

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era yang terus mengalami modernisasi seperti sekarang ini, membuat tren kegiatan bisnis *online* seperti jual/beli barang di internet semakin masif dilakukan di kalangan masyarakat Indonesia. Salah satu faktor penyebab tren tersebut karena adanya aktivitas bisnis yang dilakukan melalui media sosial maupun *platform E-Commerce*. Melansir dari *liputan6.com* pemerintah Indonesia mencatat nilai transaksi ekonomi pada *E-Commerce* di Tahun 2023 telah mencapai Rp. 108,54 triliun. Selain itu, banyak pebisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menawarkan produk mereka kepada target pasar, menurut *katadata.co.id* pada tahun 2021, nilai penjualan lewat media sosial diperkirakan meningkat menjadi US \$732 miliar. Kemudian, nilainya terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan per tahun diproyeksikan sebesar 31,54%. Berdasarkan fenomena tersebut tentu permintaan akan jasa pengiriman JNE *Express* akan meningkat pula, karena kebutuhan konsumen akan jasa pengiriman semakin tinggi.

Namun faktanya PT. JNE *Express*, justru mengalami sedikit permintaan dari konsumen, hal ini terindikasi di tahun 2021 JNE *Express* tidak lagi menjadi *top brand* utama pada jasa pengiriman barang melalui kurir, berikut data *top brand jasa* pengiriman barang di tahun 2019 sampai tahun 2021:

Tabel I- 1
Top Brand Jasa Pengiriman Melalui Kurir

Brand	Top Brand Index		
	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
JNE Express	26,4%	27,3%	28,0%
J&T	20,3%	21,3%	33,4%
Tiki	12,6%	10,8%	11,2%
Pos Indonesia	5,4%	7,7%	8,5%
DHL	3,8%	4,1%	6,0%

Sumber: Topbrand-award.com

Dari data di atas JNE Express menjadi *top brand* jasa kurir pada tahun 2019 dan tahun 2020, akan tetapi perusahaan JNE Express hanya menempati peringkat ke dua *top brand* di tahun 2021, pada tahun itu yang menjadi *top brand* adalah perusahaan J&T dengan nilai index 33,4%, hal ini menjadi indikasi bahwa JNE Express tidak lagi menjadi pilihan pertama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan jasa pengiriman. Selain itu meskipun di tahun 2020, JNE Express masih menjadi *top brand* nomer satu, namun jumlah volume pengiriman barang masih lebih banyak J&T. Melansir dari *databoks.katadata.co.id*, J&T pada tahun 2020 mampu memimpin pasar jasa pengiriman dengan memiliki volume pengiriman terbesar di Indonesia. J&T mampu mengirim 2 juta paket tiap harinya. Sementara untuk JNE Express, berada di peringkat kedua. JNE Express mampu mengirim 1,6 juta paket tiap harinya, Si Cepat 1 juta paket per hari, Ninja Express 0,65 juta paket per hari dan SAP 0,15 juta paket per hari. Hal ini dapat kita lihat dalam tabel berikut:

Tabel I- 2
Perusahaan Dengan Volume Pengiriman Kurir Terbesar

No	Perusahaan	Nilai/Juta paket per hari
1	J&T <i>Express</i>	2
2	JNE <i>Express</i>	1,6
3	Si Cepat Kilat	1
4	Ninja <i>Express</i>	0,65
5	SAP	0,15

Sumber: katadata.co.id

Maka dapat dikatakan pada tahun 2020 sampai tahun 2021 JNE *Express* mengalami penurunan keputusan pembelian konsumen terhadap jasa yang mereka tawarkan. Namun ada hal yang menarik, pada studi pendahuluan yang dilakukan peneliti diperoleh data bahwa JNE *Express* ternyata masih menjadi pilihan utama masyarakat di kabupaten Banyumas. Peneliti memilih kabupaten ini karena memiliki agen JNE *Express* terbanyak yaitu 14 agen, dibanding daerah sekitar seperti kabupaten Cilacap dan Kebumen. JNE *Express* masih menjadi salah satu pilihan terbanyak untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan jasa pengiriman, hasil studi pendahuluan terkait pilihan konsumen terhadap perusahaan jasa pengiriman khususnya pada masyarakat di kabupaten Banyumas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel I- 3
Pilihan Pengguna Jasa Pengiriman Barang Pada Masyarakat

No.	Perusahaan Jasa Pengiriman	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	JNE <i>Express</i>	17	56.7
2.	J&T	7	23.3
3.	Si Cepat	6	20
	Total	30	100

Sumber: Olah Data Peneliti, Tahun 2023

Data di atas menjelaskan mayoritas masyarakat di kabupaten Banyumas memiliki kecenderungan memutuskan membeli jasa pengiriman JNE *Express*. Maka peneliti tertarik mengambil perusahaan JNE *Express* sebagai objek penelitian dan masyarakat di kabupaten Banyumas sebagai subyek penelitian. Untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan kompetitor, JNE *Express* harus memiliki strategi yang tepat. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian terhadap sebuah produk atau jasa. Ada banyak faktor yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli jasa pengiriman. Dalam studi pendahuluan yang dilakukan peneliti ada beberapa faktor yang menjadi alasan masyarakat di kabupaten Banyumas memutuskan membeli jasa pengiriman JNE *Express*. Berikut adalah alasan utama konsumen membeli jasa pengiriman JNE *Express* yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel I- 4
Alasan Pembelian Jasa JNE *Express* Pada Masyarakat

Alasan	Jumlah Responden	Presentase
Kualitas Pelayanan	9	31%
Harga	7	23%
Merek	6	20%
Lokasi	4	13%
Persepsi Kegunaan	4	13%
Total	30	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, Tahun 2023

Dari hasil studi pendahuluan tersebut, peneliti memperoleh data bahwa sebanyak 9 dari 30 responden lebih tertarik membeli jasa pengiriman JNE

Express karena alasan kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan tersebut. Kemudian, 7 dari 30 responden tertarik karena harga yang ditawarkan perusahaan JNE *Express*. Selanjutnya, 6 dari 30 responden memutuskan untuk membeli karena kesadaran akan merek, masing-masing 4 dari 30 responden memilih karena lokasi dan persepsi kegunaan. Banyaknya ketersediaan penyedia jasa pengiriman barang, membuat perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan konsumen supaya memutuskan untuk membeli jasa mereka. Beberapa faktor seperti kualitas pelayanan, harga dan kesadaran merek merupakan tiga hal utama yang menjadi alasan konsumen khususnya di kalangan masyarakat di Kabupaten Banyumas dalam memutuskan untuk membeli jasa pengiriman JNE *Express*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS” (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas)**

1.2. Rumusan Masalah

Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman JNE *Express* oleh konsumen khususnya masyarakat di kabupaten Banyumas tergolong tinggi. Keputusan pembelian jasa pengiriman JNE *Express* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan Kesadaran merek. Oleh sebab itu penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express* ?
2. Apakah Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express* ?
3. Apakah Kesadaran Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express* ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Kesadaran Merek berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian lebih terarah dan kemudian hasil penelitian akan sesuai dengan tujuan awal yang telah dirumuskan. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada masyarakat di kabupaten Banyumas yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE *Express* minimal satu kali.

2. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Perusahaan JNE *Express*. Untuk menghindari meluasnya bahasan, maka pembatasan variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Keputusan Pembelian
- b. Kualitas Pelayanan
- c. Harga
- d. Kesadaran Merek

1.4. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian dibuat untuk mencapai tujuan yang diharapkan sesuai dengan rencana penelitian, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Harga Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dari kualitas pelayanan, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu tambahan referensi dan sebagai pengembangan ilmu manajemen dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian khususnya dengan pengaruh dari Kualitas Layanan, Harga dan Kesadaran Merek.

1.5.2. Manfaat Praktis

Bagi PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir atau JNE penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan serta dapat dijadikan referensi dalam membangun strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai opini dari sudut pandang akademisi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempertahankan Keputusan Pembelian jasa pengiriman JNE *Express*.