# BAB I

# PENDAHULUAN

# 1.1 Latar Belakang

Di tengah globalisasi saat ini, kemajuan teknologi dan pertumbuhan industri jasa pengiriman produk mengalami kemajuan pesat. Kedua aspek tersebut membawa manfaat dan kenyamanan dalam kehidupan dan memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari, seperti melayani pengiriman barang atau melakukan transaksi online. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi canggih yang memungkinkan belanja online mengalami kemajuan pesat, terutama e- commerce yang mengintegrasikan berbagai layanan digital, seperti Tokopedia, shopee, bukalapak, dan lazada menjadi pilihan utama untuk belanja online. Penggunaan teknologi ini tidak hanya memudahkan proses transaksi tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah transaksi dan penggunaan layanan pengiriman barang seiring dengan meningkatnya belanja online. Beberapa layanan pengiriman yang populer di kalangan penjual e-commerce di Indonesia termasuk J&T Express, JNE, Shopee Xpress, dan SiCepat. Layanan ini dipilih karena reputasi mereka dalam pengiriman cepat dan luasnya jangkauan pengiriman. Sejak merebaknya wabah COVID-19, minat masyarakat untuk membeli barang dan jasa secara daring meningkat pesat. Menurut hasil riset Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), terjadi lonjakan belanja daring hingga 42,1% selama masa pandemi. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh keinginan konsumen untuk berbelanja dengan lebih praktis dan praktis. Kesempatan untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler pun semakin berkurang pasca pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)., mendorong peningkatan signifikan dalam belanja online di kalangan masyarakat yang tinggal di rumah. Hal serupa juga dialami oleh perusahaan ekspedisi, yang mencatat peningkatan volume pengiriman sebesar 30% selama periode PSBB. Menurut Putri & Handayani (2023), tingginya frekuensi pengiriman barang oleh perusahaan ekspedisi terutama disebabkan oleh peningkatan aktivitas pengiriman dalam konteks penjualan online, seperti platform Lazada, Shopee, Tokopedia, dan sebagainya.

Sofyan, et. al. (2022), perkembangan ini memberikan dorongan signifikan bagi industri ekspedisi, karena mereka berperan penting dalam memfasilitasi proses pengiriman barang dan jasa dalam ekosistem e- commerce yang berkembang pesat. Tren ini mencerminkan melonjaknya permintaan akan berbagai macam produk dan layanan di kalangan konsumen, yang sejalan dengan pesatnya pertumbuhan belanja daring. Perluasan saluran distribusi untuk produk dan layanan juga dipengaruhi oleh perkembangan ini, dengan tuntutan akan pelayanan berkualitas tinggi yang dapat memenuhi harapan konsumen. Permintaan konsumen terhadap layanan pengiriman barang terus meningkat, mendorong masuknya lebih banyak perusahaan ke pasar jasa ini dengan tujuan bersaing dan bertahan. Fenomena ini menciptakan situasi di mana terdapat beragam perusahaan jasa pengiriman barang yang menawarkan berbagai macam kualitas layanan, sejalan dengan perubahan selera konsumen yang fluktuatif serta munculnya pesaing baru.

Melihat kondisi tersebut, konsumen dihadapkan pada beragam alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan pengiriman barang mereka. Di sisi lain, bagi perusahaan, situasi ini menciptakan tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam upaya mereka untuk menarik perhatian dan mendapatkan konsumen atau pelanggan baru. Sonya Clausis Dea & Mirwan Surya Perdhana (2019), ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan ekspedisi cargo seperti pengemasan paket pengiriman, adopsi kemampuan pelanggan, citra merek, word of mouth (WOM), kepercayaan pelanggan, informasi sosial, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa ekspedisi. Sedangkan dalam penelitian Maria Regina Nansi & Yustinus Riamawan Triwibowo (2020), faktor kecepatan pengiriman, biaya, keandalan, dan layanan pelanggan sebagai elemen utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang. Serta dalam penelitian Fitriani, A., Suryani, T., & Ratnawati, S. (2020), ditemukan bahwa kepercayaan terhadap penyedia layanan, reputasi perusahaan, dan pengalaman pengguna sebelumnya memainkan peran penting dalam keputusan konsumen memilih layanan kargo.

