

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perkembangan dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satu definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan pelanggan secara menguntungkan (Kotler 2009:6).

Pada zaman yang semakin modern ini, kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak bisnis online yang bermunculan. Seseorang dapat berbelanja sehari-hari secara online. Dengan demikian aktifitas yang dilakukan seseorang dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan praktis. Hal ini mengakibatkan pelaku bisnis online memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya

dan memberikan pelayanan terbaik sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribusian barang dengan jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik.

Dalam memenuhi kebutuhan, setiap orang mempunyai cara yang berbeda. Perbedaan setiap orang dalam memenuhi kebutuhan bisa berubah tanpa perusahaan mampu untuk memprediksinya. Perilaku dalam memenuhi kebutuhan inilah yang menjadi dasar dalam menentukan keputusan penggunaan jasa.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan, kepercayaan konsumen memberikan andil bagi konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa ekspedisi. Mowen dan Minor (2010) menjelaskan kepercayaan konsumen adalah semua bentuk pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan konsumen menjadi salah satu pembanding dari apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang telah diterima konsumen. Bilondatu (2013) mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya, sehingga kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia barang dan jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Konsumen cenderung memutuskan untuk menggunakan produk dan jasa berdasarkan apa yang mereka percayai tentang atribut-atribut yang terdapat di produk dan jasa tersebut. Kepercayaan juga dapat dibangun melalui pengalaman masa lalu konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Pengalaman di masa lalu akan membentuk suatu kepuasan maupun ketidakpuasan yang tentu akan memunculkan suatu kepercayaan terhadap produk dan jasa.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa ialah kehandalan. Menurut (Tjiptono, Chandra dan Adriana:2012) mengatakan kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan. Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat (Karsono:2007).

Jaminan adalah petugas memiliki kemampuan dan pengetahuan, memiliki sikap jujur dan dapat dipercaya serta memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen (Parasuraman,dkk 2003:73)

Fenomena yang terjadi saat ini adalah usaha dalam bidang jasa ekspedisi semakin berkembang, dengan banyak berdirinya jasa ekspedisi untuk memenuhi konsumen dalam pengiriman barang. Top Brand Jasa Kurir tahun 2018:

Tabel 1.1 Top Brand Jasa Kurir tahun 2018

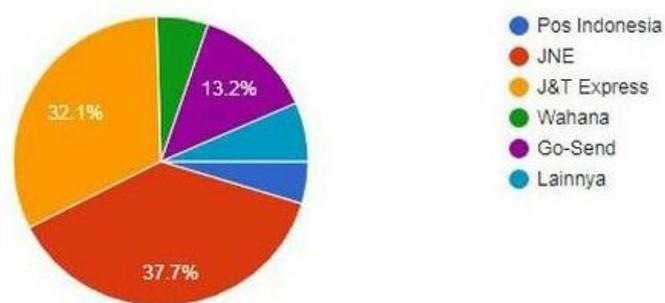
No	JasaKurir	Indek
1	JNE	45.0%
2	J&T	13.9%
2	TIKI	13.6%
3	Pos Indonesia	11.6%
5	DHL	3.5%

Sumber:<http://www.topbrand-award.com>, 2019

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jasa kurir JNE menduduki peringkat pertama Top Brand Jasa Kurir tahun 2018. Beberapa jasa ekspedisi

saling berlomba-lomba dalam menawarkan jasanya untuk mempengaruhi keputusan penggunaan jasa ekspedisi JNE.

JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik. JNE dikategorikan sebagai ekspedisi terfavorit di Indonesia dengan prosentasi sebesar 37,7% dibandingkan lima jasa ekspedisi lainnya.



Gambar 1.1 Jasa Pengiriman Favorit di Indonesia

Sumber : www.dignation.id

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa JNE menempati posisi pertama sebagai jasa ekspedisi terfavorit dengan persentase sebesar 37,7%, posisi kedua ditempati oleh J&T Express dengan persentase sebesar 32,2%, Jasa kurir berikutnya yang menjadi favorit adalah Go-Send sebesar 13,2%. Selanjutnya Pos Indonesia sebesar 6,6% disusul Wahana sebesar 5,7%. Sisanya memilih jasa pengiriman lain.

JNE menempati posisi pertama sebagai jasa ekspedisi terfavorit dengan persentase sebesar 37,7% karena kecepatan pengiriman sesuai estimasi dan biaya pengiriman murah, dan mempunyai aplikasi My JNE dan sistem tracking atau pelacakan yang bisa di download dan di lacak oleh konsumen sendiri.

JNE melayani kiriman paket dan dokumen dengan tujuan dalam negeri yang memanfaatkan transportasi tercepat yang tersedia dan melayani beragam jenis layanan sesuai kebutuhan konsumen seperti layanan yes, reg, oke, dan jtr. JNE juga memberikan garansi atau jaminan untuk beberapa jenis barang tertentu. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pemberian layanan yang terbaik kepada konsumen ini adalah sebagai salah satu upaya JNE dalam membangun kepercayaan konsumen. Apabila konsumen percaya terhadap JNE konsumen tidak akan ragu untuk memutuskan menggunakan jasa ekspedisi JNE.

Kantor Perwakilan JNE Mojoagung melayani konsumen untuk melakukan pengiriman dokumen dan barang. Terdapat beberapa pilihan estimasi pengiriman JNE yang tersedia yaitu JNE YES (Yakin Esok Sampai / 1 hari sampai), JNE REG (reguler/ 3-4 hari sampai), JNE OKE (5-6 hari sampai), dan JTR (Khusus barang dengan berat minimal 10kg), dari berbagai pilihan estimasi tersebut dapat memudahkan konsumen untuk memilih menggunakan layanan JNE sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan pengamatan peneliti di KP JNE Mojoagung saat ini sedang mengalami penurunan pengguna jasa. Penurunan tersebut dikarenakan adanya beberapa pelanggan yang sering mengalami hal buruk yang tidak diinginkan seperti barang yang rusak sampai tujuan atau hilang, tidak sesuai dengan estimasi pengiriman, sulitnya mengajukan claim dan tidak ada solusi dalam hal tersebut.

Sehingga banyak pelanggan yang membandingkan dengan kompetitor lain yaitu J&T Mojoagung karena jarak lokasinya tidak terlalu jauh dan J&T dianggap oleh pelanggan dapat melakukan pengiriman barang dengan cepat dan tanggap dalam mengatasi permasalahan yang ada.

Berdasarkan uraian diatas KP JNE Mojoagung pada bulan Januari s.d Mei 2019 jumlah pengguna jasa dalam lima bulan terakhir yaitu 6.226 pengguna.

Tabel 1.2 Data Pengguna jasa di KP JNE Mojoagung pada bulan Januari s.d Mei 2019.

Bulan	KP JNE Mojoagung	J&T Express Agen Mojoagung
Januari	1516	4426
Febuari	1091	4681
Maret	1102	4705
April	1032	4711
Mei	1485	4736

(Sumber dari data primer diolah, 2019)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada bulan januari dan februari 2019 mengalami penurunan berbeda dengan J&T Expres Agen Mojoagung mengalami peningkatan tiap bulannya, penurunan jumlah penggunaan jasa JNE Mojoagung dikarenakan adanya faktor kepercayaan konsumen, kehandalan, dan jaminan yang ada di JNE Mojoagung yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Penelitian Anggareksa (2018) membuktikan bahwa Secara parsial Dimensi Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa Penerbangan Lion Airlines Di Kota Padang.

Penelitian Subarjo (2014) membuktikan bahwa Secara parsial Dimensi Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Bank Mandiri Unit Mandiri Mitra Usaha Yogyakarta.

Penelitian Septi Mauludiyahwati (2017) membuktikan bahwa Secara parsial Kepercayaan konsumen, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online pada konsumen Lazada.

Maka dari itu berdasarkan uraian dari latar belakang yang ada bahwa penelitian ini berusaha menguji kembali keterkaitan antara kepercayaan konsumen, kehandalan, dan Jaminan terhadap keputusan pengguna jasa. Maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kepercayaan konsumen, Kehandalan, dan Jaminan terhadap Keputusan Pengguna jasa (studi pada Kp JNE Mojoagung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa?
2. Apakah Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa?
3. Apakah Jaminan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pengguna jasa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kehandalan terhadap keputusan pengguna jasa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap keputusan pengguna jasa.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan kajian-kajian pendukung lain maka peneliti dapat memberikan rumusan dan batasan masalah sehubungan dengan kompleksnya masalah yang akan muncul dalam pembahasan yaitu peneliti menggunakan data yang digunakan dalam analisis adalah data jumlah naik turunnya pengguna jasa di KP JNE Mojoagung.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - 1) Bagi Peneliti, hasil ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi penyusun selanjutnya dijadikan sebagai acuan atau bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang telah dikaji dalam penelitian.
 - 2) Bagi Pembaca, untuk menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan dan Keputusan Pengguna jasa.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi perusahaan terutama KP JNE Mojoagung untuk menentukan kebijakan yang berkaitan dengan pelayanan pengguna jasa kurir KP JNE Mojoagung.