

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan dari sebuah bisnis sangat pesat, itu dapat diketahui dari bermunculan berbagai macam bisnis-bisnis baru yang mulai dirintis oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, baik itu usaha dalam skala besar maupun dalam skala yang kecil. Selain itu perkembangan bisnis pada saat ini lebih mengarah pada bisnis yang menggunakan media sosial maupun waralaba yang bergerak pada bidang penjualan berbagai kebutuhan via *online* atau *Online Shop*. Dengan semakin maraknya *online shop* yang bermunculan, perlahan mengubah kebiasaan masyarakat yang biasa berbelanja di toko fisik (*offline*) beralih berbelanja pada *online shop*. Sebagian masyarakat menganggap berbelanja via *online shop* lebih memudahkan karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke lokasi untuk berbelanja kebutuhan yang sedang dicari.

Sejalan dengan semakin banyaknya *online shop* yang ada maka kehadiran perusahaan jasa dalam bidang ekspedisi atau jasa pengiriman sangatlah dibutuhkan untuk menunjang kelancaran *online shop* tersebut. Perusahaan jasa pengiriman membantu para pemilik *online shop* untuk dapat mengirimkan pesanan sampai ke tangan pemesan atau konsumen dengan selamat. Dapat dikatakan juga bahwa pihak jasa pengiriman adalah sebagai perantara ataupun penghubung antara pemilik *online shop* dengan para konsumen baik itu yang berada dalam satu wilayah/pulau ataupun yang berbeda wilayah/pulau.

Pada saat ini perkembangan pertumbuhan pada sektor perekonomian di Kabupaten Bandung mengalami perkembangan pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun-tahun sebelumnya, hal ini terjadi karena adanya kenaikan tingkat minat dari masyarakat di Kabupaten Bandung akan kebutuhan barang maupun jasa dalam segi kegiatan praktisinya. Selain itu kenaikan pada sektor perekonomian di Kabupaten Bandung juga sangat dipengaruhi oleh stabilitas harga barang dan jasa, yang berbanding lurus dengan kenaikan akan kebutuhan yang di konsumsi sehari-hari oleh masyarakat di wilayah Kabupaten Bandung. Tingkat pertumbuhan ekspedisi merupakan salah satu indikator keberhasilan untuk tingkat perkembangan yang terjadi pada sektor jasa pengiriman.

Berdasarkan data di Tabel 1.1 yang berada di halaman berikutnya menunjukkan bahwa, pertumbuhan ekspedisi di wilayah Provinsi Jawa Barat setiap tahunnya terus meningkat, peningkatan ini terjadi diakibatkan oleh banyaknya minat beli secara *online*. Pertumbuhan sektor jasa pengiriman di Provinsi Jawa Barat, daerah yang mengalami pertumbuhan ekspedisi yang paling sedikit dibandingkan daerah lainnya adalah daerah Kabupaten Bandung dengan nilai tingkat pertumbuhan jasa pengiriman (*ekspedisi*) yang paling kecil dengan nilai persentasenya 38.53% di tahun 2018 lalu sedikit meningkat sebesar 2.35% menjadi 40.88% di tahun 2019 dan meningkat lagi pada tahun berikutnya sebesar 1.41% menjadi 42.29% di tahun 2020. Maka dari itu peneliti memilih daerah Kabupaten Bandung untuk penelitian lebih lanjut, karena daerah Kabupaten Bandung memiliki nilai kenaikan persentase yang sedikit. Berikut tabel Tingkat Pertumbuhan Jasa Pengiriman (*Ekspedisi*) Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2018-2020, di halaman selanjutnya.

Tabel 1.1
Tingkat Pertumbuhan Jasa Pengiriman (Ekspedisi) Menurut
Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2018-2020

