

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi meningkatkan pertumbuhan dan persaingan bagi perusahaan di bidang jasa. Salah satu perusahaan jasa yang saat ini berkembang pesat adalah jasa ekspedisi (pengantaran paket). Persaingan di bidang jasa ekspedisi sangatlah ketat dan kualitas pelayanan menjadi kunci untuk memenangkan persaingan ini. Kualitas pelayanan yang tinggi dari penyedia jasa ekspedisi membantu perusahaan bertahan dalam persaingan yang ketat. Jasa ekspedisi merupakan salah satu layanan yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Selain itu, jasa ekspedisi juga berperan penting dalam kesuksesan bisnis online karena mereka bertanggung jawab dalam pengiriman barang dari penjual ke pembeli. J&T adalah perusahaan jasa ternama dan penyedia layanan pengiriman yang baru didirikan.

J&T merupakan perusahaan di bidang jasa pengiriman yang terus berkembang di Indonesia. Jaringan ekstensif yang dimiliki oleh J&T memfasilitasi layanan ekspres untuk pelanggan di seluruh Indonesia. Jangkauan pengiriman tersebut dilakukan dalam kota, antar kota, antar provinsi, hingga ke daerah-daerah yang terjangkau dan juga pelanggan ecommerce. Transaksi online ini terjadi ketika Anda membeli atau menjual melalui situs online. Karena bisa jual beli di situs online ini, berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia mungkin akan bermunculan. Pengguna yang melakukan transaksi online dapat memilih perusahaan e-commerce

pilihannya berdasarkan fitur serta sistem pembayaran yang mudah dan cepat. Beberapa pengusaha e-commerce menawarkan berbagai pilihan pengiriman barang ke pembeli melalui J&T Express, JNE, Pos India, TIKI, SiCepat, ID Express, Ninja Express, Anteraja, DHL, dll. Misalnya saja di platform e-commerce Shopee, pelanggan lebih memilih Ekspedisi J&T untuk delivery order. J&T juga menyediakan layanan penjemputan dengan kecepatan transmisi yang tinggi, pada saat yang sama juga mendukung pertumbuhan bisnis e-commerce. Salah satu perusahaan ekspedisi yang bersaing di Indonesia adalah J&T.

J&T Express adalah perusahaan multinasional yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015 yang bergerak di bidang ekspedisi. Tahun 2018, J&T telah membangun gudang sortir otomatis di Semarang dan Surabaya. Nama resmi J&T adalah Jet Lee dan Tony Chen. Perusahaan J&T dikenal sebagai salah satu perusahaan logistik pengiriman barang yang bisa dikatakan masih menguasai pasar Indonesia. Manajemen perusahaan J&T juga merupakan perusahaan logistik paling terkenal di Indonesia.

J&T selalu mengedepankan IT dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet pada saat ini. J&T memiliki perkembangan yang sangat cepat dan pesat di Indonesia. Diberbagai penjuru kota-kota besar hingga pelosok dengan mudah dijumpai outlet atau agen ekspedisi J&T ini. Tidak hanya melalui e-commerce, masyarakat atau pelanggan biasanya menggunakan ekspedisi J&T untuk pengiriman barang dan dokumen mereka. Hal tersebut membuat

ekspedisi J&T pada tahun 2021 mampu menduduki posisi pertama pada Top Brand Index kategori Jasa Kurir. Berdasarkan data dari Top Brand Index tersebut di tahun 2021 mencapai 33.4%, dan di tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 23,1%.

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan Ekspedisi Terbaik**

<b>BRAND</b>	<b>TOP BRAND INDONESIA 2022</b>	
<b>JNE</b>	<b>39.3%</b>	<b>TOP</b>
<b>J&amp;T</b>	<b>23.1%</b>	<b>TOP</b>
<b>TIKI</b>	<b>11.1%</b>	<b>TOP</b>
<b>Pos Indonesia</b>	<b>8.5%</b>	<b>-</b>
<b>DHL</b>	<b>6.9%</b>	<b>-</b>

**Sumber: Top Brand Index (2022)**

Berdasarkan data yang bersumber dari Top Brand Index Indonesia tahun 2022, dapat dilihat bahwa JNE menduduki posisi pertama dan J&T Express berada diposisi kedua. Hal tersebut tidak luput akan adanya daya saing dari jasa pengiriman barang lain yang menyebabkan ekspedisi dari J&T Express harus mengevaluasi serta meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar bisa memikat daya tarik pelanggannya kembali. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dimana seberapa jauh adanya suatu perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan atas suatu layanan tersebut.

**Table 1.2**  
**Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia**  
**Tahun 2019-2022**

Merek	2019		2020		2021		2022	
	<i>TBI</i>	<i>TOP</i>	<i>TBI</i>	<i>TOP</i>	<i>TBI</i>	<i>TOP</i>	<i>TBI</i>	<i>TOP</i>
<b>JNE</b>	<b>45,00%</b>	TOP	<b>26,40%</b>	TOP	<b>27,30%</b>	TOP	<b>39,30%</b>	TOP
<b>J&amp;T</b>	<b>13,90%</b>	TOP	<b>20,30%</b>	TOP	<b>21,30%</b>	TOP	<b>23,10%</b>	TOP
<b>TIKI</b>	<b>13,60%</b>	TOP	<b>12,60%</b>	TOP	<b>10,80%</b>	TOP	<b>11,10%</b>	TOP
<b>Pos Indonesia</b>	<b>11,60%</b>	-	<b>5,40%</b>	-	<b>7,70%</b>	-	<b>8,50%</b>	-
<b>DHL</b>	<b>3,50%</b>	-	<b>3,80%</b>	-	<b>4,10%</b>	-	<b>6,90%</b>	-

Sumber : Top Brand Award, 2022

Tabel 1.2 bahwa dua perusahaan yang menjadi top brand di kategori layanan ekspres dari tahun 2019 hingga 2022 yaitu JNE. Pada tahun 2019, pendapatan JNE sebesar 45,0%, dan pendapatan J&T hanya sebesar 13,9%. Pada 2020, JNE turun menjadi 26,4%, dan J&T juga ikut turun dengan persentase 20,3% saja. Namun pada tahun 2021, tingkat pertumbuhan JNE akan menjadi 27,3%, sedangkan J&T hanya mampu menaikkan keuntungan hanya meningkat 21,3%. Namun di tahun 2022 kedua perusahaan sama-sama mengalami kenaikan persentase. JNE memiliki keunggulan lebih dari layanan ekspres lainnya.

Diketahui bahwa tahun 2023 terdapat banyak keluhan dari konsumen yang menggunakan jasa pengirim J&T Pati.

Siburian & Kartika, (2021) ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

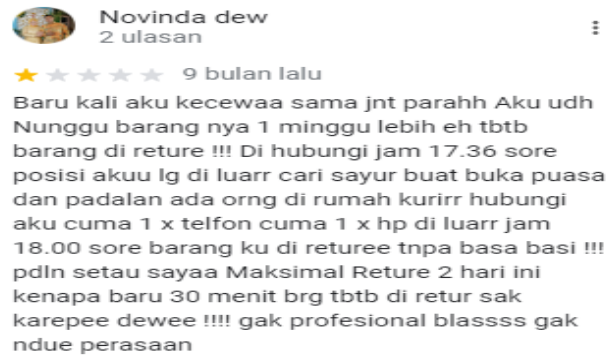


**Sumber: Media Konsumen**

**Gambar 1.1  
Media Konsumen**

Faktor yang mempengaruhi permasalahan ketepatan waktu yang terjadi di J&T Pati yaitu kurir ceroboh dalam pengiriman paket yang sering kali terjadi pada ketepatan waktu pengiriman, banyak sekali konsumen yang komplek atas keterlambatan pengiriman paket yang melebihi estimasi yang sudah ditentukan.

*Brand Trust* sangat penting bagi setiap perusahaan yang menjual barang atau jasa, maka *brand trust* diharapkan dapat menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa merek tertentu. (Zahirah & Ramantoko, 2022) *Brand Trust* adalah suatu keyakinan konsumen bahwa pada satu produk terdapat atribut tertentu, keyakinan yang muncul dari pandangan yang berulang dan dengan adanya pembelajaran dan juga pengalaman yang diperoleh.

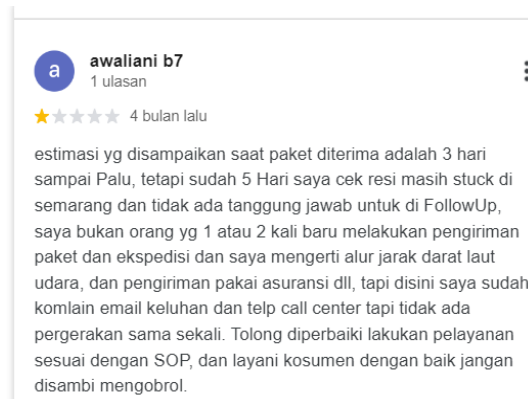


**Sumber: Google Review J&T Pati**

**Gambar 1.2  
Review J&T Pati**

J&T Pati mengalami kendala dimana beberapa para kurir di J&T Pati ketika customer tidak berada di rumah atau sedang kosong para kurir ini tidak menghubungi kembali ataupun menelfon ulang sang customer melainkan membawa barang tersebut kembali ke seller. Hal itu menyebabkan sang customer kecewa atas tindakan yang merugikan pembeli dan berdampak pada *brand trust* J&T Pati.

*Brand Image* yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Brand Image adalah sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek. (Suparwi & Fitriyani 2020) *Brand Image* adalah gambaran dalam benak memori konsumen terhadap interpretasi sebuah merek, yang meliputi beberapa hal yakni diantaranya atribut, kelebihan, penggunaan, situasi para pengguna, dan karakteristik pemasar atau karakter produsen merek tersebut.

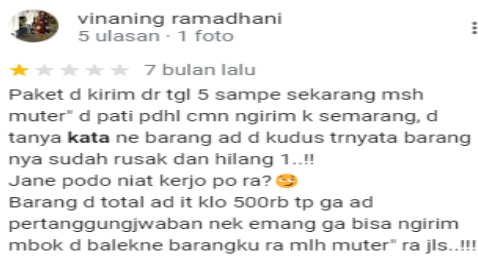


**Sumber: Google Review J&T Pati**

**Gambar 1.3  
Review J&T Pati**

Pelayanan yang tidak sesuai sop dengan masalah keterlambatan pengiriman dimana pada customer estimasinya yang disampaikan dari J&T Pati tidak sesuai sehingga customer komplain namun masih tetap tidak ada pergerakan sama sekali hal itu membuat pelanggan merasa kecewa dan dapat mempengaruhi *brand image* dari J&T Pati.

*Logistic Service* merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh penyedia layanan pengiriman barang yang konsisten terhadap kualitas dan efisiensi pengirimannya agar dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen atau ekspektasi konsumen terpenuhi. (Japarianto, 2018) *Logistic Service* adalah bentuk tindakan suatu perusahaan dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen.



**Sumber: Google Review J&T Pati**

### **Gambar 1.4** *Logistic Service*

Adapun permasalahan lainnya yang terjadi di J&T pati yang dialami beberapa konsumen yaitu permasalahan pada *logistic service* J&T Pati. Pelayanan yang buruk dimana paket customer tidak jelas keberadaannya dan berakhir barang rusak dan hilang, kerusakan dalam pengiriman paket mengakibatkan customer cenderung menjadi korban pengiriman paket, hal itu sangat merugikan pembeli yang telah memilih jasa dari J&T dan mempengaruhi *logistic service* pada J&T Pati yang buruk.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang konsumen yang diperoleh dari membandingkan produk dan jasa yang tampaknya memenuhi harapan. Jika suatu produk atau jasa gagal memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen, maka evaluasinya akan rendah dan konsumen akan kecewa. Menurut (Putra 2021) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat.

J&T Pati menawarkan berbagai pilihan kemasan pengiriman ada paket ekspres dikirim dalam 1 hari, pengiriman standar memakan waktu 3-6 hari tergantung jarak. Biaya pengiriman suatu barang tergantung pada berat dan ukuran barang, paket pengiriman yang dipilih, dan jarak yang ditempuh. Pada saat



pengiriman barang, J&T Pati melakukan proses pemeriksaan barang yang meliputi pendataan mengenai pengemasan barang, jenis barang, berat barang, dan alamat pengiriman. J&T Pati juga mendukung sistem pelacakan paket online. Sistem ini dapat diterapkan melalui website dan aplikasi dengan memasukkan nomor resi J&T.

Penelitian Fauziah et al., (2022) mengenai ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian Jaya Sakti & Mahfuzh, (2018) ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Suryani & Rosalina (2019) mengenai *brand trust* terhadap kepuasan konsumen, hasil menunjukkan bahwa *brand trust* tidak berpengaruh terhadap kepuasankonsumen. Selain itu, penelitian Ihsan & Sutedjo (2022) *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Fauziah et al., (2022) mengenai *brand image* terhadap kepuasan konsumen hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian Kurniawati et al., (2019) *brand image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian Pramudita & Dkk (2022) mengenai *Logistic Service* terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukan *Logistic Service* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian Pramudita & Dkk (2022) *Logistic Service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dijelaskan dan adanya perbedaan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai dasar penelitian tentang pengaruh kepuasan konsumen J&T yang telah dijelaskan, maka

akan dilakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Ketepatan Waktu, *Brand Trust, Brand Image, Logistic Service Terhadap Kepuasan Konsumen (STUDI PADA PELANGGAN J&T PATI)***”.

## **1.2 Ruang Lingkup**

1. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna J&T Pati.
2. Pada penelitian ini akan membahas tentang pengaruh ketepatan waktu, *brand trust, brand image, Logistic Service* terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu Ketepatan Waktu, *Brand Trust, Brand Image* dan *Logistic Service* Variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.
4. Waktu penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah selama 1 bulan.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka terdapat permasalahan penurunan kepuasan konsumen yang ditunjukkan keluhan dari konsumen J&T Pati seringkali terjadinya keterlambatan pengiriman paket hal ini dapat menyebabkan konsumen beralih ke pengiriman jasa lain.

Oleh sebab itu, J&T harus lebih memperhatikan ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image* dan *logistic service* pengiriman barang agar konsumen tetap menggunakan jasa kirim J&T. Hal tersebut sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen di J&T Pati. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka pertanyaan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati?
2. Bagaimana pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati?
4. Bagaimana pengaruh *logistic service* terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati?
5. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image* dan *logistic service* terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen J&T Pati.
2. Menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan konsumen J&T Pati.
3. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen J&T Pati.
4. Menganalisis pengaruh *Logistic Service* terhadap kepuasan J&T Pati.
5. Menganalisis pengaruh ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image* dan *logistic service* terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan J&T Pati.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat membantu menjadi referensi tambahan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman studi tentang pengaruh ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image*, *Logistic Service* pada jasa pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen.

2. Aspek Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan agar dapat lebih meningkatkan kebutuhan konsumen yang diinginkan dibidang pemasaran yaitu ketepatan waktu, *brand trust*, *brand image*, dan *logistic service* terhadap kepuasan konsumen agar dapat membantu perusahaan dalam menjalin hubungan baik dengan konsumen di J&T Pati.