

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis terus memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengguna yang semakin banyak dan beragam. Pengguna sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Ini tentu merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat pengguna puas dengan segala yang mereka inginkan. Maka dari itu perusahaan harus mulai berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan produktifitas dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan pengguna, tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian diseluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing penyerahan lebih cepat dan layanan yang baik kepada pengguna sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan masyarakat di sebuah negara. Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan pengguna akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pada pesaingnya. Salah satu

industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau pengiriman barang.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah usaha dalam bidang jasa ekspedisi semakin berkembang dengan banyak berdirinya jasa ekspedisi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam pengiriman barang. Beberapa jasa ekspedisi yang berdiri saling berlomba-lomba dalam membangun citra merek dan kepercayaan pengguna untuk memenangkan persaingan pasar jasa ekspedisi.

Trend saat ini berdagang secara online atau *E-Commerce* yang memungkinkan pengguna bisa berasal dari berbagai daerah. E-Commerce di Indonesia meliputi Shopee, Lazada, Bukalapak, Blibli, Zalora, Tokopedia, dan sebagainya. Industri *E-Commerce* dapat memberikan kesempatan usaha-usaha baru yang memberikan pengaruh terhadap lingkungan sekitarnya. salah satu sektor pendukung *E-Commerce* adalah logistik. Logistik merupakan pendukung komersial yang penting dalam perdagangan *online*. Pada layanan *E-Commerce*, logistik bertanggung jawab langsung mengirimkan barang kepada pengguna. Layanan logistik yang berkembang saat ini, seperti JNE, J&T, Tiki, Pos Indonesia, DHL dan layanan logistik lainnya.

**Tabel I - 1**

**Top Brand Indonesia 2019 – 2022**

<b>Brand</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
JNE	26,4%	27,3%	28,0%	39,3%
J&T	20,3%	21,3%	33,4%	23,1%
Tiki	12,6%	10,8%	11,2%	11,1%
Pos Indonesia	5,4%	7,7%	8,5%	8,5%
DHL	3,8%	4,1%	6,0%	6,9%

*Sumber : topbrand-award (2023)*

Dari tabel di atas tercatat tiga Top Brand Indonesia yaitu JNE, J&T dan Tiki. Ketiga ekspedisi tersebut saling bersaing tetapi kelemahan JNE dan Tiki menjadi kelebihan dari J&T. Dilihat dari realita ekspedisi yang sering digunakan *E-Commerce* Shopee adalah J&T. Dengan ini dapat dikatakan walaupun J&T merupakan perusahaan jasa pengiriman baru, akan tetapi J&T dapat membuktikan keberadaannya sebagai perusahaan jasa pengiriman terbaik di Indonesia, dengan diperolehnya posisi kedua dalam Top Brand Indonesia pada tahun 2019 – 2022.

Berdasarkan tabel di atas pada tahun 2020 J&T mengalami peningkatan prosentase sebesar 1% dibandingkan dengan 2019, sedangkan ditahun 2022 J&T memiliki prosentase 23,1%, namun masih dibawah pesaingnya yang memiliki prosentase 39,3%. Perusahaan harus dapat menemukan cara paling tepat yaitu dengan berorientasi pada kebutuhan pengguna sehingga dapat melihat seberapa besar kepuasan pengguna terhadap perusahaan dalam usaha jasanya. Proses penawaran jasa tidak akan terjadi jika pengguna tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman, membuat perusahaan berlomba – lomba memberikan pelayanan untuk memuaskan pengguna. Pelayanan yang diberikan tergantung kinerja terhadap setiap individu penyedia jasa. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T karena kepuasan pengguna merupakan faktor yang penting demi kelangsungan dan perkembangan perusahaan., saat memberikan pelayanan yang baik pengguna akan merasa puas dan akan menggunakan kembali jasa

tersebut serta menyarankan kepada orang lain, sehingga hal tersebut dapat menguntungkan perusahaan. Perusahaan ekspedisi telah dikatakan sukses memperoleh banyak pengguna jika pelanggannya menyatakan kepuasannya.

J&T Group yang didirikan pada Agustus 2015 merupakan **perusahaan logistik berbasis teknologi pertama di Asia Tenggara** dengan *E-commerce* sebagai bisnis utamanya, bisnisnya mencakup berbagai bidang seperti pengiriman ekspres, pengiriman cargo, pergudangan dan rantai pasok, serta jenis bisnisnya melayani pengiriman antar kota, antar provinsi dan internasional. Founder sekaligus CEO pertama J&T, yaitu Jet Lee sebelum mendirikan perusahaan ini telah membangun jaringan Oppo Indonesia selama tiga tahun. Sehingga saat jasa ekspedisi ini mulai beroperasi, telah memiliki informasi mengenai jalur-jalur distribusi di Indonesia. (everpro.2023)