No	Nama Kabupaten/Kota	Tahun 2018	Tingkat Pertumbuhan	Tahun 2019	Tingkat Pertumbuhan	Tahun 2020	Selisih Tingkat Pertumbuhan
1	Kota Tasikmalaya	50.20%	0.94%	51.14%	3.43%	54.57%	2.49%
2	Kota Cimahi	62.32%	2.13%	64.45%	4.47%	68.92%	2.34%
3	Kota Depok	56.96%	0.88%	57.84%	3.54%	61.38%	2.66%
4	Kota Bekasi	59.05%	1.54%	60.59%	6.64%	67.23%	5.10%
5	Kota Cirebon	55.03%	1.12%	56.15%	2.38%	58.53%	1.26%
6	Kota Bandung	61.43%	2.29%	63.72%	6.15%	69.87%	3.86%
7	Kota Sukabumi	39.15%	1.50%	40.65%	5.23%	45.88%	3.73%
8	Kota Bogor	58.94%	9.40%	68.34%	13.74%	82.08%	4.34%
9	Kabupaten Bandung Barat	25.34%	2.97%	28.31%	4.64%	32.95%	1.67%
10	Kabupaten Bekasi	42.80%	0.72%	43.52%	10.08%	53.60%	9.36%
11	Kabupaten Purwakarta	33.91%	2.28%	36.19%	3.16%	39.35%	0.88%
12	Kabupaten Subang	29.95%	1.33%	31.28%	1.93%	33.31%	0.60%
13	Kabupaten Indramayu	38.03%	1.86%	39.89%	2.99%	42.88%	1.13%
14	Kabupaten Sumedang	42.27%	2.11%	44.38%	3.20%	47.58%	1.09%
15	Kabupaten Cirebon	39.50%	2.11%	41.61%	2.67%	44.28%	0.56%
16	Kabupaten Ciamis	31.18%	3.45%	34.63%	5.23%	39.86%	1.78%
17	Kabupaten Bandung	38.53%	2,35%	40.88%	1.41%	42.29%	-0.94%
18	Kabupaten Cianjur	22.32%	2.80%	25.12%	3.43%	28.55%	0.63%
19	Kabupaten Sukabumi	18.56%	2.05%	20.61%	4.05%	24.66%	2.00%
20	Kabupaten Bogor	24.32%	2.94%	27.26%	4.14%	31.40%	1.20%
(-) Mengalami Penurunan							

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Perkembangan pertumbuhan pada sektor perekonomian di wilayah Kabupaten Bandung juga berdampak pada sektor jasa pengiriman. Perkembangan pertumbuhan tersebut tercatat pada data PDRB (*Produk Domestik Bruto Regional*), yang kemudian menjadi tolak ukur untuk stabilitas harga barang dan jasa.

Sedangkan Sektor Usaha Jasa Pengiriman cenderung memiliki persentase kenaikan yang tidak terlalu signifikan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir

dibandingkan dengan industri lainnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan masih kurangnya jumlah pelaku usaha yang terlibat di dalam Sektor Usaha Jasa Pengiriman di Kabupaten Bandung dibandingkan dengan pelaku usaha pada sektor lainnya, hal tersebut dapat menjadi alasan yang mendukung Sektor Jasa Pengiriman di Kabupaten Bandung tidak mengalami peningkatan dalam persentase menurut data PDRB. Berikut tabel Kontribusi UMKM berdasarkan Sektor terhadap PDRB Kabupaten Bandung (Dalam Ribu Rupiah) 2018-2020, yang ada di halaman berikutnya.

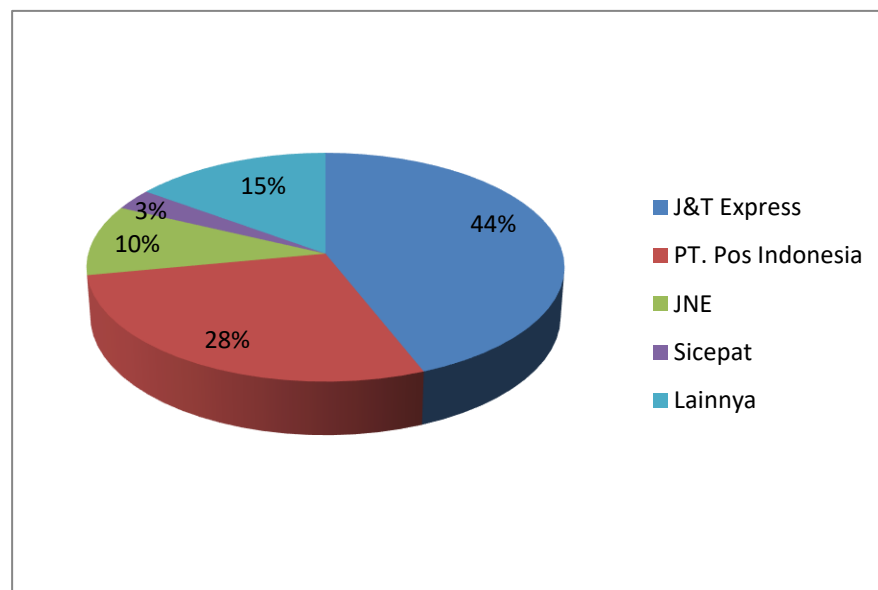
Tabel 1.2
Kontribusi UMKM berdasarkan Sektor Usaha terhadap PDRB Kabupaten Bandung (Dalam Ribu Rupiah) 2018-2020

