberikan pelayanan yang maksimal ke pelanggan. Inovasi yang dihadirkan oleh J&T Express adalah pengadaan mesin sortir otomatis yang dapat mensortir paket dengan kecepatan 30.000 paket dengan 108 destinasi.



Gambar 1.3 Berdasarkan Google Search
Sumber: infobrand.id 2020

Berdasarkan hasil penelusuran Redaksi melalui digital, JNE masih menjadi primadona di bisnis jasa pengiriman barang. Dimana setiap bulannya lebih dari 1,2 juta orang (47,8%) telah mencari merek ini secara langsung di internet. Kemudian disusul J&T Express dengan 550 ribu pencarian (21,5%), lalu SiCepat 368 ribu (14,4%), Pos Indonesia 246 ribu (9,6%) dan TIKI 165 ribu (6,4%).

Menurut Feriadi (Ketua Umum DPP Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia) merupakan faktor yang menyebabkan berkembangnya pasar jasa kurir yaitu pasar e-commerce yang semakin berkembang pesat bahkan pangsa pasar e-commerce di Indonesia merupakan salah satu yang paling banyak di Asia (Rahman, 2017) Volume pengiriman paket sebagian besar masih sangat dipengaruhi oleh penjualan e-commerce. Kontribusi e-commerce seperti yang dilansir dari Katadata.co.id sebesar 60% sampai 70%. Rata-rata pada beralih ke media e-commerce untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari demi mematuhi anjuran pemerintah untuk melakukan *physical distancing* dan *social distancing*.

Tabel 1.1 persentase pengguna jasa ekspedisi di Indonesia

Brand	Hasil Responden
J&T Express	44%
JNE	28%
SiCepat	10%
Pos Indonesia	3%

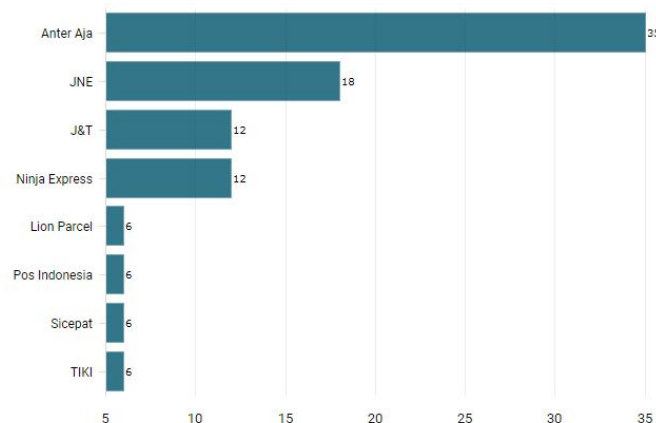
Sumber: *Bisnis.com 2021*

Dari 5.920 responden, 44% di antaranya melakukan aktivitas belanja *online* setidaknya sekali dalam sebulan. Sementara, 17% responden menyatakan seminggu lebih dari satu kali berbelanja *online*. Umumnya, para responden tersebut memanfaatkan jasa pengiriman untuk mendapatkan barang belanjanya. J&T Express menjadi pilihan dari 44% responden. Sementara JNE, Si Cepat dan Pos Indonesia masing-masing meraih 28%, 10% dan 3% responden.

Dengan pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, membuka kesempatan bagi J&T untuk turut memberikan kontribusi dalam proses pengiriman. J&T mampu memberikan pelayanan maksimal sehingga penjualan maupun pembeli dapat melakukan transaksi kapanpun. Dengan kemajuan di bidang *e-commerce* juga membutuhkan dukungan dari semua pihak J&T selalu berperan aktif serta dalam memberikan dukungannya, baik dari kualitas pelayanannya. Dengan potensi bisnis *e-commerce* yang sangat tinggi itu, diharapkan perusahaan lokal bisa memanfaatkan potensinya agar bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Dan,

hal ini yang telah dilakukan perusahaan jasa pengiriman dan logistik, J&T. Bagi J&T, perkembangan *e-commerce* telah mengubah pengiriman dimana saat ini mayoritas pengiriman adalah berupa paket dokumen maupun barang.

Mengutip dari data Momentum Works, J&T memimpin pasar logistik dengan memiliki pengiriman terbesar di Indonesia. J&T mampu mengirimkan 2 juta paket tiap harinya. Sedangkan untuk pemain lama di bidang logistik, JNE berada di peringkat kedua. JNE mampu mengirimkan 1,6 juta paket tiap harinya. SiCepat berada di peringkat ketiga dengan pengiriman 1 juta paket per hari. Selanjutnya, Ninja Express tercatat mengirim 0,65 juta paket per hari dan SAP 0,15 juta paket per hari. Dari sisi jumlah pengiriman dan kategori pelanggan JNE, perbandingannya adalah 70-80 persen berasal dari pelanggan ritel. Sementara sisanya atau 20-30 persen dari pelanggan perusahaan (*corporate customer*). "Dari total pengiriman retail customer, sekitar 70-80 persen adalah pengiriman *e-commerce* dari online marketplace, media sosial, website, dan lainnya,"



Gambar 1.4: Perusahaan Jasa Ekspedisi dengan Laporan Konsumen Terbanyak (2021)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) didapatkan ada laporan sebanyak 3,2% dari total 535 laporan selama 2021 merupakan keluhan mengenai perusahaan jasa ekspedisi atau pengantar paket. Anter Aja menjadi perusahaan jasa ekspedisi dengan jumlah laporan terbanyak. Laporan mengenai Anter Aja dengan 35% dari total laporan terhadap perusahaan jasa ekspedisi. JNE

berada di peringkat kedua dengan 18% dari total laporan. Perusahaan jasa ekspedisi 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%). Selanjutnya, 18% merupakan soal barang tidak boleh diambil oleh kurir. Masalah laporan mengenai barang yang tidak sampai sebesar 18% dan harga pengiriman yang tidak sesuai sebesar 12%. Adapun laporan mengenai barang rusak dan estimasi pengiriman sebesar 6%.

Berikut adalah beberapa keluhan/laporan pesanan yang menggunakan jasa J&T Express. Menurut Cynthia yaitu “baru pertama kali ini menggunakan J&T Express dan langsung kecewa dengan pelayanannya yang sangat buruk.” Sedangkan menurut Demas “barang saya tidak dikirim sudah 9 hari J&T sangat mengecewakan sudah saya chat via IG tapi tidak ada tanggapan, barang yang saya pesanan menggunakan jasa JNE datang lebih awal.” Pelanggan sudah berkali-kali menelepon CS J&T Express, Tapi jawaban dari CS sangat kurang memuaskan. Begitupun dengan keluhan melalui sosial media J&T Express tidak ada tanggapan sama sekali. Tidak hanya itu saja, masalah yang sering dihadapi oleh pihak J&T Express adalah barang yang rusak/hilang. Pelanggan merasa kecewa atas respon yang lambat dari pihak J&T Express dan penolakan untuk mengganti seluruh kerugian yang akibat hilangnya paket tersebut.

Menurut Prasetio, Adhi *et.al* (2022) adalah sebelum membeli produk maupun menggunakan jasa, pelanggan selalu melakukan tahap pencarian informasi terkait produk maupun layanan yang dapat diketahui secara online/daring melalui unggahan maupun komentar dari pelanggan tersebut. Pada umumnya layanan jasa ekspedisi J&T express akan terus berusaha untuk mempertahankan pelanggan dengan mengembangkan produk maupun jasanya agar lebih diminati oleh pelanggan. *Purchase intention* ini yang menciptakan sebuah motivasi yang menjadi suatu keinginan yang harus memenuhi kebutuhan

pelanggan. *Purchase intention* adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana pelanggan untuk menggunakan layanan jasa ekspedisi pada J&T Express.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, bahwa perkembangan pengguna layanan jasa pengiriman barang yang berbasis daring di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya dan merupakan hal baik bagi penyedia layanan jasa pengiriman barang yang berbasis digital karena semakin besar bagi produk maupun jasa, namun terjadi ketidakpuasan pelanggan akan kualitas pelayanan dan *purchase intention* yang diberikan dan diterima oleh pelanggan dan bila hal tersebut terus terjadi maka akan merugikan bagi J&T Express. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, apakah J&T Express sudah memenuhi kebutuhan apa yang diinginkan oleh pelanggan atau sebaliknya. Oleh karenanya, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja dalam kualitas pelayanan J&T Express yang berpengaruh terhadap *purchase intention*, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Purchase Intention* Pada Jasa Ekspedisi J&T Express.”**

1.3 Perumusan Masalah

Dalam industri logistik fenomena penggunaan jasa ekspedisi seperti perusahaan J&T Express mengalami peningkatan aktivitas operasional. Hal ini disebabkan oleh banyak melakukan pada transaksi. Kondisi ini membuat banyak perusahaan jasa ekspedisi bersaing ketat untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Maka dari itu, banyak pelanggan mulai menggunakan jasa ekspedisi seperti salah satunya pada perusahaan J&T Express yang harus tetap beroperasi untuk pelanggan. Gejala pada saat penggunaan jasa ekspedisi yaitu pelayanan kualitas setiap jasa ekspedisi dalam melakukan *purchase intention* masih belum maksimal. Pelayanan yang belum maksimal ini disebabkan adanya lonjakan pengiriman sehingga mengalami keterlambatan pengiriman barang sampai kondisi terjadinya barang pelanggan banyak yang hilang atau rusak. Hal ini akan muncul isu kepuasan pelanggan berkurang, sehingga *purchase intention* pada perusahaan

jasa ekspedisi yang digunakannya seperti perusahaan J&T Express akan mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis melakukan perumusan masalah terhadap permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan jasa ekspedisi seperti J&T Express yang akan dibahas dalam penelitian ini. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan jasa ekspedisi J&T Express yaitu masih belum sesuai dengan kualitas pelayanan yang sudah dijanjikan oleh J&T Express kepada pelanggan, Sehingga muncul banyak keluhan dari pelanggan yang menggunakan jasa ekspedisi J&T, karena dinilai perusahaan tersebut memberikan kualitas pelayanan yang belum maksimal dan tidak sesuai harapan pelanggan. Hal ini akan berpengaruh terhadap *purchase intention* pelanggan untuk menggunakan jasa ekspedisi J&T Express.

Permasalahan tersebut tentu saja menuntut J&T Express akan terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diperlukan oleh pelanggan J&T Express, supaya tidak beralih kepada kompetitor yang juga semakin baik dalam menawarkan produk maupun layanan jasa unggulannya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting bagi J&T Express dalam *purchase intention* untuk menggunakan kembali jasa ekspedisi J&T Express. Jika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka hal tersebut dapat membuat pelanggan menggunakan kembali jasa ekspedisi J&T Express untuk meningkatkan *purchase intention* pelanggan terhadap layanan jasa yang ditawarkan dan diberikan oleh pihak perusahaan.

Maka dari itu, perlu diketahui faktor-faktor apa saja pada kualitas pelayanan yang belum maksimal, serta bagaimana pengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan *purchase intention* supaya pelanggan menggunakan kembali jasa ekspedisi J&T Express. Sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang memiliki bisnis sejenis atau jasa ekspedisi.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Setelah menyusun latar belakang serta rumusan masalah, maka dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Seberapa baik *Reliability* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia?
2. Seberapa baik *Responsiveness* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia?
3. Seberapa baik *Assurance* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia?
4. Seberapa baik *Empathy* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia?
5. Seberapa baik *Tangible* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa baik *Reliability* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia
2. Untuk mengetahui seberapa baik *Responsiveness* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia
3. Untuk mengetahui seberapa baik *Assurance* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia
4. Untuk mengetahui seberapa baik *Empathy* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia
5. Untuk mengetahui seberapa baik *Tangible* berpengaruh terhadap *purchase intention* J&T Express di Indonesia

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian guna menambah pengetahuan peneliti dalam bidang marketing khususnya mengenai kualitas layanan. Kualitas layanan J&T yang mempengaruhi terhadap *purchase intention* dengan melalui penerapan ilmu dan teori-teori yang didapatkan selama proses perkuliahan serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

Dari hasil penelitian pada akhirnya dapat juga digunakan oleh perusahaan guna mendapatkan pengetahuan serta informasi mengenai kualitas layanan yang selama ini diberikan terhadap *purchase intention*, sehingga dapat menambah pengetahuan perusahaan di bidang marketing khususnya *purchase intention*.

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan para dosen dan mahasiswa yang membaca penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penerapan ilmu yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dalam meningkatkan terhadap *purchase intention* pada J&T Express

1.6.2 Aspek Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan J&T Express sebagai objek dalam penelitian dapat mengetahui kualitas pelayanan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan layanannya terhadap *purchase intention* pada jasa ekspedisi J&T Express, serta dapat memberikan masukan untuk pemecahan masalah yang dihadapi tersebut.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan terdiri dari lima bab yang memiliki keterkaitan hubungan antara satu dengan yang lainnya. Sistematika penyajian penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang tinjauan terhadap objek studi penelitian serta alasan yang mendasari pentingnya diadakan penelitian yang dijelaskan pada latar belakang masalah. Perumusan masalah dan tujuan masalah menguraikan masalah yang akan diteliti lebih detail. Kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan mendukung kerangka dasar penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai literature penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya, landasan teori yang menguraikan teori-

teori yang menguatkan penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta batasan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang jenis penelitian yang akan digunakan, operasionalisasi variable dan skala pengukuran, metode pengumpulan data dan teknik pengumpulan data serta analisa data instrument penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil penelitian yang meliputi data penelitian, hasil penelitian serta pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi uraian tentang kesimpulan dari penelitian ini serta saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak yang berkepentingan dengan hasil Penelitian.