

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Munculnya pandemi virus corona atau covid-19, mampu melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. Pemerintah pun melakukan kebijakan dengan sistem *lockdown* di beberapa daerah, dengan begitu masyarakat untuk memenuhi segala kebutuhannya seperti berbelanja sandang dan pangan menggunakan *E-commerce* sebagai pilihan terbaik agar tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan banyaknya permintaan dari *E-commerce* mempengaruhi juga terhadap meningkatnya jasa pengiriman barang atau jasa kurir untuk mengantarkan pesanan sampai lokasi tujuan.

Fenomena tersebut diikuti dengan pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh di luar dari daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan.

Sejalan dengan hal ini revolusi industri 4.0 berupa kemajuan teknologi yang mendasar, sehingga efek maupun dampak yang ditimbulkan berupa pengkorelasiian antara kegiatan fisik dengan digital. Savitri (2019:1) mendefinisikan sejatinya revolusi industri merupakan perubahan secara besar-besaran yang terjadi pada sektor industrial yang mampu mengubah cara hidup, cara bekerja dan cara beroperasinya sebuah bisnis. Dengan kemajuan teknologi yang sudah ada saat ini, perusahaan tentunya perlu untuk menghadapi atau menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi.

Biasanya kegiatan transaksi *online* ini bisa disebut sebagai *E-commerce*. Pada masa pandemi sekarang, transaksi *E-commerce* banyak dilakukan oleh masyarakat. Pada masa sekarang yang hampir semua kegiatan bisa diakses melalui internet, kebanyakan partner dari jasa pengiriman barang tidak lain perusahaan yang memasarkan barang melalui internet atau para pelaku bisnis *online* dan entitas tertentu yang keterbatasannya tidak bisa mengirim barangnya sendiri.

Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman adalah PT. JNE Express. Berdiri pada tanggal 26 November tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE Express memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan impor kiriman barang atau dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.



Sumber : [www.jne.co.id](http://www.jne.co.id)

**Gambar 1.1 Logo Perusahaan PT. JNE Express**

Perusahaan ini merupakan logistik lokal yang telah memiliki kantor perwakilan 75 unit, kantor cabang 53 unit, serta 2.073 agen dan sub-agen di seluruh Indonesia. Seiring dengan adanya pertumbuhan jumlah perusahaan jasa titipan di Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat persaingan yang dihadapi PT. JNE Express selaku salah satu dari sekian banyak pembisnis jasa pengiriman. Adanya keluhan yang bersumber dari konsumen kepada perusahaan seperti keterlambatan pengiriman, biaya pengiriman yang tinggi untuk pengiriman satu hari sampai, dering telepon yang tidak diangkat, masalah konsumen yang tidak terlayani secara tuntas oleh *customer service*.

Kepercayaan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis jasa dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya dan dapat di percaya pada masyarakat luar. Kepercayaan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat

menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya bahkan akan lebih baik hingga konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.

Kepercayaan menjadi faktor yang paling dipertimbangkan dalam setiap jual beli khususnya pada pembelian secara *online*. Kepercayaan konsumen menjadi faktor penting pula bagi perusahaan jasa pengiriman paket seperti JNE Express karena dengan begitu adanya kepercayaan konsumen, konsumen akan lebih memilih menggunakan jasa tersebut dibandingkan pesaing lain.

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Kepercayaan dan pengalaman merupakan sebagian dari indikator yang digunakan dalam mengukur niat menggunakan atau niat membeli kembali konsumen, dengan adanya kepercayaan dan pengalaman yang baik dalam menggunakan jasa atau produk maka konsumen diharapkan akan melakukan penggunaan kembali atas jasa tersebut. Namun, kepercayaan terhadap pengiriman jasa paket JNE Express ini tidak selalu mendapatkan hal yang positif dari konsumen.



Sumber : *Search Google*

**Gambar 1.2 Pengguna Jasa Pengiriman Tahun 2020**

Bisnis jasa kurir masih tetap bertahan di tengah merebaknya wabah COVID-19 di Indonesia. Terlebih sejak pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sebagian besar wilayah Indonesia beberapa waktu lalu, tentunya hal ini turut mempengaruhi permintaan jasa kurir untuk mengantarkan barang sampai ke pelanggan tepat waktu. Pasalnya saat ini, kegiatan belanja *online* boleh dibilang cukup meningkat. Berdasarkan hasil penelusuran Redaksi melalui digital, JNE masih menjadi primadona di bisnis jasa kurir. Dimana dari survey yang dilakukan 2,5 juta pengguna jasa pengiriman setiap bulannya lebih dari 1,2 juta orang (47,8%) telah mencari merek ini secara langsung di internet. Kemudian disusul SiCepat dengan 550 ribu pencarian (21,5%), lalu J&T 368 ribu (14,4%), Pos Indonesia 246 ribu (9,6%) dan TIKI 165 ribu (6,4%).

Loyalitas konsumen juga dapat terbentuk dari kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen. Rasa percaya yang dirasakan seseorang akan

memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas konsumen. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas konsumennya. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, di antaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan konsumen, dan nilai yang dipikirkan konsumen.

Selain itu, nilai yang dipikirkan konsumen juga akan memberikan pengaruh terhadap kelayakan seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakannya. Nilai yang dipikirkan konsumen adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan lain yang dipikirkan (Kotler, 2016:68). Apabila nilai yang ditawarkan suatu perusahaan lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan atau transaksi. Untuk membentuk loyalitas konsumen yang tinggi, maka suatu perusahaan harus mampu memberikan nilai konsumen yang tinggi pula.

PT. JNE Express selaku salah satu dari sekian banyak pembisnis jasa pengiriman penanganan keluhan konsumen terhadap pelayanan PT. JNE Express menjadi hal yang sangat penting. Berikut merupakan tabel rating dan jumlah keluhan pada konsumen jasa pengiriman di Indonesia :

Tabel 1.1

**Rating dan ulasan keluhan konsumen jasa pengiriman Tahun 2021**

No	Aplikasi	Rating Google Playstore	Jumlah ulasan	Rating Apple AppStore	Jumlah ulasan
1.	TIKI	4.2	6rb	2.9	20
2.	Anteraja	3.9	14rb	4.4	1,8rb
3.	ID express	3.5	6rb	3.3	19
4.	J&T Express	2.9	68rb	2.2	817
5.	My JNE	2.8	107rb	2.1	915
6.	SiCepat Ekspres	2.6	8rb	2.0	287

Sumber : *Playstore dan Appstore Tahun 2021*

Dapat dilihat dari data tersebut menunjukkan *rating* JNE yang masih tergolong tidak baik, selain itu juga tercatat paling banyak menerima ulasan tentang keluhan atau komplain di aplikasi tersebut.

Berdasarkan dari *review* konsumen pada JNE Express masih terdapat pelayanan yang tidak memuaskan dan kecewa. Kekecewaan terhadap agen JNE Express ini bermacam-macam diantaranya keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di *tracking*, Salah kirim ke alamat lain, kurang ramahnya pelayanan CS JNE, hilangnya paket kiriman barang serta lambatnya Komplain penanganan JNE.

Menurut kutipan artikel yang bersumber dari JayaPos pada tanggal 26 juni 2020 mengatakan bahwa “Pelayanan jasa pengiriman JNE tidak sebanding dengan nama besarnya dalam hal pengiriman. Bahkan ketika konsumen komplain ke kantor pusat terkait terlambatnya pengiriman paket, justru ditolak oleh pihak perusahaan yang katanya cukup besar itu”. Dalam kasus tersebut Kepala Perwakilan Harian Jaya Pos Jawa Barat, Alfen Hoesin sangat menyesalkan penolakan oleh pihak Kantor Pusat JNE yang berada di Jl Tomang Raya Jakarta Barat terkait atas terlambatnya paket sampai ke tujuan atas nama Hendri Hutagalung yang merupakan Kepala Biro Harian Jaya Pos Kabupaten Bandung, pihak JNE menghubungi langsung Pemred Harian Jaya Pos, Toni Limbong, SH, pada Selasa (23/6), dan menyatakan akan mengirimkan email tanggapan terkait keterlambatan paket tersebut. Namun hingga Jumat (26/6) sore, pihak JNE belum mengklarifikasi apakah email yang dimaksud sudah dikirim atau belum.