Beberapa strategi yang saat ini menjadi keunggulan dari bisnis J&T Exspress melayani pengiriman nonstop 24 jam setiap hari tanpa hari libur, terdapat 100 pusat pendistribusian paket dan memiliki lebih dari 4.000 titik operasi pengantaran paket sehingga dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Salah satunya di Kabupaten Kebumen terdapat kantor cabang pengantaran paket tersebar di beberapa titik seperti J&T Express Pejagoan, J&T Express Prembun, J&T Express Kutowinangun, J&T Express Gombong, J&T Express Karanganyar, J&T Express Ayah, J&T Express Klirong, J&T Express Petanahan, setiap harinya J&T Express mengirimkan barang lebih dari 500 paket. Pelanggan dapat melacak paket J&T yang dikirimkan dengan

memasukan nomor resi yang dimiliki secara online di aplikasi atau website J&T Express.

Setiap orang dalam memenuhi kebutuhan tentu memiliki cara yang berbeda. Perbedaan cara dari setiap orang yang memenuhi kebutuhannya bisa berubah tanpa perusahaan mampu untuk memprediksinya. perilaku dalam memenuhi kebutuhannya yang menjadi dasar dalam menentukan keputusan penggunaan pada produk dan jasa. Oleh karena itu, keputusan penggunaan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Berikut ini adalah hasil observasi peneliti terhadap kepuasan penggunaan jasa J&T di Kabupaten Kebumen yang diberikan kepada 31 responden:

**Tabel I - 2**  
**Hasil Observasi Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa J&T di Kabupaten Kebumen**

No	Pernyataan	Variabel	Jumlah (%)	Responden
1	Mempercepat, layanan baik	Layanan	64,6%	20
2	Akses mudah, praktis	Kemudahan	22,6%	7
3	Percaya,	Kepercayaan	6,4%	2
4	Barang aman	Keamanan	3,2%	1
5	Lainya		3,2%	1
<b>Jumlah</b>			<b>100%</b>	<b>31</b>

*Sumber: Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel diatas, hasil observasi yang dilakukan kepada pengguna terdapat lima variabel yang menjadi faktor penyebab kepuasan pada pengguna jasa J&T di Kabupaten Kebumen. Peneliti mengambil tiga faktor penyebab yang paling banyak dipilih oleh responden, yaitu variabel kemudahan dengan 7 responden, variabel kepercayaan dengan 2 responden,

dan variable layanan dengan 20 responden. Sedangkan faktor yang paling utama yang menjadi pilihan responden ialah variabel layanan.

Menurut Susilo (2017:29), menyatakan bahwa kemudahan menggunakan ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar saat menggunakan. Menurut Adhitya (2019:39), kemudahan akan berdampak pada perilaku pengguna, semakin tinggi pemahaman pengguna tentang kemudahan penggunaan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Kemudahan menjadi faktor yang penting bagi pengguna dalam pengiriman barang, faktor kemudahan ini pada umumnya berkaitan dengan bagaimana sistem operasional ketika melakukan pengiriman barang. Peningkatan kemudahan akan membuat pengguna lebih merasa nyaman dan mudah ketika mencari pengiriman barang yang dibutuhkan dan diharapkan. Hal ini juga akan mempermudah pengguna dalam memutuskan pengiriman barang tersebut. Kemudahan berarti bahwa pengiriman barang mudah dicari dalam resi pengiriman barang dan cepat sampai tujuan. Oleh sebab itu, pengguna semakin yakin bahwa pengiriman barang di J&T tepat waktu dan memudahkan pelanggan mencari resi pengiriman.

Menurut Priansa (2017:3) Kepercayaan menciptakan dan membangun kepercayaan pengguna adalah salah satu faktor yang paling penting dalam menciptakan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan memberikan layanan jasa yang memuaskan dan harus mempunyai karakteristik

untuk mendapatkan kepercayaan pengguna. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting dalam perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna, tetapi kepuasan pengguna sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena menghasilkan informasi yang baik dan positif maupun negatif yang pada akhirnya menghasilkan sebuah interaksi. Kepercayaan merupakan hal yang penting dalam bisnis jasa pengiriman pengguna akan menitipkan barang agar dikirim sesuai dengan tujuan dengan aman dan nyaman. Kepercayaan pengguna pada jasa pengiriman J&T dengan mengacu pada ketepatan sampai paket. Konsumen mendapatkan paket yang dikirim selalu tepat waktu sesuai dengan jangka waktu pengiriman yang menjadi estimasi, pengguna menjadi lebih percaya terhadap J&T.

Menurut Tjiptono (Atmaja, 2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pengguna. Kualitas pelayanan merupakan perspektif pengguna dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer. Setiap pengguna menginginkan harapannya terwujud dengan baik, pengguna mengharapkan sebuah perusahaan untuk dapat melayani para penggunanya dengan optimal, seperti kemampuan memberi pelayanan berdasarkan dengan jaminan, karyawan yang sigap melayani pengguna, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, kemudahan dalam berkomunikasi dengan layanan jasa dan sebagainya. Dengan diberikannya kualitas layanan yang baik maka pengguna akan merasa puas dengan produk tersebut. J&T sebagai salah satu perusahaan jasa ekspedisi tentu

memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna ini menjadi salah satu upaya J&T dalam membangun kepercayaan pengguna. Apabila pengguna merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka pengguna akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi pengguna yang loyal.

Kepuasan pengguna merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler & Kevin Lane Keller, 2002: 42). Menurut Pradesa dan Kasim (2017:77) kepuasan pengguna itu berbeda-beda setiap pengguna dipengaruhi oleh perbandingan pelayanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pengguna terhadap kinerja pelayanan tertentu. Pada perusahaan jasa pengiriman di era saat ini dimana pengguna memiliki harapan-harapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan jasa pengiriman apabila menginginkan penggunanya merasa puas. Kepuasan pengguna yang ditinjau dari sisi pengguna yaitu mengenai apa yang telah dirasakan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan agar pengguna merasa puas. Apabila pengguna merasa puas, maka pengguna akan menunjukkan jasa yang sama. Pengguna yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada masyarakat.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam pengiriman barang mudah dicari atau dilacak keberadaan barang dalam resi pengiriman barang dan tepat sampai tujuan. Pengguna akan tertarik dengan

adanya kepercayaan bahwa pihak ekspedisi memiliki kehandalan dan kompeten dalam menjaga keamanan barang. Dengan kualitas layanan yang baik pengguna akan merasa puas dan lebih loyal terhadap perusahaan. Kepuasan pengguna dalam melakukan pengiriman barang akan mempertimbangkan antara penilaian sisi positif dengan sisi negatif dan akan mencari solusi terbaik dari persepsi pengguna dalam mendapatkan informasi yang cukup maka pengguna akan melakukan pengiriman barang. Oleh sebab itu, pengguna semakin meyakinkan pengiriman barang melalui J&T karena mudah, aman dan tepat waktu, serta kualitas layanannya yang baik.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor eksternal tersebut (kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan) terhadap penggunaan jasa pengiriman J&T dengan adanya kasus tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul **"Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna J&T di Kabupaten Kebumen (Studi Pada Pengguna J&T di Kabupaten Kebumen)"**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pengguna jasa J&T di Kabupaten Kebumen?

2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah secara simultan kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen?

### **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada pengguna jasa J&T yang ada di Kabupaten Kebumen.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna J&T di Kabupaten Kebumen yang sudah pernah menggunakan jasa J&T.
3. Usia responden dalam penelitian ini dibatasi minimal 17 tahun dengan asumsi bahwa di usia tersebut sudah mampu memberikan pendapat yang obyektif.
4. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kabupaten Kebumen.
  - a. Kemudahan

Menurut Jogiyanto dalam Tanjaya, dkk (2019), kemudahan merupakan seberapa orang percaya bahwasannya memakai teknologi

menurutnya akan terbebas dari suatu usaha. Dalam penelitian ini menurut Agus (2013) variabel kemudahan dibatasi pada :

1. Efisiensi waktu
2. Kemudahan Transaksi
3. Operasional mudah
4. Fleksibel

b. Kepercayaan

Kepercayaan pembeli atau pengalaman pengguna mengenai kepercayaan terhadap suatu produk dan terdapat manfaat atau kegunaan dari atribut tersebut (Sudaryono, 2016:68). Menurut Reza (2016) terdapat tiga indikator kepercayaan pengguna pada suatu jasa tertentu, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Kebaikan hati (*Benevolence*)
3. Integritas (*Integrity*)

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (Atmaja, 2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pengguna. Menurut Harfika (2017) dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan dibatasi pada :

1. *Reliability* (Keandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)

3. *Assurance* (Jaminan)
  4. *Emphaty* (Empati)
  5. *Tangibles* (Keberwujudan)
- d. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan pengguna setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Umar, 2015:65). Dalam penelitian ini variabel kepuasan pengguna dibatasi pada :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat menggunakan kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

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

Terkait masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna J&T di Kabupaten Kebumen.

## 1.5. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Praktis

#### a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai manfaat dari keputusan penggunaan dalam dunia bisnis untuk diterapkan dimasa yang akan datang.

#### b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa ekspedisi J&T. Penilaian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

#### c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan penggunaan.

### 2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan menggunakan pada suatu perusahaan. Melengkapi hasil penelitian – penelitian sebelumnya mengenai keputusan penggunaan sehingga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengadakan penelitian lebih lanjut tema yang sama.