

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wirausaha atau pengusaha ditandai dengan kemampuan dalam mengikuti perubahan - perubahan yang terjadi secara tidak langsung akan mempengaruhi profil usaha yang dikelola perubahan terjadi pada pergeseran pola konsumsi konsumen terhadap produk dan jasa yang ada selama ini menuju keinginan baru yang lebih sesuai dengan selera dan keinginan konsumen. Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami kemajuan yang cukup pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas. Kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama bisnis online atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang kepada *customernya* di seluruh Indonesia hingga di luar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja online semakin hari semakin meningkat.

Pesatnya perkembangan industri jasa pengiriman ini membawa imbas signifikan pada berubahnya sikap dan kebiasaan masyarakat sebab menjalankannya *social distancing*. Hal terkait mengakibatkan masyarakat membutuhkan hal yang dapat menolong bermacam aktivitas dalam menjalankan *social distancing* serta menjaga kesehatan.

Salah satu bidang yang membantu masyarakat untuk menjalankan *social distancing* adalah transportasi pengiriman barang berbasis online sangat membantu masyarakat dalam mobilitas pergerakan barang. Mengenai pengiriman barang yang senantiasa bertambah sebab terus menjadi banyaknya pembelanjaan *online* baik dalam bentuk paket, dokumen, ataupun parcel sehingga memerlukan penyedia transportasi pengiriman barang yang efisien serta efektif. Transportasi pengiriman barang berbasis online memperoleh kesempatan lebih untuk berinovasi menyediakan jasa pengiriman yang senantiasa membuat masyarakat puas setiap memakai jasanya. J&T Express adalah industri pengiriman paket kilat (*express delivery*) awal di Indonesia yang mempraktikkan kecanggihan teknologi di seluruh zona bisnis. Layanan yang dipersembahkan J&T Express meliputi pengiriman dalam kota, antar kota, antar provinsi, sampai melayani pelanggan *e-commerce*. J&T Express pula sukses bekerja sama dengan pemain *e-commerce* raksasa di Indonesia semacam Tokopedia, Shopee, Bukalapak serta jadi pemecahan kilat atas kasus yang dialami *e-commerce* adalah dari sisi pengiriman paket. Didukung dengan sistem IT yang mutakhir, J&T Express jadi industri ekspres awal yang membagikan sarana tracking paket secara *real time*.

Disaat ini, bisnis jasa pengiriman dihadapkan pada persaingan yang begitu ketat ditandai dengan makin banyaknya jasa pengiriman barang yang bermunculan di Indonesia. Perihal tersebut menuntut para pelaku bisnis jasa pengiriman agar bisa membangun strategi lewat penciptaan merek yang kokoh sehingga bisa menciptakan keyakinan merek agar bisa bersaing serta unggul dibandingkan para kompetitornya.

J&T Express adalah perusahaan jasa layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express merupakan perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya, perusahaan ini menawarkan kelebihan berupa jemput barang, sehingga para pelanggan tidak perlu mendatangi kantor J&T Express hal ini sesuai dengan simbol mereka berbunyi antar jemput barang secara gratis. Saat ini, bisnis jasa pengiriman dihadapkan pada persaingan yang begitu ketat dalam menuju era perdagangan bebas untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Persaingan dalam Industri logistik khususnya pada jasa kurir semakin ketat dan semakin terbuka lebar untuk perusahaan baru yang bersaing di Indonesia. Peran jasa kurir semakin penting untuk menunjang berbagai sektor kehidupan maka perusahaan lokal akan menghadapi persaingan yang lebih berat karena bisnis ini selain menarik investor lokal juga dapat menarik investor asing yang memiliki keunggulan dalam bidang teknologi. Banyaknya bisnis yang sejenis dan kualitas yang beragam dan selera konsumen yang mudah berganti serta munculnya pesaing baru, mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tajam. Perusahaan harus dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki di Indonesia sendiri ada beberapa perusahaan besar yang meramaikan industri logistik yaitu JNE, TIKI, Pos Indonesia, DHL dll.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang terkenal di Indonesia dari sekian banyak perusahaan jasa ekspedisi pengiriman barang yang ada. Perusahaan yang didirikan pada 20 Agustus 2015 dan bermarkas di Jakarta ini telah bermitra dengan beberapa *marketplace* besar di Indonesia seperti Shopee, BukaLapak, Tokopedia, dan Lazada. Pada tahun 2018, J&T Express telah membangun gudang sortir otomatisnya di Surabaya dan Semarang.