Dikemukakan oleh Bell dan Luddington (2016 : 78), bahwasanya “Komplain pelanggan (*Customer complaint*) Adalah umpan balik (*Feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negtaif. Umpan balik ini dapat dilakukan secara tertulis atau secara lisan”.

Keluhan adalah ekspresi atau ungkapan ketidakpuasan pelanggan atau klien yang membeli produk/ jasa kita, yang dikirimkan secara lisan melalui telepon atau *face to face* maupun tertulis (lewat email, sms, surat atau sosial media) mengenai segala aspek dari produk, layanan dan berbagai hal yang disediakan oleh perusahaan dan bisnis.



Ketika menerima sebuah keluhan, maka solusi terbaik adalah menanganinya segera dengan cepat, cerdas dan tepat. Ketika menanganinya dengan cara tersebut, maka ini dapat menjadikan peluang untuk tidak kehilangan pelanggan, sekaligus menunjukkan kepada pelanggan bahwa bisnis yang dikelola memang bertanggung jawab serta mendengarkan apa yang dibutuhkan pelanggan. Didengarkan adalah salah satu kebutuhan pelanggan, dan ketika mereka merasa bahwa apa yang mereka keluhkan didengarkan, maka komunikasi dan *relationship* telah terjalin. Kepercayaan seorang pelanggan terhadap sebuah bisnis merupakan salah satu hal yang sangat penting. Bisa jadi, meskipun awalnya mengeluhkan sesuatu, pada akhirnya pelanggan tersebut menjadi pelanggan loyal Perusahaan selanjutnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi kajian tersendiri bagi peneliti untuk meneliti bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap kepercayaan konsumen dalam membentuk sebuah loyalitas konsumen.

Maka dari itu, penulis tertarik dalam memilih judul skripsi ini sebagai berikut: **“PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN JNE DI JAKARTA TIMUR)”**

## 1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dapat di ketahui Menurut data *google search* Tahun 2020 JNE Express lebih unggul dari para pesaingnya dalam segi pengguna jasa pengiriman di Indonesia dimana JNE Express berada di urutan pertama. Dengan begitu mencerminkan kepercayaan dan loyalitas konsumen yang bagus.

Tetapi *rating* JNE Express masih terbilang tidak baik, seperti di *playstore* mendapatkan *rating* (2.8) dan *appstore* (2.1) dari total *rating* tertinggi adalah (5.0) dan ulasan JNE Express lebih banyak menerima keluhan dari para penggunanya di *playstore* dengan jumlah keluhan sebanyak (107ribu) dan *appstore* (915) pengguna dan itu masih terbilang tidak terlalu baik. Adapun respon dari pihak JNE Express mengenai keluhan konsumennya terbukti tidak melakukan penanganan keluhan dengan baik.

### 1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian perlu melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar penelitian ini fokus terhadap variabel masalah yang teliti yaitu: Penanganan Keluhan sebagai variabel (X), Kepercayaan Konsumen sebagai variabel (Z), dan Loyalitas Konsumen sebagai variabel (Y).

Penelitian akan dilakukan pada pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.

### 1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara langsung antara penanganan keluhan terhadap kepercayaan konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur?
2. Bagaimana pengaruh secara langsung antara penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur?
3. Bagaimana pengaruh secara langsung antara kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur?
4. Bagaimana pengaruh secara tidak langsung antara penanganan keluhan terhadap loyalitas pengguna konsumen melalui kepercayaan konsumen jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara penanganan keluhan terhadap kepercayaan konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara penanganan keluhan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kepercayaan konsumen dan terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara penanganan keluhan terhadap terhadap loyalitas konsumen melalui kepercayaan konsumen pengguna jasa pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

#### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini merupakan suatu sarana untuk mempraktekan teori-teori yang sudah diperoleh semasa perkuliahan dengan fakta yang ada di

lapangan dan untuk memperluas pengetahuan tentang Penanganan Keluhan, Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

## **2. Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepercayaan Konsumen dan dampaknya pada Loyalitas Konsumen Jasa Pengiriman JNE Express di Jakarta Timur.