Mulyana (2021), Untuk memperkuat fondasi ekonomi digital, layanan logistik memegang peranan penting. Sebaliknya, industri logistik akan diuntungkan dari perluasan ekonomi digital. Meskipun pada bulan ketiga tahun 2021, kondisi jasa logistik telah menunjukkan peningkatan, meskipun belum mencapai level yang sama seperti tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi. Pada masa pandemi, terjadi peningkatan penggunaan layanan kurir untuk mengirim barang, sesuai dengan temuan survei cepat yang dilakukan oleh MarkPlus, (2020), Inc. melibatkan 122 peserta dari seluruh Indonesia, dengan 59,8% berasal dari Jabodetabek dan 41,2% berasal dari tempat lain di Indonesia. Di antara mereka yang mengikuti survei, 39% mengatakan mereka menggunakan jasa kurir lebih sering daripada sebelum epidemi, sementara 39% lainnya mengatakan agak lebih sering. Dalam hal pengiriman barang yang dibeli secara daring, 85,2% konsumen menggunakan jasa kurir. Dengan peranannya sebagai penghubung antara produsen dan konsumen di berbagai belahan dunia, industri ini menjadi tulang punggung dari rantai pasokan yang kompleks.

Industri ekspedisi cargo merupakan sektor penting dalam perekonomian global. Di era globalisasi dimana perdagangan internasional semakin meningkat, penting bagi perusahaan ekspedisi untuk memiliki pemahaman lebih dalam tentang apa yang menjadi pertimbangan pelanggan ketika memilih layanan petualangan. Saat memilih layanan pengiriman produk, konsumen sangat mementingkan kualitas layanan, harga, dan ketepatan waktu penyedia layanan, karena hal ini mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih perusahaan yang tepat untuk mengirimkan produknya. Ketika konsumen merasa keinginan konsumen tidak terpenuhi atau tidak terpuaskan, mereka cenderung beralih ke perusahaan lain atau kompetitor yang memberikan pelayanan lebih memuaskan.

Faktor yang menjadi perhatian dalam industri ini adalah kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa ekspedisi. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, mulai dari kemudahan proses pengiriman, keandalan pengiriman, hingga responsifnya pelayanan pelanggan. Tingkat kebahagiaan yang dirasakan pelanggan dipengaruhi oleh layanan yang mereka dapatkan. Terdapat korelasi yang kuat antara kepuasan pelanggan dan layanan, oleh karena itu ketika produsen mengambil tindakan untuk memenuhi permintaan dan preferensi pelanggannya, mereka memberikan layanan. Fauziyah & Mulyati (2023), Standar layanan yang tinggi merupakan mesin penggerak yang mendorong kemitraan bisnis-pelanggan yang kuat. Pelanggan ingin berbisnis dengan perusahaan pengiriman yang memiliki reputasi baik karena mereka tahu paket mereka akan tiba dengan aman dan tanpa hambatan.

Perdana & Hidayat (2019), Pertimbangan biaya dan kualitas layanan merupakan dua aspek yang paling berpengaruh dalam pilihan pelanggan. Sesuatu yang paling penting adalah biaya. Saat memutuskan layanan pengiriman, pelanggan akan mempertimbangkan kewajaran harga yang tercantum, keandalan informasi yang diberikan tentang harga layanan, dan kemungkinan diskon yang ditawarkan kepada pelanggan dalam situasi tertentu. Bagi pelanggan dalam iklim bisnis yang sangat kompetitif saat ini, biaya layanan ekspedisi kargo merupakan faktor utama. Harga yang kompetitif merupakan elemen penentu dalam memilih layanan ekspedisi, karena konsumen menginginkan nilai yang setara dengan biaya yang mereka tanggung.

Handoko dalam Gholimah & Darsono (2021), Ketepatan waktu pengiriman juga menjadi aspek krusial yang mempengaruhi keputusan konsumen. Komponen utama dalam upaya menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan meliputi memastikan keamanan barang yang dibeli hingga sampai di tempat tujuan dan mengirimkannya dengan segera. Karena ingin operasional perusahaan berjalan lancar, konsumen lebih memilih layanan ekspedisi kargo yang dapat diandalkan untuk pengiriman tepat waktu. Perusahaan pengiriman barang menghadapi persaingan ketat dalam industri ini. Untuk tetap menjadi yang terdepan, mereka perlu meningkatkan kualitas layanan, menjaga biaya tetap rendah, dan menjamin pengiriman tepat waktu. Diyakini bahwa perusahaan ekspedisi kargo dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan, meningkatkan kepuasan klien, dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang sangat kompetitif dengan memahami variabel-variabel ini lebih dalam. Kualitas pelayanan yang baik dapat membangun citra perusahaan yang positif di mata konsumen, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa ekspedisi di kemudian hari. Oleh karena itu, penelitian yang lebih tepat sasaran mengenai kualitas layanan dapat memberikan wawasan yang lebih berguna bagi perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun beberapa penelitian telah menyoroti pentingnya kualitas layanan, harga, dan ketepatan waktu pengiriman dalam memengaruhi keputusan konsumen, belum ada penelitian yang secara khusus menyelidiki bagaimana interaksi faktor-faktor ini dapat berbeda dalam konteks industri ekspedisi cargo di Indonesia. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian yang perlu dijelajahi lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam konteks ekspedisi cargo. Adapun peran pentingnya kualitas layanan dalam membangun citra positif perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan telah diakui, namun belum ada penelitian yang fokus pada bagaimana perusahaan ekspedisi cargo di Indonesia secara konkret dapat meningkatkan kualitas layanan mereka. Oleh karena itu, penelitian mendalam tentang strategi konkreto yang dapat digunakan perusahaan ekspedisi cargo untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dapat menjadi landasan untuk penelitian lanjutan di bidang ini. Melihat kompleksitas dan dinamika pasar ekspedisi cargo yang berkembang pesat, perlu dilakukan penelitian yang mengidentifikasi strategi-strategi inovatif yang dapat digunakan perusahaan untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor tersebut secara lebih mendalam, penelitian berikutnya dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam mengisi celah pengetahuan ini dan memberikan panduan praktis bagi perusahaan ekspedisi cargo dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif ini.

# 1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Ketepatan Waktu Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Mmilih Expedisi Jasa Cargo di Kp. Tikungan Kab. Bekasi, penting untuk mempersempit masalah yang perlu diselidiki. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, energi, dan landasan teori penelitian. Kritik terhadap temuan penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini di lakukan di Expedisi Jasa Cargo JNE Kp. Tikungan Kab. Bekasi.
2. Penelitian ini berdasarkan data tahun 2024.
3. Penelitian hanya membahas mengenai kualitas layanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman.

# 1.3 Rumusan Masalah

 Berikut adalah rumusan masalah daripada penelitian:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo?
2. Apakah harga erpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo?
3. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo?

# 1.4 Tujuan penelitian

 Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo.
2. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa ekspedisi cargo.
3. Untuk mempelajari bagaimana persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman memengaruhi pilihan mereka terhadap layanan ekspedisi kargo.
4. Untuk memeriksa bagaimana pilihan pelanggan dipengaruhi oleh harga, waktu pengiriman, dan kualitas layanan sekaligus.

# 1.5 Manfaat penelitian

Berikut beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoristis (Keilmuan):
* Pembaca dapat berharap untuk memperoleh informasi lebih lanjut dari temuan studi ini.
* Dirancang untuk menjadi sumber bagi peserta kursus Manajemen Pemasaran.
* Sehingga mahasiswa lain dapat menggunakannya sebagai model untuk proyek akhir atau tesis mereka sendiri.
1. Aspek Praktis (Guna Laksana):

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan landasan bagi evaluasi kebijakan masa depan dan pengembangan strategi pemasaran di bidang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Ekspedisi Kargo JNE.