Perusahaan yang berdiri di bawah naungan PT Global Jet Express ini jugatelah melebarkan bisnisnya hingga ke beberapa negara Asia Tenggara seperti Philippines, Thailand, Kamboja, dan Malaysia. Menurut situs Jet.co.id, saat ini J&T Express telah mendirikan 500 kantor cabangnya yang tersebar di seluruh Kota di Indonesia. *Brand* yang terbilang masih muda ini telah memenangkan penghargaan *Top Brand Award* pada 14 Agustus 2020 lalu. Penghargaan ini telah berhasil dipertahankan oleh J&T Express selama tiga tahun berturut-turut. Perihal ini teruji dari hasil survei *Top Brand Award* seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1

Top Brand Index Kategori Jasa Kurir

MEREK	2018	2019	2020	TOP
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 %	
DHL	3.5 %	3.8 %	4.1 %	

Sumber : www.TopBrandAward.com

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa J&T Express merupakan salah satu merek *Top Brand* nomor 2 kategori jasa kurir yang banyak digunakan dalam masyarakat Indonesia dibandingkan pesaing utamanya, Hal ini dikarenakan Jumlah peminat bisnis belanja *online* semakin hari semakin meningkat dan penggunaan jasa kurir meningkat setiap tahunnya. Hal ini terbukti dari hasil survei *Top Brand Index* dimana persaingan jasa kurir semakin sengit. Pangsa pasar J&T Express dibandingkan pesaing utamanya, pangsa

pasar J&T Express masih jauh lebih rendah dibandingkan JNE. Oleh karena itu J&T Express harus selalu berinovasi dan meningkatkan *Service Excellence* dan melakukan *Service Recovery* terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

Menurut Rangkuti (2017) pelayanan prima (*service excellence*) adalah suatu pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan Konsumen. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dalam memuaskan Konsumen. Pelayanan yang dapat diberikan dengan memperluas jangkauan, mempercepat proses transportasi dan memuaskan para *eksekutif* dengan melayani pelanggan yang pindah paket. *Service excellence* mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada konsumen, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan konsumen dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.

Tabel 1.2

Pengiriman J&T Express pada tahun 2018-2020

Tahun	Total Resi Pengiriman
2018	31.752.820
2019	70.054.641
2020	157.966.426

Sumber : J&T Express Jakarta Pusat

Berdasarkan Tabel.1.2 Menunjukkan peningkatan pengiriman J&T Express Jakarta dari Tahun - tahun sebelumnya dan terjadinya peningkatan pengiriman pada tahun 2020 diduga karena adanya peningkatan aktifitas belanja online oleh masyarakat di masa pandemi. Layanan Ekspedisi J&T Express tentunya tidak bisa dilepaskan dari Masalah - masalah selama proses pelayanan itu. Resiko terjadinya kegagalan layanan akan semakin tinggi bila pemberian layanan semakin tinggi. Kegagalan layanan adalah kemacetan, keterlambatan, serta gangguan pada saat menyampaikan jasa.

Denham dalam (Tjiptono, 2014) menyebutkan bahwa masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan jasa bisa saja disebabkan oleh tiga sumber utama :

1. Sebesar 40% masalah yang terjadi disebabkan oleh perusahaan itu sendiri.
2. 20% masalah dilakukan oleh karyawan.
3. 40% sisanya disebabkan oleh pelanggan.

Berikut ini dicantumkan beberapa keluhan pelanggan J&T Express terhadap pelayanannya :

Tabel 1.3
Keluhan Customer J&T Express

No	Keluhan Pelanggan
1	paket sampai ke pelanggan dalam keadaan dalam keadaan rusak
2	paket hilang,karyawan J&T Express tidak memperlakukan pelanggan dengan baik
3	mendapatkan diskon harga pengiriman lebih besar dari pesaing jasa pengiriman lain
4	Pihak J&T tidak merespon keluhan pelanggan
5	Aplikasi J&T Express tidak bisa melakukan pelacakan nomor resi
6	Waktu pengiriman yang tidak sesuai dengan estimasi
7	Customer service hanya meminta maaf jika terjadi kesalahan tanpa memberikan solusi
8	Tidak bertanggung jawab atas klaim asuransi kerusakan

Sumber : www.media.konsumen.com

Berdasarkan Tabel 1.3 Perusahaan perlu merancang strategi yang tepat agar bisa memenuhi ekspektasi pelanggan dan menekan terjadinya kegagalan jasa.

Selain persaingan yang semakin ketat, J&T Express Jakarta memiliki pengalaman yang kurang baik yang mempengaruhi oleh pelanggan dan pengalaman pelanggan tersebut berupa keterlambatan penjemputan paket ke pelanggan penerima, paket sampai ke pelanggan dalam keadaan dalam keadaan rusak, paket hilang, karyawan J&T Express tidak memperlakukan pelanggan dengan baik, dan mendapatkan diskon harga pengiriman lebih besar dari pesaing jasa pengiriman lain.

Dengan adanya ini J&T Express Jakarta Pusat harus melakukan inovasi serta evaluasi sebagai cara alternatif untuk bersaing kembali sehingga pelanggan akan semakin loyal dengan perusahaan dan perusahaan dapat semakin berkembang serta maju. Salah satu strategi yang bisa dilakukan

adalah dengan membekali para karyawan dengan berbagai pelatihan agar bisa melakukan *recovery* yang efektif maka akan menyebabkan ketidakpuasan bagi pelanggan. Keluhan harus dikelola secara sistematis untuk meneliti sebuah permasalahan pelayanan dan menyelesaikannya sebagai upaya untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Prosedur pemulihan jasa sangat penting dimiliki perusahaan untuk mencapai kepuasan dan *loyalitas* pelanggan. *Distributive justice* mengarah pada kesetaraan biaya yang dialokasikan pelanggan dengan manfaat yang diterima. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri, Irawan, & Utami, 2019) *distributive justice* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam rangka menangani keluhan pelanggan, J&T Express telah menyediakan beberapa solusi, antara lain dengan menghubungi layanan *customer service* 24 jam. Layanan *customer service* memungkinkan pemberian respon yang cepat dari pihak J&T Express. Pelanggan juga bisa menyampaikan keluhannya dengan mengirimkan email, menghubungi akun resmi sosial media (Facebook, Instagram, Twitter, Line, Youtube, WeChat), atau pelanggan bisa mengunjungi kantor cabang J&T Express terdekat secara langsung.

Penyampaian keluhan ini sering pula dilakukan oleh pelanggan melalui sosial media. Penyampaian keluhan secara langsung ke media sosial biasanya bisa mempengaruhi konsumen yang lain dikarenakan jangkauan media sosial yang luas. Pihak J&T Express sendiri telah melakukan berbagai upaya *service recovery* untuk menangani keluhan dalam rangka mempertahankan pelanggan. Penerapan *Distributive Justice* yang telah dilakukan oleh J&T Express jika

terjadi kegagalan layanan antara lain dengan melakukan permohonan maaf, *refund*, penggantian, reparasi, dan koreksi harga. Permohonan maaf sendiri merupakan suatu langkah awal dalam prosedur penanganan kegagalan baik yang disampaikan melalui *customer service*, email, maupun media sosial.

Bahkan seringkali pihak manajemen J&T Express meminta maaf secara langsung jika kegagalan layanan tersebut memiliki dampak yang luas. Selain itu, melalui website jet.co.id, disebutkan bahwa apabila terjadi kehilangan barang, maka pihak J&T Express akan memberikan ganti rugi sebesar maksimal Rp. 20.000.000 untuk pengiriman barang dengan asuransi, serta sebesar maksimal Rp. 1.000.000 untuk klaim barang tanpa asuransi.

Berhubungan dengan *procedural justice*, yaitu nilai yang melekat selama proses penyampaian keluhan berlangsung, pelanggan bisa menyampaikan keluhannya melalui *customer service*, email resmi, sosial media, dan secara langsung melalui kantor cabang terdekat. Pelanggan dapat menyampaikan keluhannya dengan menyebutkan beberapa syarat yang dibutuhkan, seperti nomor resi pengiriman, nomor telepon, nama pengirim, dan kartu identitas. Tindakan *interactional justice* yang dilakukan J&T Express berhubungan dengan proses interaksi yang terjadi antara pelanggan dan karyawan selama mengikuti prosedur penanganan keluhan. Tindakan yang perlu dilakukan karyawan untuk menangani keluhan antara lain melakukan penjelasan mengapa terjadi kegagalan, menyampaikan kebenaran, bersikap sopan, menunjukkan kesungguhan dan rasa peduli.

Gambar 1.1 Penanganan Keluhan yang Dilakukan J&T Express Melalui Media Sosial



Sumber: www.twitter.com

Dapat dilihat dari gambar di atas, pihak J&T Express melalui media sosial resminya menyampaikan permohonan maaf kepada konsumen, bersikap sopan, menunjukkan kesungguhan, dan memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai status pengiriman. Oleh karena itu, J&T Express perlu membuat sistem *service excellence* dan *service recovery* yang baik agar bisa menangani keluhan atau komplain dari pelanggan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas.

Pihak J&T Express perlu melakukan monitor atau pelaksanaan *service excellence* dan *service recovery* untuk mengetahui seberapa tuntas suatu masalah atau kegagalan layanan dapat ditangani sehingga bisa menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepercayaan pelanggan dapat ditingkatkan kembali setelah adanya usaha pemulihan layanan dengan prosedur yang tepat.

Penelitian ini hanya mengambil dua variabel bebas dari penelitian Siregar, dkk (2019) dimana dalam penelitiannya telah membuktikan bahwa *service excellence* berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan. Penelitian ini

mempunyai permasalahan yaitu selama 3 tahun Berturut-turut menduduki peringkat ke 2 dibanding dengan JNE, serta terjadinya masalah selama pelayanan dalam penyampaian jasa menyebabkan timbulnya rasa tidak puas bagi pelayanan karena kurangnya *service excellence* dan *service recovery* yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna J&T Express. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Service Excellence* dan *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada J&T Express di Kota Jakarta Pusat, Salemba”**.

1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.

1. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat di identifikasikan masalah Bagaimana pengaruh *service excellence* dan *service recovery* jasa pengiriman barang melalui J&T Express (survey pada konsumen jasa pengiriman barang melalui J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba).

2. Pembatasan Masalah.

Pembatasan Masalah bertujuan untuk menghindari meluasnya permasalahan yang akan diteliti dan menghindari adanya penyimpangandari penelitian yang akan dilakukan. Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memberikan arah dan mempermudah penelitian dalam mencapai tujuannya. Maka batasan masalah dari penelitian ini yaitu hanya membahas mengenai pengaruh *service excellence* dan *service recovery* terhadap kepuasan

pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang melalui J&T Express jasa pengiriman barang melalui J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba Agar suatu masalah dapat dikaji secara mendalam, maka perlu pembatasan masalah.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?
2. Bagaimana pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?
3. Bagaimana pengaruh *service excellence* dan *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?

1.3 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Apakah ada pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?
2. Apakah ada pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?
3. Apakah ada pengaruh *service excellence* dan *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan konsumen J&T Express di wilayah Jakarta Pusat, Salemba ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan peneliti memperoleh manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang - kurangnya dapat berguna bagi dunia pendidikan mengenai pengaruh pengalaman pelanggan dan reputasi merek terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan tambahan pemikiran bagi banyak pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan J&T Express untuk lebih memahami sejauh mana peranan kepuasan pelanggan. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan