

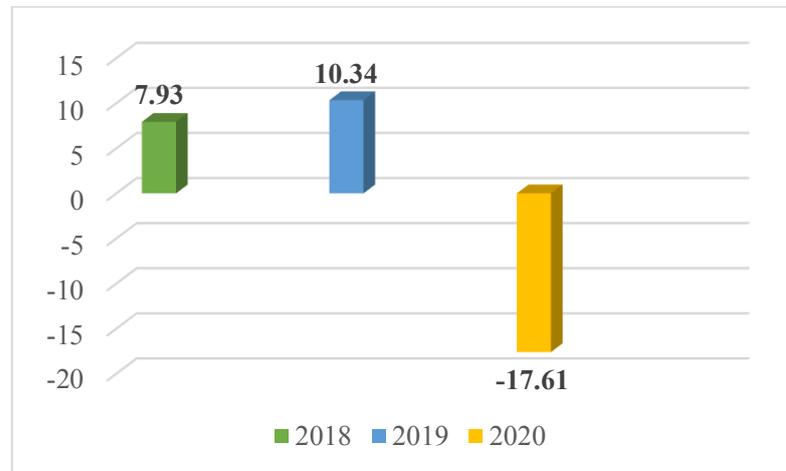
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara dalam pertumbuhan ekonomi yang sangat besar, maka pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah salah satu pondasi ekonomi yang paling penting bagi terselenggaranya proses pembangunan disegala bidang. Pertumbuhan ekonomi adalah sebuah proses perubahan kondisi perekonomian yang terjadi disuatu negara secara berkesinambungan untuk menuju keadaan yang dinilai lebih baik selama jangka waktu tertentu. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dikatakan tumbuh pesat tentunya tidak terlepas dari berbagai aspek yang mendorong perekonomian suatu negara salah satunya adalah perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang semakin maju di tengah era globalisasi yang mendunia.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada lahirnya ekonomi baru, ditandai dengan fenomena bisnis berbasis internet atau *e-commerce* maupun jenis bisnis *online* lainnya yang terus meningkat, hal ini menyebabkan perlu adanya peran jasa dalam memasarkan produk-produknya melalui jasa kurir agar lebih memudahkan produsen dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Melihat perkembangan industri transportasi dan pergudangan dalam sektor logistik tersebut dapat berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional.



Gambar 1.1 Diagram Laju Pertumbuhan PDB Sektor Perdagangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir (Persen) Tahun 2018-2020

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data pada gambar 1.1, laju pertumbuhan sektor perdagangan dan jasa penunjang angkutan; pos dan kurir terus meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2019. Akan tetapi, pada tahun 2020 sektor perdagangan dan jasa penunjang angkutan; pos dan kurir mengalami penurunan pada -17,61. Hal ini menunjukkan terjadinya permasalahan sepanjang tahun 2020. Salah satu penyebab kontraksi sektor logistik itu adalah penurunan volume ekspor dan impor. Penurunan terhadap volume ekspor dan impor menyebabkan penurunan pada aktivitas kargo.

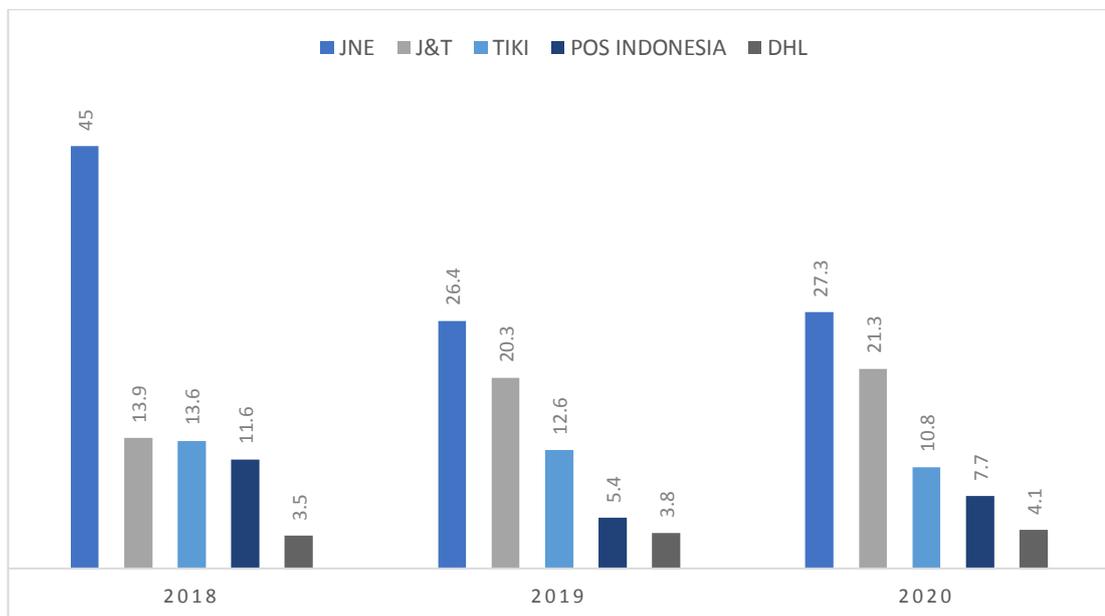
Perkembangan sektor jasa logistik menggunakan peran kurir sebagai karyawan dalam perusahaan jasa pengiriman dewasa ini sangatlah cepat, bahkan jasa merupakan bagian terbesar dari perekonomian saat ini. Perusahaan manufaktur sekarang telah menyadari pentingnya peran jasa pada produknya yang menjadi upaya peningkatan keunggulan usaha yang kompetitif. Salah satu usaha pada sektor

jasa adalah jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman tidak hanya dibutuhkan oleh para pelaku usaha yang memiliki bisnis *online* untuk memasarkan produknya melalui jasa pengiriman, masyarakat pun saat ini sudah banyak yang menggunakan jasa pengiriman karena sangat diperlukan dalam kehidupan manusia, dilihat jarak dan juga waktu yang tidak memungkinkan untuk mengirimkan suatu barang secara langsung, bahkan biaya yang digunakan untuk mengantarkan barang secara langsung lebih mahal dibandingkan dengan menggunakan jasa pengiriman.

Bisnis jasa ekspedisi ini dapat dikatakan sebagai primadona bisnis dalam sektor jasa. Saat ini tercatat puluhan perusahaan ekspedisi menjadi pilihan masyarakat untuk pengiriman barangnya melalui jasa kurir, beberapa diantaranya yakni Wahana Logistik, Cahaya Logistik, Indah Logistik, PT Pos Indonesia, Tiki, JNE, J&T Express, SiCepat, Ninja Express, DHL Express dan lain sebagainya. Dengan banyaknya bisnis jasa tersebut menjadikan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa ekspedisi atau titipan kilat yang dapat dipercaya serta memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan. Fenomena ini terjadi disebabkan oleh adanya faktor-faktor pendukung antara lain pertumbuhan ekonomi yang stabil, pertumbuhan bisnis *e-commerce*, perkembangan teknologi serta mobilitas orang yang semakin tinggi, sehingga permintaan konsumen terhadap bisnis jasa ekspedisi ini semakin meningkat.

Fenomena meningkatnya perusahaan jasa pengiriman sektor logistik ini menimbulkan persaingan dipasar antar perusahaan jasa pengiriman barang atau pengiriman titipan kilat. Dengan adanya jasa pengiriman masyarakat tidak perlu melakukan pengiriman barang secara langsung karena akan membutuhkan biaya,

waktu dan tenaga yang lebih banyak lagi dibandingkan dengan menggunakan jasa pengiriman yang tentunya akan lebih efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan terus meningkatnya jumlah permintaan masyarakat akan penggunaan jasa pengiriman logistik untuk memenuhi kebutuhannya. Melihat situasi dan kondisi saat pandemi covid-19 ini yang masih terus berlanjut menyebabkan seluruh kegiatan yang dilakukan sehari-hari sebisa mungkin dilakukan secara *online*. Begitu pun dengan kegiatan jual beli yang biasanya dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat atau toko. Saat ini kegiatan ekonomi jual beli tersebut dilakukan secara *online* melalui berbagai jenis media sosial yang melibatkan peran perusahaan-perusahaan jasa pengiriman di dalamnya.



**Gambar 1.2 Top Brand Index Jasa Pengiriman Di Indonesia (Persen)
Tahun 2018-2020**

Sumber : Top Brand Award

Berdasarkan data pada gambar 1.2, peringkat jasa pengiriman di Indonesia pada tahun 2018-2020 tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan J&T menempati posisi kedua setelah JNE. Pada tahun 2018, tingkat pertumbuhan J&T 13,9%. Sedangkan pada tahun 2019 J&T mengalami pertumbuhan menduduki posisi 20,3% dan pada tahun 2020 bertumbuh menjadi 21,3%. Akan tetapi pada tahun 2018-2020 J&T masih terus menduduki posisi kedua setelah JNE. Hal ini menunjukkan bahwa J&T melakukan pengiriman yang mudah dan cepat serta penyelesaian klaim yang efisien merupakan prinsip J&T Express. J&T Express merupakan perusahaan ekspres berbasis teknologi dan pengembangan internet, dengan menyediakan pelayanan pengiriman barang baik berupa dokumen ataupun paket. *Top Brand Index* (TBI) merupakan suatu penghargaan yang diberikan kepada perusahaan dengan merek terbaik berdasarkan penelitian kepada konsumen Indonesia. *Top Brand Index* merupakan pengukuran kesuksesan sebuah perusahaan yang memiliki merek dipasar.

Banyaknya perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa kurir pengiriman barang tersebut kepada konsumen tentunya berlomba-lomba agar mendapatkan target pasar dan mudah diterima oleh para calon pelanggan. Setiap perusahaan mempunyai kebijakannya sendiri untuk menentukan strategi dalam menciptakan keberhasilan usahanya. Terdapat banyak aspek yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi untuk keberhasilan suatu perusahaan dari berbagai aspek yang perlu diperhatikan diantaranya modal, penetapan harga, strategi pemasaran, biaya promosi dan lain sebagainya.

Persaingan bisnis dengan tujuan untuk memperebutkan konsumen tidak lagi terdapat pada atribut fungsional produk atau jasa yang dapat dikenal oleh calon pelanggan seperti kegunaan dan manfaat dari produk atau jasa itu sendiri, melainkan sudah menjadi hal biasa bahwa dengan merek yang sudah mendapatkan tempat di benak masyarakat umum dan dipercaya dapat menjadi nilai tambah dalam menarik perhatian calon pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk konsumen. J&T termasuk tergolong industri jasa pengiriman yang baru bersaing di pasar jasa pengiriman di Indonesia.

J&T Express di Indonesia yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015 oleh Jet Lee dan Tony Chen. J&T Express merupakan perusahaan penyedia jasa pengiriman yang berperan sebagai sarana transportasi barang dari satu tempat ke tempat tujuan pengiriman barang konsumen. Peran jasa ekspedisi J&T Express sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat (dalam kota) maupun jarak jauh (luar kota). Kini J&T Express memiliki banyak kantor cabang yang tersebar diseluruh Indonesia khususnya di Kota Tasikmalaya terdapat beberapa agen-agen distributor J&T Express yang tersebar di beberapa Kecamatan di Kota Tasikmalaya.

Pada tahun 2015 J&T Express hadir pertama kali di Indonesia dan menghadirkan layanan pionir operasional 365 hari tanpa libur. J&T Express dapat menjangkau seluruh Indonesia tanpa pihak ketiga. Menjadi brand pertama di Indonesia yang fokus pada bisnis *online* dengan meluncurkan slogan *Express Your Online Business*. J&T Express sukses meraih *Top Brand Award 2018* dan berekspansi ke negara Asia Tenggara yakni Malaysia dan Vietnam. Tidak hanya itu, J&T Express

meraih penghargaan *Go Asean Champion 2019* dan berhasil ekspansi ke 4 negara asia tenggara lainnya yaitu filiphina, thailand, singapura dan kamboja. Dengan kecepatan pengiriman J&T Express dibandingkan jasa pengiriman yang lain dapat menjadi nilai tambah kepada para pelanggan pada saat menentukan pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman.

Dampak pandemi Covid-19 membuat *trend* belanja *online* semakin meningkat. Kondisi ini juga turut dirasakan J&T Express yang mencatatkan grafik pengiriman barang mencapai 2,5 juta paket per hari. CEO J&T Express Indonesia Robin Lo menyampaikan, selama periode semester pertama 2021, pengiriman J&T Express tumbuh sekitar 25% dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu. Pertumbuhan grafik pengiriman itu didominasi dari belanja *online* yang semakin meningkat. Tidak hanya itu, kini masyarakat lebih menyukai belanja *online* dimasa pandemi Covid-19 ini selain memudahkan mendapatkan apa yang diinginkan, belanja *online* dapat menghemat waktu serta menggunakan jasa kurir dalam pengiriman barang yang dibeli. Hal tersebut menyebabkan peningkatan penjualan pada jasa ekspedisi J&T Express (<https://money.kompas.com>, diakses pada 16 oktober 2021).

Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh produsen sangat erat kaitannya dengan keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa pengiriman untuk memudahkan segala kebutuhannya. Semakin baik kualitas yang diberikan oleh produsen maka disitu pula semakin tinggi minat konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen sehingga dapat meningkatkan permintaan akan barang atau jasa yang berdampak terhadap keberhasilan perusahaan semakin berkembang pesat. Tingginya kepuasan konsumen berdampak

pada keberhasilan perusahaan karena dapat menjalin hubungan yang baik kepada para konsumen sehingga menimbulkan ikatan yang kuat antara konsumen dengan produsen.

Perusahaan harus bisa memilih taktik harga sesuai dengan jasa serta kemampuan perusahaan karena konsumen akan mempertimbangkan harga yang ditawarkan, dengan menetapkan harga yang sesuai maka akan membuat konsumen terus menerus menggunakan jasa yang ditawarkan sehingga hubungan erat dapat terjaga antara produsen dengan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan jasa ekspedisi hendaknya mendirikan tempat yang berdekatan dan terjangkau dengan pangsa pasar agar mudah dijumpai oleh konsumen.

