

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang serba praktis, teknologi sekarang ini berkembang dengan pesat dan canggih. Hal ini membawa kemudahan bagi kehidupan manusia, baik dari segi sosial, ekonomi dan budaya. Kemajuan teknologi yang dapat dirasakan secara langsung oleh semua manusia adalah internet. Teknologi ini banyak digunakan oleh individu maupun organisasi bisnis untuk proses komunikasi, kegiatan bisnis dan pencarian informasi. Dengan kecepatan perubahan teknologi yang sangat cepat akan mendorong untuk munculnya ekonomi baru.

Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini, kini proses transaksi jual beli dapat dilakukan secara online. Dimana setiap individu maupun organisasi bisnis dapat menjual dan membeli produk melalui situs online, sehingga memudahkan individu dalam melakukan transaksi. Pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko, mall atau outlet tertentu. Cukup dengan memesan melalui situs online kemudian penjual dapat langsung melayani pesanan yang diinginkan.

Dari perkembangan transaksi online, konsumen dapat memanfaatkan e-commerce. E-commerce adalah proses kegiatan bisnis yang terjadi di dalam jaringan elektronik (Hidayat, Suryantoro, & Wiratama, Jurnal Simetris, 2017): 417). Banyak konsumen yang menggunakan e-commerce untuk kegiatan bisnis, ini terbukti di Indonesia nilai transaksinya e-commerce pada tahun 2017 mencapai sebesar 130 milyar USD. Angka tersebut meningkat 5,7 kali lipat dari perdagangan tahun 2016 sebesar 22,6 milyar USD dan masih akan terus bertambah hingga tahun 2020, pertumbuhan e-commerce di Indonesia dapat

mencapai 130% (JNE). Dengan adanya e-commerce maka secara langsung juga melahirkan kebutuhan pokok individu yang baru yaitu kebutuhan jasa pengiriman barang

Menurut presiden direktur JNE Mohammad Feriadi yang dituliskan dalam website publikasi (JNE). Sejak tahun 2010 dengan timbulnya e-commerce di Indonesia, perkembangan bisnis kurir ekspres dapat menjangkau 30% - 40% per tahun. Jumlah Paket pelanggan yang diantarkan oleh JNE terus meningkat dari masa-masa ke waktu. Bahkan dalam sejumlah bulan terakhir, jumlah kiriman yang ditangani menjangkau rata-rata 19 juta paket masing-masing bulan dan bertambah lebih dari 20 juta paket pada momen ramadhan dan idul fitri. Itu berarti JNE masing-masing hari mengantarkan 600 ribu paket ke sekian banyak tjuan baik dalam maupun luar negeri. Berikut adalah data jumlah transaksi jasa pengiriman barang di PT JNE Jombang :

Tabel 1.1. Data Jumlah Transaksi PT JNE Jombang

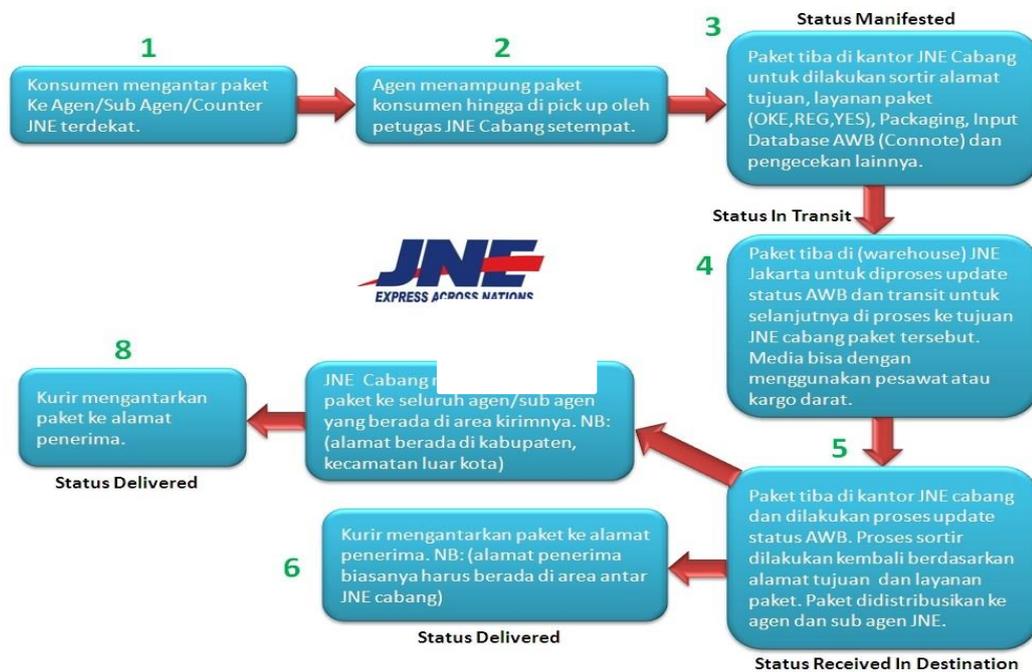
BULAN	TAHUN	PROSENTASE DATA JUMLAH TRANSAKSI
JANUARI	2018	88%
FEBRUARI	2018	92%
MARET	2018	92%
APRIL	2018	88%
MEI	2018	90%
JUNI	2018	92%
JULI	2018	92%
AGUSTUS	2018	92%
SEPTEMBER	2018	94%
OKTOBER	2018	95%
NOVEMBER	2018	95%
DESEMBER	2018	95%

Sumber data : Jumlah Transaksi PT JNE 2018

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) Kepuasan pelanggan adalah suatu sikap yang ditetapkan menurut empiris yang didapatkan. Kepuasan konsumen ini

paling tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang memprovokasi persepsi dan harapan konsumen saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian sebuah barang atau jasa, pengalaman masa lalu saat mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta empiris teman-teman yang sudah mengkonsumsi barang atau jasa itu dan periklanan. Kepuasan yaitu faedah dari persepsi baik (manfaat) atau buruk (resiko) konsumen atas kinerja dan harapan (Lovelock dan Wirtz, (2011).

Didalam memenuhi kepuasan pelanggan PT. JNE Jombang menggunakan salah satu bentuk layanan system tracking berbasis website. System ini membantu para pelanggan untuk melihat status pengiriman barangnya telah sampai atau tidak di tempat tujuan. Namun dengan adanya system tersebut karyawan dituntut untuk bekerja seefektif mungkin. Kinerja yang efektif menentukan keberhasilan perusahaan dalam melayani para pelanggan karena dengan adanya system tracking tersebut pelanggan dalam pelayanan yang cepat dan tepat. Adanya system tracking ini para pelanggan dapat mengakses sendiri status pengirimannya melalui system tracking yang telah disediakan oleh PT JNE yakni MY JNE.



Para pelanggan yang menggunakan system tracking berbasis website yang telah disediakan oleh PT JNE dimana mereka dapat melakukan pengecekan akan keberadaan kiriman dan apabila kiriman tersebut mengalami kendala mereka dapat mengkonfirmasi melalui email sehingga tidak perlu lagi mendatangi kantor JNE mereka hanya standby dirumah. Berikut Flow chart alur proses pengiriman JNE atau info pengiriman JNE dari agen/sub agen/counter sampai ke tangan penerima akhir.

Menurut Suhir, Imam dan Riyandi (2014): 4), persepsi risiko diartikan sebagai penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (simamora, 2019): 25) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Tracking System Berbasis Web terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Risiko Konsumen pada Produk JNE Cilincing” Persepsi risiko konsumen berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin rendah persepsi resiko yang kemungkinan dialami konsumen terhadap pengiriman jasa JNE maka semakin tinggi kontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Persepsi resiko konsumen dapat mengintervensi system tracking berbasis web terhadap kepuasan pelanggan. System tracking berbasis web dan persepsi resiko dapat dikatakan menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Terdapat beberapa cara yang dilakukan JNE untuk mengantisipasi persepsi akan resiko yang dihadapi, salah satunya dengan meningkatkan kehandalan system tracking (pelacakan) barang secara online yang dapat diakses melalui website resmi dari JNE (jne.co.id).

Menurut (Schiffman L. k., 2008) persepsi resiko adalah sebuah ketidakpastian yang dialami oleh konsumen dan mereka tidak dapat meramalkan apa yang akan mereka peroleh dimasa yang akan datang atas keputusan pembelian tersebut. Dalam transaksi pelanggan online terdapat tiga resiko yang kemungkinan besar terjadi yakni resiko psikologis, resiko transaksi, dan resiko produk. Resiko psikologis adalah trauma yang terjadi sebelum pembelian ataupun terjadi selama pembelian, resiko transaksi adalah ketidakpastian yang akan berakibat merugikan konsumen dalam proses transaksi, dan resiko produk adalah ketidakpastian akan produk yang dibeli akan sesuai dengan harapan (Sukma, 2012).

Persepsi resiko pada PT JNE merupakan sebuah ketidakpastian akan suatu kepuasan atas apa yang diperoleh oleh konsumen sesuai dengan harapan. Dimana ketika atas waktu kiriman yang telah diberikan tidak sesuai estimasi yang telah diberikan, dimana keamanan paket yang telah diterima penerima tidak sesuai saat

awal pengirim melakukan serah terima kepada petugas entry PT JNE. Pada saat mendapat complain dari pihak pengirim maupun penerima

Salah satu produk pelayanan yang ada di PT JNE adalah pelayanan tambahan dalam bentuk online yaitu system tracking berbasis web. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2013) Kehandalan tracking system berbasis web merupakan sebagai sebuah perluasan akan keefisiensian dan keefektivitasan fasilitas-fasilitas situs dalam berbelanja, terutama dalam melakukan pembelian dan pengiriman. Tracking adalah system pemantauan yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan shipment (iriman). Untuk melakukan tracking di JNE ada 2 cara yaitu melalui aplikasi My JNE dan tracking menggunakan web resmi JNE. Kegiatan tracking dilakukan oleh shipper untuk memastikan barang atau dokumen selalu dalam pantauan setiap saat, pihak penyedia jasa hanya menyediakan status informasi pengiriman yang dibutuhkan oleh para shipper dalam membantu mengurangi resiko dan sebagai alarm kecepatan.

Dari data di atas maka peneliti tertarik guna memilih judul riset yaitu **“Pengaruh Kehandalan Tracking System Berbasis Web dan Persepsi Resiko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. JNE Jombang ”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dibicarakan dalam riset ini ialah sebagai berikut :

1. Apakah kehandalan tracking system berbasis web dominan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Jombang?
2. Apakah persepsi resiko dominan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari riset ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk memahami apakah kehandalan tracking system berbasis web dominan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Jombang.
2. Untuk memahami apakah persepsi resiko dominan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Jombang.

1.4 Batasan Masalah

Di dalam sebuah penelitian, perlu diselenggarakan pembatasan masalah. Hal ini dilakukan untuk memfokuskan lingkup penelitian, selain itu hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan waktu pelaksanaan penelitian.

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan kehandalan system tracking berbasis web di PT JNE
2. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan atau menguraikan persepsi resiko.
3. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan
4. Ruang lingkup penelitian hanyalah pelanggan JNE Jombang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diinginkan di dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari riset ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi sekaligus wawasan dalam mengembangkan ilmu mengenai pemasaran

terutama mengenai Analisis dalam kehandalan tracking system berbasis web terhadap customer.

2. Manfaat praktis

Hasil dari riset ini diinginkan dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman tentang Analisis dalam kehandalan tracking system berbasis web terhadap customer Jasa Pengiriman Barang JNE, yang mana nantinya bisa menjadi pertimbangan dalam penentuan strategi pemasaran selanjutnya.