No	Sektor Usaha	Tahun				
		2018 (Rp)	Kenaikan (%)	2019 (Rp)	Kenaikan (%)	2020 (Rp)
1	Argobisnis	54.627.362	10,45%	60.334.952	9,04%	65.786.841
2	Elektronik dan Gadget	51.532.725	9,49%	56.425.221	9,39%	61.725.221
3	Farmasi dan Kosmetik	25.335.525	9,79%	27.814.648	12,46%	31.281.397
4	Fashion	510.105.250	12,70%	574.868.198	12,01%	643.928.319
5	Jasa Foto dan video	19.437.932	8,92%	21.171.956	6,34%	22.514.685
6	Jasa Keuangan dan Asuransi	197.184.395	10,65%	218.176.109	8,84%	237.459.109
7	Jasa Pendidikan	40.669.340	8,89%	44.284.091	7,37%	47.548.319
8	Jasa Pengiriman	185.593.932	7,66%	199.801.513	7,12%	214.023.035
9	Jasa <i>Tour</i> dan <i>Travel</i>	49.137.038	9,62%	53.862.480	6,81%	57.528.586
10	Kerajinan	383.517.130	8,72%	416.957.013	8,67%	453.103.409
11	Kuliner	478.459.337	10,55%	528.945.067	10,99%	587.084.509
12	Meubel dan Bahan Bangunan	109.101.495	8,12%	117.958.143	7,23%	126.486.301
13	Otomotif dan Komponennya	62.687.451	7,97%	67.686.019	10,55%	74.825.295
14	Peternakan dan Perikanan	37.624.105	11,25%	41.857.341	14,74%	48.027.834
15	Tekstil dan Konveksi	82.644.645	8,60%	89.754.580	7,17%	96.186.482

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung

Berdasarkan data dari tabel 1.2 dihalaman sebelumnya, terdapat beberapa sektor usaha dari UMKM di Kabupaten Bandung yang memberikan kontribusi terhadap PDRB di Kabupaten Bandung pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Sektor *fashion* merupakan sektor usaha dengan total persentase kenaikan paling besar diantara lapangan usaha lainnya.

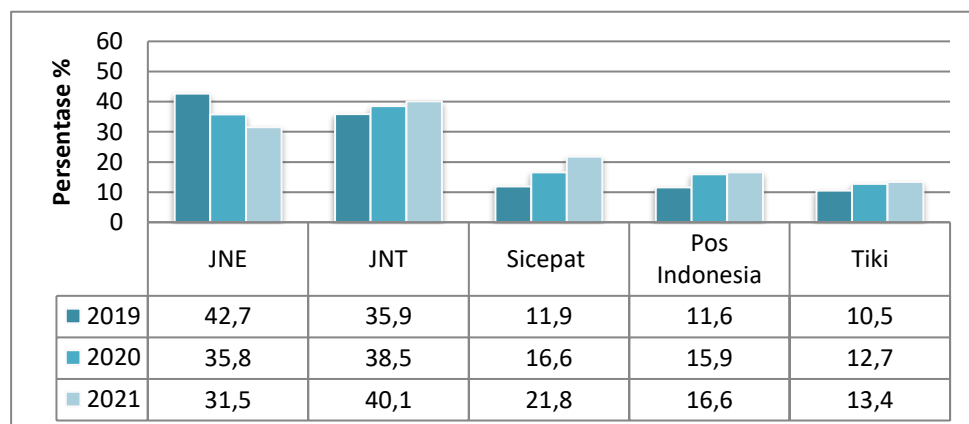
Tingkat pertumbuhan *ekspedisi* merupakan salah satu indikator keberhasilan untuk tingkat perkembangan yang terjadi pada sektor jasa pengiriman. Terdapat berbagai macam perusahaan yang bergerak pada bidang ekspedisi atau jasa pengiriman baik itu di dalam ataupun di luar negeri seperti JNE, TIKI, PT. Pos Indonesia, J&T Express, Pahala Express, MPS, Si Cepat, dan ESL Express. Selain itu ada juga perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi yang telah berskala global (Internasional) seperti FedEx, DHL, dan lain-lain.



Sumber: Bisnis.com

Gambar 1.1
Jasa Pengiriman pilihan Konsumen Selama Pandemi di Kabupaten Bandung
Tahun 2021

Berdasarkan gambar 1.1 dihalaman sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen mayoritas menggunakan *J&T Express*. Banyak faktor yang pertimbangan utama konsumen dalam memilih jasa kurir pengiriman barang. Waktu *delivery* yang cepat dan biaya pengiriman yang terjangkau menjadi alasan utama konsumen dalam memilih kurir. Keluhan mayoritas konsumen adalah pengiriman barang pesanan atau paket mereka seringkali telat sampai tujuan. Dan ini berpengaruh pada reputasi perusahaan pengiriman barang itu sendiri. sejumlah konsumen yang mengharapkan garansi keamanan barang dan pengiriman paket yang bisa tetap dilakukan pada hari libur. Selain itu, mereka juga berharap layanan ekspedisi dapat menjangkau pelosok, tidak hanya terbatas pada kota-kota besar saja. Dengan data dan survei tersebut, setidaknya para pelaku jasa pengiriman barang bisa lebih jeli dalam memperbaiki layanannya. Sementara pengguna, harus selektif dalam memilih jasa pengiriman yang sesuai kebutuhan. Untuk menentukan objek penelitian, berikut adalah data transaksi dari perusahaan ekspedisi yang ada di Kabupaten Bandung.



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Gambar 1.2
Data Transaksi Jasa Ekspedisi di Kabupaten Bandung

Berdasarkan data yang terlampir pada gambar 1.2 dihalaman sebelumnya, terlihat bahwa JNE mengalami penurunan selama 3 tahun terakhir dibandingkan dengan ekspedisi lainnya. Hal ini dikarenakan banyaknya keluhan yang diterima oleh JNE dalam pengiriman barang dalam 3 tahun terakhir. Untuk mengetahui lebih spesifik kondisi JNE Kabupaten Bandung, peneliti sajikan data transaksi dan jumlah pengiriman barang di JNE Kabupaten Bandung dihalaman berikutnya.

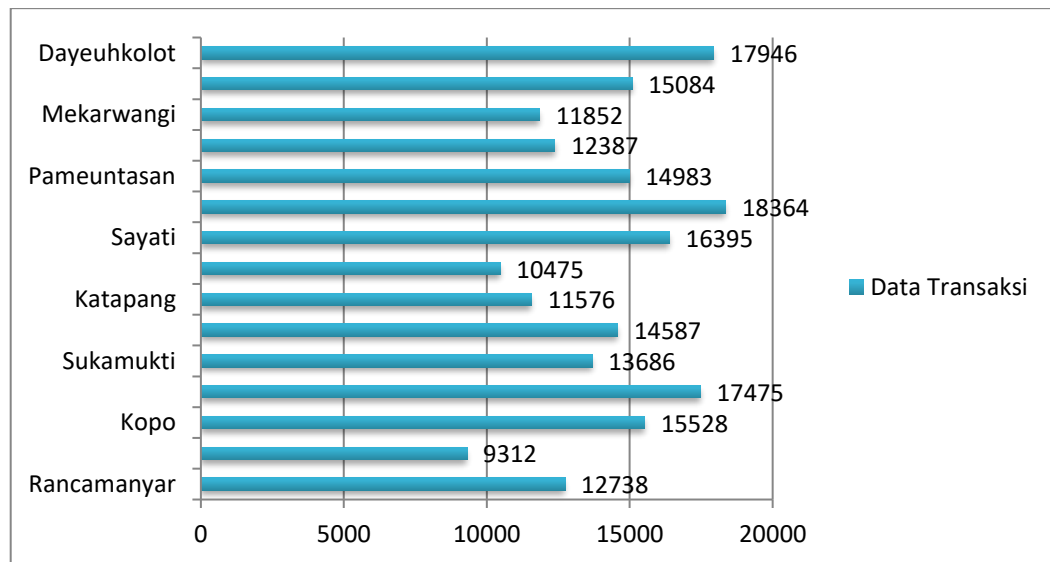
Tabel 1.3
Data Transaksi dan Jumlah Pengiriman Barang di JNE Kabupaten Bandung pada Tahun 2021

Bulan	Jumlah Transaksi	Jumlah Pengiriman
Januari	Rp. 42.144.000	3.512
Februari	Rp. 39.500.000	3.509
Maret	Rp. 35.220.000	3.412
April	Rp. 43.125.000	3.602
Mei	Rp. 30.400.000	3.221
Juni	Rp. 29.450.000	3.198
Juli	Rp. 28.560.000	2.812
Agustus	Rp. 27.540.000	2.715
September	Rp. 27.100.000	2.713
Oktober	Rp. 25.000.000	2.655
November	Rp. 23.400.000	2.578
Desember	Rp. 22.422.000	2.432

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Jumlah pengiriman barang di JNE Kabupaten Bandung pada tahun 2020 memiliki tingkat pengiriman barang yang kurang memuaskan hal ini diperkuat dengan data penurunan jumlah pengiriman barang di JNE Bandung tahun 2020 yang disajikan dalam tabel 1.3 yang berada dihalaman berikutnya, jumlah transaksi di JNE Kabupaten Bandung terhitung dari bulan April sampai dengan bulan Desember 2021 mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan dampak

covid-19 dan menunjukkan adanya penurunan jumlah pengiriman di JNE Kabupaten Bandung. Faktor-faktor yang menjadi penyebab penurunan jumlah pengiriman antara lain karena pelayanannya yang kurang optimal dan dampak Covid-19 seperti pemberlakuan sosial berskala besar (PSBB) dan diberlakukannya *lockdown* di sejumlah daerah Kabupaten Bandung.



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Gambar 1.3
Data Transaksi JNE di Kabupaten Bandung

Mengacup pada gambar 1.3 diatas, menunjukkan daftar JNE yang berada di Kabupaten Bandung serta data transaksinya. Data tersebut menunjukkan terdapat jumlah transaksi yang rendah yaitu pada JNE Sukamenak sebanyak 9312 pengiriman, lebih kecil dibandingkan dengan JNE lainnya. Berkenaan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti JNE Sukamenak sebagai objek penelitian.

Setelah sebelumnya peneliti sudah menyajikan data transaksi di JNE Sukamenak pada gambar 1.3 yang ternyata memiliki transaksi terendah diantara

JNE lainnya. Untuk mengetahui lebih spesifik kondisi internal JNE Sukamenak, peneliti sajikan data tingkat penjualan atau volume penjualan pada JNE Sukamenak.

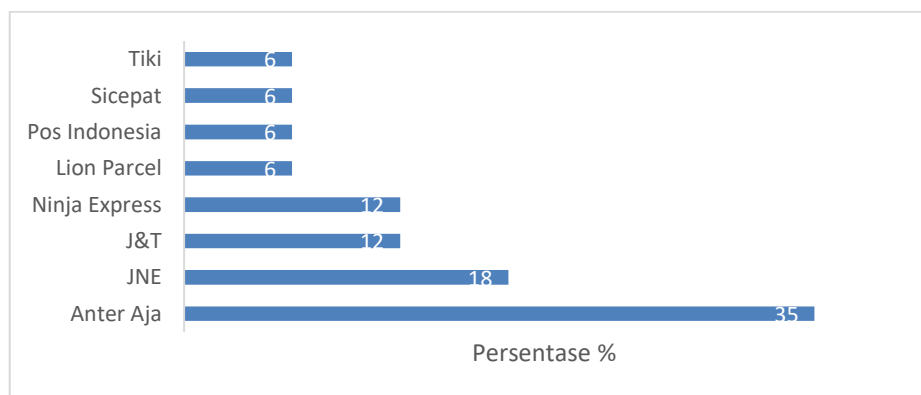
Tabel 1.4
Perkembangan Penjualan JNE Sukamenak Tahun 2019-2021

Bulan	Target 2019	Persentase	Realisasi 2019	Target 2020	Persentase	Realisasi 2020	Target 2021	Persentase	Realisasi 2021
Januari	8.000	4%	8.355	10.000	12,80%	11.284	16.500	2%	16.833
Februari	9.000	-8%	8.245	10.500	1,60%	10.668	17.000	4%	17.748
Maret	9.500	11%	10.580	11.000	-22,20%	8.556	17.500	3%	18.104
April	10.000	12%	11.180	11.000	11,00%	12.210	18.000	-7%	16.830
Mei	10.000	-5%	9.540	11.500	14,00%	13.113	18.500	1%	18.600
Juni	10.500	18%	12.344	12.000	-6,80%	11.190	19.000	-3%	18.450
Juli	11.000	15%	12.628	13.500	9,50%	14.787	19.500	8%	20.987
Agustus	12.000	11%	13.286	13.500	6,50%	14.384	20.000	-9%	18.259
September	12.500	18%	14.766	14.000	-4,40%	13.380	20.500	2%	20.880
Oktober	13.000	-8%	11.980	14.500	4,50%	15.159	21.000	4%	21.793
November	14.000	-6%	13.223	15.000	43,30%	21.500	21.500	8%	23.220
Desember	14.000	19%	16.675	15.000	46,70%	22.000	22.000	2%	22.444

Sumber: www.jne.co.id

Berdasarkan data table 1.4 diatas, terlihat bahwa jumlah penjualan JNE mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2021. Namun, terjadi penurunan pada tahun 2019 di bulan Februari sebesar -8% , pada bulan Mei menurun sebesar -5%, pada bulan Oktober pun menurun sebesar -8% dan pada bulan November menurun sebesar -6%, pada tahun 2020 terjadi penurunan di bulan Maret sebesar -22,20%, pada bulan Juni menurun sebesar -6,80%, dan pada bulan September pun menurun sebesar -4,40%, lalu pada tahun 2021 penjualan juga mengalami penurunan pada bulan April sebesar -7%, pada bulan Juni menurun sebesar -3%, dan pada bulan Agustus pun menurun sebesar -9%. Hal tersebut JNE di tuntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan seharusnya menjaga asetnya serta melakukan inovasi agar para pelanggan tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Jika hal ini telah terpenuhi, pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi atau merebut pelanggan tersebut. Perusahaan berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan agar pelanggan tidak berkurang atau bahkan hilang disebabkan oleh pelayanan yang tidak memuaskan. Salah satu pelayanan yang diberikan oleh JNE adalah aplikasi yang bisa diakses secara *online* di *smartphone*, berikut ini adalah rating aplikasi jasa pengiriman barang di Kabupaten Bandung.



Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Gambar 1.4
Data Keluhan Pelanggan Jasa Ekspedisi

Berdasarkan data yang terlampir pada gambar 1.4 diatas, menunjukkan laporan keluhan konsumen terhadap perusahaan jasa ekspedisi di Indonesia, keluhan terhadap perusahaan Anter Aja mencakup 35% dari total keluhan terhadap perusahaan jasa ekspedisi dengan ada banyaknya keluhan membuat Antar Aja berada di posisi pertama, JNE berada di peringkat kedua dengan 18% dari total keluhan, ini tentu menjadi salah satu permasalahan yang ada di JNE. Perusahaan

jasa ekspedisi multinasional, J&T dan Ninja Express berada di peringkat selanjutnya dengan persentase yang sama yakni 12%, adapun perusahaan jasa ekspedisi Lion Parcel, Pos Indonesia, Sicepat, dan TIKI sebesar 6%. Data keluhan pelanggan JNE Kabupaten Bandung diperkuat oleh data berikut ini.

Tabel 1.5
Data Keluhan Pelanggan JNE di Kabupaten Bandung Tahun 2021

No	Agen/Cabang	Jenis Keluhan			Total Keluhan
		Hilang	Terlambat	Rusak	
1	Sukamenak	6	17	11	34
2	Rancamanyar	11	15	4	30
3	Kopo	4	12	9	25
4	Bojongsoang	2	11	14	27
5	Sukamukti	8	13	5	26
6	Leuwidulang	5	14	5	24
7	Katapang	9	10	3	22
8	Soreang	2	13	10	25
9	Sayati	10	18	2	30
10	Margaasih	1	9	12	22
11	Pameuntasan	3	15	6	24
12	Arjasari	7	8	5	20
13	Mekarwangi	12	6	9	27
14	Junti	5	8	10	23
15	Dayeuhkolot	12	10	5	27
Total		97	179	110	386

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Menurut tabel 1.5 diatas, menunjukkan adanya faktor lain yang menyebabkan jumlah pengiriman karena kualitas yang kurang memuaskan pelanggan hal ini dilihat dari data keluhan yang terjadi di tahun 2021. Ada tiga jenis keluhan yang terjadi di JNE yaitu, hilang dengan jumlah total 97. Kemudian ada keterlambatan pengiriman dengan jumlah 179 dan terjadi kerusakan barang dengan total jumlah 110. Sehingga membuat pelanggan ragu untuk menggunakan jasa dari JNE sehingga terjadi penurunan.

Maka selanjutnya peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang menggunakan jasa pengiriman JNE Express. Berikut ini merupakan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan.

Tabel 1.6
Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Mengenai Kinerja Pemasaran JNE Sukamenak Kabupaten Bandung

No	Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Keputusan Pelanggan	JNE menjadi pilihan terbaik dalam menggunakan jasa pengiriman	5	18	3	4	-	3,8	Baik
		Produk yang ditawarkan JNE Express memuaskan	7	18	4	1	-	4,03	Baik
2	Kepuasan Pelanggan	Saya sudah mencari informasi tentang jasa pengiriman lain dan memilih JNE	-	-	2	23	5	1,90	Tidak Puas
		Pelayanan yang diberikan oleh JNE memuaskan	2	3	1	14	10	2,1	Tidak Puas
3	Loyalitas	Melakukan pengulangan penggunaan jasa pengiriman	4	15	11	-	-	3,76	Baik
		Merekomendasikan JNE kepada teman dan keluarga anda	9	14	7	-	-	4,06	Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan data hasil kuesioner penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 diatas, menunjukkan bahwa terdapat beberapa masalah yang terjadi di JNE. Hasil penelitian pendahuluan mengungkapkan masalah tertinggi yang terjadi di JNE adalah tingkat kepuasan konsumen yang rendah skor rata-rata 1,90 dan 2,1 dengan kriteria tidak baik. Permasalahan yang terjadi karena konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga permasalahan hasil prasurvey tersebut beberapa hal menurut peneliti bahwa ini menjadi suatu permasalahan

yang melatar belakangi penelitian ini. Secara umum kepuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan konsumen.

Kepuasan pelanggan sendiri muncul karena adanya penilaian pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang telah diberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan. Setiap kegiatan usaha dalam hal penjualan berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kepuasan pelanggan, maka kelangsungan usaha pun akan terjaga.

Memuaskan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan khususnya yang bergerak dibidang jasa dalam upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2016) menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa adalah kombinasi dari tujuh kegiatan dalam mencapai tujuan memasarkan pada pasar sasarannya, salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk jasa, untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah penggunaan bauran pemasaran jasa. Selain itu, terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Aditya Saputra (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori dan

penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Mengungkap lebih jauh fenomena-fenomena yang terjadi, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang telah menggunakan jasa pengiriman JNE. Adapun hasil dari penelitian pendahuluan mengenai kondisi bauran pemasaran, sebagai berikut:

Tabel 1.7
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di JNE Sukamenak Kabupaten Bandung

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Product	JNE merupakan jasa pengiriman bagus	9	9	8	3	1	3,7	Baik
	Produk sesuai dengan apa yang ditawarkan	10	7	7	4	2	3,6	Baik
Price	Harga yang di tawarkan relatif terjangkau	2	2	13	10	3	2,6	Kurang terjangkau
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk	4	2	8	9	7	2,5	Kurang terjangkau
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	3	4	5	6	12	2,3	Kurang terjangkau
Place	Lokasi JNE Express mudah dijangkau	15	10	3	1	1	4,2	Baik
	Lokasi JNE dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan	14	12	3	1	0	4,3	Baik
	Tempat parkir yang tersedia luas dan aman	10	10	8	1	1	3,9	Baik
Promotion	JNE selalu melakukan promosi melalui <i>Media Social</i> atau <i>Internet</i>	8	6	12	2	2	3,5	Baik
	JNE memberikan Gratis ongkos kirim padakonsumennya	8	10	6	4	2	3,6	Baik
	JNE sering melakukan promosi di <i>marketplace</i> (shopee,tokopedia,dan lazada)	10	6	10	3	1	3,7	Baik
	Mendapatkan Rekomendasi dari teman untuk menggunakan jasa pengiriman JNE	12	8	4	4	2	3,8	Baik

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
People	Pelayanan yang di berikan oleh karyawan JNE Express sangat ramah dalam melayani konsumen	1	3	12	11	3	2,6	Kurang baik
	Karyawan di JNE sangat cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan Konsumen	1	2	11	12	4	2,4	Kurang baik
	Karyawan di JNE memberikan kenyamanan saat bertransaksi	1	2	14	9	4	2,5	Kurang baik
Process	proses transaksi sangat mudah	8	14	4	2	2	3,8	Baik
	Proses pengiriman barang cepat	7	18	3	1	1	3,9	Baik
	Proses pembayaran yang sangat mudah	13	10	3	3	1	4,0	Baik
Physical Evidence	Lingkungan di sekitar JNE yang sangat bersih	6	16	5	2	1	3,8	Baik
	JNE menyediakan ruang tunggu yang nyaman	4	16	7	2	1	3,6	Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1.7 diatas hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran di JNE. Hasil penelitian pendahuluan yang diberi tanda kuning diindikasikan yang paling bermasalah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan dari variabel harga dan people karena jika dilihat dari frekuensi yang menjawab kurang setuju hingga sangat tidak setuju variabel harga yang paling mendominasi.

Harga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena harga merupakan salah satu determinan penting dalam kepuasan pelanggan. Harga yang ditawarkan JNE masih kurang sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Hal tersebut selaras dengan pendapat Fandy Tjiptono (2016:268) yang menyatakan bahwa harga adalah nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Maka dari itu harga menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen setelah membeli jasa atau produk yang diinginkan. Landasan teori tersebut diperkuat berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Catur dan Poernomo (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin kompetitifnya harga yang diberikan pelaku usaha maka ada kecenderungan terjadi peningkatan kepuasan konsumen.

Hasil pendahuluan penelitian menunjukkan selain harga, faktor lainnya adalah *people*. Pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran semestinya melebihi pelayanan yang diharapkan konsumen dan hal itu berlangsung pada saat konsumen sedang menikmati pelayanan hingga sesudah terjadi transaksi. Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko dan Hartono Subagio (2016) dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan harus diperhatikan dengan baik dan menarik agar dapat mempengaruhi konsumen, sebab kualitas pelayanan juga memudahkan konsumen untuk melihat dalam kepuasan konsumen. Hal ini selaras dengan pernyataan Kotler and Armstrong dalam jurnal Chriswardana (2018:428). Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan kinerja yang satu pihak dapat tawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak dapat ditoleransi dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, produksi mungkin terikat atau tidak terikat dengan produk fisik. Landasan teori tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh I Ketut Sirna (2018). Pelayanan yang berkualitas dapat

membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta membantu mereka menjaga jarak dari pesaing. Jika pemasar atau perusahaan mengetahui kebutuhan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat mengambil langkah yang tepat, maka situasi yang ideal dapat tercapai.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan, kepuasan ini sebagai penilaian tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi suatu perusahaan karena merupakan faktor yang berdampak positif terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Hal tersebut selaras dengan pendapat Kotler dan Keller dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2016:80) yang mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil dengan harapan. Landasan teori tersebut diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dias Widyarto (2016) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Terciptanya kepuasan konsumen maka jumlah konsumen akan bertambah. Salah satu hal yang menjadi penyebab terjadinya kepuasan konsumen adalah faktor harga dan *people*. Konsumen bisa puas terhadap suatu layanan apabila mempunyai harapannya bisa terpenuhi. Konsumen juga membandingkan apa yang didapat disebuah perusahaan dengan takaran harga atas barang atau jasa yang di beli maupun di gunakannya. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Rachmi Anugerah Mahmud (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga dan *people* dengan tingkat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar

belakang masalah yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, sebagai topik penelitian dengan mengambil judul: “ **Pengaruh Harga dan *People* Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Kabupaten Bandung (Survei Pada Pelanggan JNE Sukamenak Kabupaten Bandung)**”

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Pada sub bab ini peneliti akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian mengenai Harga, *People* dan Kepuasan Pelanggan. Identifikasi masalah ini di peroleh dari latar belakang penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, sedangkan rumusan masalah menggambarkan mengenai permasalahan yang akan di teliti pada penelitian ini. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi di antaranya sebagai berikut :

1. Pertumbuhan ekspedisi di Kabupaten Bandung mengalami kenaikan yang sangat kecil di Jawa Barat.
2. Sektor usaha jasa pengiriman memiliki persentase kenaikan yang tidak signifikan dalam 3 tahun terakhir.
3. Keluhan pelanggan pada waktu pengiriman barang yang kurang cepat atau lama.

4. Pelanggan mengharapkan jasa pengiriman JNE dapat menjangkau daerah pelosok di Indonesia.
5. Jumlah pengiriman barang di JNE Kabupaten Bandung pada tahun 2021 memiliki tingkat pengiriman barang yang kurang memuaskan.
6. Jumlah transaksi di JNE di Kabupaten Bandung mengalami penurunan pada masa pandemi Covid-19.
7. Keluran-keluhan yang disampaikan oleh konsumen membuat calon konsumen ragu untuk menggunakan jasa pengiriman JNE.
8. Rendahnya tingkat kepuasan pelanggan di JNE Kabupaten Bandung.
9. Harga yang diberikan oleh pihak JNE tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
10. Pelayanan yang diberikan JNE kurang memuaskan.

1.2.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan, sebagaimana di paparkan di atas dan hasil dari penelitian pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai harga yang ditawarkan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai *people* di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
4. Seberapa besar pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) baik secara parsial maupun simultan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan pelanggan mengenai harga yang di tawarkan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
2. Tanggapan pelanggan mengenai *people* yang di tawarkan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
3. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan yang di tawarkan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
4. Besarnya pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi peneliti tetapi penulisan ini juga dapat bermanfaat bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Dapat memperkaya teori-teori mengenai harga dan *people* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dapat memperkaya konsep atau teori yang menunjang perkembangan ilmu pengetahuan bidang kajian manajemen pemasaran.
3. Dapat memperkaya dan menambah teori mengenai pemasaran jasa.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti
 - a. Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan harga dan *people* pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
 - b. Memahami dan menganalisis *people* yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas.
 - c. Memahami dan menganalisis keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan *people* atau pelayanan yang diberikan guna menciptakan kepuasan pelanggan.
 - d. Dapat memahami dan menganalisis harapan yang timbul dari konsumen untuk merealisasikan yang sesuai dengan harapannya.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan.
 - c. Membantu perusahaan dalam peningkatan *people* dan harga,.
 - d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai kualitas pelayanan dan harga dalam mewujudkan kepuasan pelanggan dan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan dan

untuk meningkatkan laba perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
- b. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja atau kenyataan.