Keberhasilan suatu penjualan produk baik itu berupa barang ataupun jasa dapat dilihat dari volume penjualan produk itu sendiri. Semakin banyak konsumen yang memilih untuk membeli produk baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka profitabilitas yang didapat perusahaan akan semakin tinggi, begitupun dalam fenomena menjamurnya perusahaan jasa pengiriman logistik di Indonesia ini. Volume penjualan merupakan suatu ukuran keberhasilan perusahaan dibandingkan pesaing dalam persaingan usaha dalam sektor logistik. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Maka dari itu, peran konsumen dalam keberhasilan suatu perusahaan sangat berpengaruh dapat dilihat dari semakin banyaknya keputusan konsumen dalam menentukan pembelian terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan

jasa pengiriman barang pada ekspedisi J&T Express di kota tasikmalaya, diantaranya harga, pendapatan, kualitas pelayanan dan lokasi.

Harga (*price*) merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli. Setiap produsen wajib menetapkan harga jual produk baik barang maupun jasa yang akan dipasarkan kepada konsumen karena harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada produsen untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh produsen atau pemilik jasa. Saladin (2008:95) menyatakan harga merupakan sejumlah uang yang dijadikan alat tukar untuk pembayaran terhadap barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen guna memperoleh barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Harga juga merupakan aspek yang jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas. Dalam penelitian ini penulis akan membahas pengaruh harga, pendapatan, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express di Kota Tasikmalaya, harga yang telah ditetapkan oleh produsen merupakan tujuan menentukan pangsa pasar mana yang akan disasar oleh penjual atau produsen sebuah barang atau jasa.

Pendapatan (*income*) merupakan semua penghasilan yang didapat oleh seseorang secara individu atau perusahaan digunakan untuk memenuhi kebutuhan. pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan sampingan.

Semakin tinggi pendapatan seseorang akan semakin mudah pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Tingkat pendapatan merupakan salah satu ukuran tingkat sosial ekonomi seseorang. Menurut Sadono Sukirno (2003:49) pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai jumlah seluruh pendapatan yang diterima dari hasil bekerja maupun dalam berbisnis untuk mendapatkan pendapatan. Dari istilah pendapatan dapat diartikan bahwa pendapatan merupakan pemasukan yang didapat dalam waktu tertentu.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan produk baik berupa barang ataupun jasa. Kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Supranto (2006: 226) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Tjiptono & Chandra (2012: 74 -75) dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas pelayanan sendiri mengandung berbagai macam makna karena kualitas pelayanan bersifat umum tergantung sistem nilai budaya, sosial yang dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, teman sepeergaulan dan keluarga. Secara sederhana kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai produk atau jasa yang bebas dari kekurangan. Dengan kata lain, produk atau jasa yang didapat sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur).

Lokasi (*location*) merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli nya. Dengan adanya lokasi memudahkan konsumen untuk mendatangi tempat dimana produk atau jasa dipasarkan. Maka dari itu, perusahaan harus memperhatikan lokasi yang strategis agar mudah dijangkau sehingga banyak minat pembeli. Seperti hal nya J&T Express cabang Kota Tasikmalaya dapat mudah dijumpai dari agen-agen distributor J&T Express yang tersebar di beberapa Kecamatan di Kota Tasikmalaya agar memudahkan pelanggan melakukan transaksi dalam pengiriman barang. Menurut Kotler dan Keller (2009:96) lokasi merupakan tempat terjadinya segala hal aktivitas transaksi jual beli bertemu nya secara langsung antara calon pembeli dengan produsen. Tidak hanya itu, lokasi juga menunjukkan kegiatan yang dilakukan perusahaan guna membuat produk atau jasa tersedia dan mudah diperoleh oleh konsumen sebagai target pasar.

Berdasarkan uraian tersebut tergambar bahwa keputusan konsumen merupakan suatu ukuran dari keberhasilan penjualan produk berbentuk jasa di J&T Express cabang Kota Tasikmalaya. Keputusan konsumen ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga, pendapatan, kualitas pelayanan dan lokasi. Sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan untuk menjamin keberlangsungan perkembangan usaha jasa ekspedisi J&T Express di Kota Tasikmalaya. Maka penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, kualitas pelayanan, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh harga, pendapatan, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh harga, pendapatan, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi perusahaan jasa pengiriman barang sebagai referensi dalam merumuskan strategi penjualan dan pemasaran dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Di Kota Tasikmalaya.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pemerintah yaitu kementerian perindustrian khususnya dalam sektor logistik terkait dengan perkembangan industri transportasi dan pergudangan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di kota Tasikmalaya dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan jasa ekspedisi J&T Express cabang kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022, dengan perkiraan antara bulan September 2021 sampai dengan Februari 2022 dengan alokasi sebagai berikut:

