

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Jasa layanan pengiriman barang atau jasa ekspedisi semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di era teknologi dan globalisasi. Perkembangan teknologi pada zaman ini mendorong minat masyarakat terhadap segala hal yang sederhana dan praktis, terutama dalam hal pengiriman barang yang melibatkan cakupan wilayah yang luas. Pengiriman barang melalui jasa ekspedisi menjadi pilihan utama bagi mereka yang menghargai kenyamanan dan kemudahan dalam proses pengiriman. Selain itu, efektivitas dan efisiensi yang ditawarkan oleh jasa pengiriman juga dianggap sangat bernilai. Tingginya jumlah masyarakat yang mengandalkan jasa pengiriman menjadikannya menjadi aspek yang sangat krusial dalam kehidupan sehari-hari. Jarak antara pengirim dan penerima semakin tak terbatas dan jarak tersebut dapat dijangkau oleh jasa pengiriman.

Dengan adanya kemudahan ini masyarakat tentu pintar dalam memilih jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi yang digunakan, karena dengan target pengiriman yang dijanjikan cepat oleh setiap perusahaan jasa malah membuat kesalahan-kesalahan yang tidak terduga karena tergesa-gesa dalam mengirimkan barang pelanggan. Terkadang para kurir hanya mementingkan kepentingan target kerja mereka dan tidak mementingkan keselamatan atas barang pelanggan, maka dari itu di zaman modern ini masyarakat harus faham akan hal hal yang sedang terjadi karena di zaman yang serba canggih ini juga bisa saja terdapat kendala kendala kecil yang diluar dugaan kita semua, sama halnya seperti mengirim barang pelanggan ketika kurir hanya mementingkan kepentingan mereka dan tidak mementingkan kepuasan pelanggan maupun keselamatan pelanggan hal-hal kecil diluar kendala kita dapat merugikan sebuah perusahaan jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi.

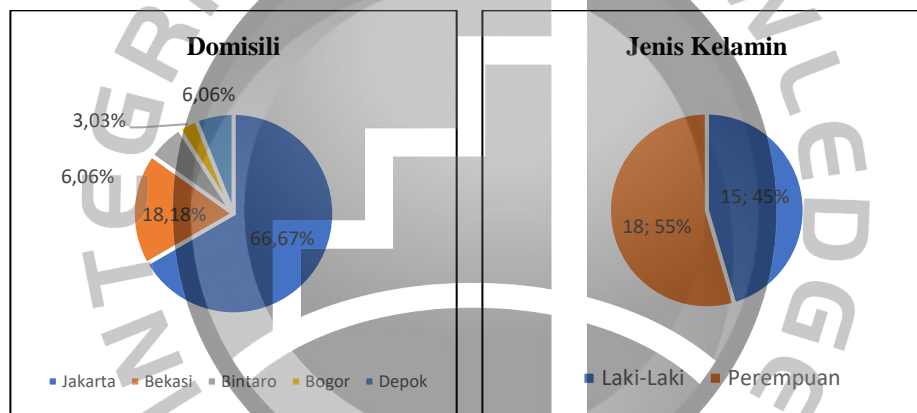
Permasalahan pengiriman barang masih menjadi fokus penting bagi setiap perusahaan. Seringnya penulisan alamat yang salah, kondisi barang yang rusak, akan membuat konsumen menjadi komplain dan merugikan pihak perusahaan. Beberapa permasalahan yang sering terjadi yaitu kurir salah alamat, barang kiriman yang hilang, barang kiriman yang rusak, pengiriman barang yang tidak tepat waktu, keterbatasan informasi pengiriman & ketidaksesuaian barang dengan pesanan/tertukar (AccessExports & Logistics, 2020). Dengan adanya beberapa permasalahan pada perusahaan jasa pengiriman barang atau ekspedisi yang dirasakan oleh pelanggan, maka terbentuklah persepsi dari konsumen mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan jasa layanan pengiriman atau ekspedisi tersebut.

Perusahaan angkutan online yang terkenal di Indonesia dinamakan GoJek, Gojek Indonesia secara resmi diluncurkan pada 13 Oktober 2010. Aplikasi ini awal mulanya hanya jasa layanan dalam memberikan perjalanan (antar-jemput) pelanggan, karena sistemnya masih sederhana dan jumlah *driver* hanya 20, maka cara pemesanan pun masih dilakukan melalui *call center* (24 jam). Namun seiring berkembangnya teknologi yang sangat mempengaruhi dunia bisnis terutama dalam basis elektronik membuat Go-Jek berevaluasi dengan menambah fitur-fitur secara *online*, seperti Go-Food, Go-Send, Go-Massage, Go-Car, Go-Clean, Go-Mart, Go-Massage & Go-Blue Bird.

Salah satu program yang terdapat di Gojek ialah Go-Send, Go-Send merupakan layanan jasa pengiriman barang dengan skala kecil seperti dokumen atau barang. Dengan sistem yang dimiliki oleh Go-Send memungkinkan untuk mengirim barang lebih cukup akurat dan cepat karena terdapat pilihan Go-Send Instan dan Go-Send Same Day. Dengan Go-Send masyarakat tidak perlu repot-repot keluar dari rumah untuk menuju tempat pengiriman barang, ketika masyarakat memesan Go-Send melalui aplikasi GoJek maka sistem akan mencarikan kurir terdekat dari lokasi yang telah dipesan dan kurir Go-Send akan datang untuk mengambil dan mengirim barang tersebut sesuai maps yang telah ditentukan. Saat ini layanan Go-Send tersedia di beberapa daerah seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung,

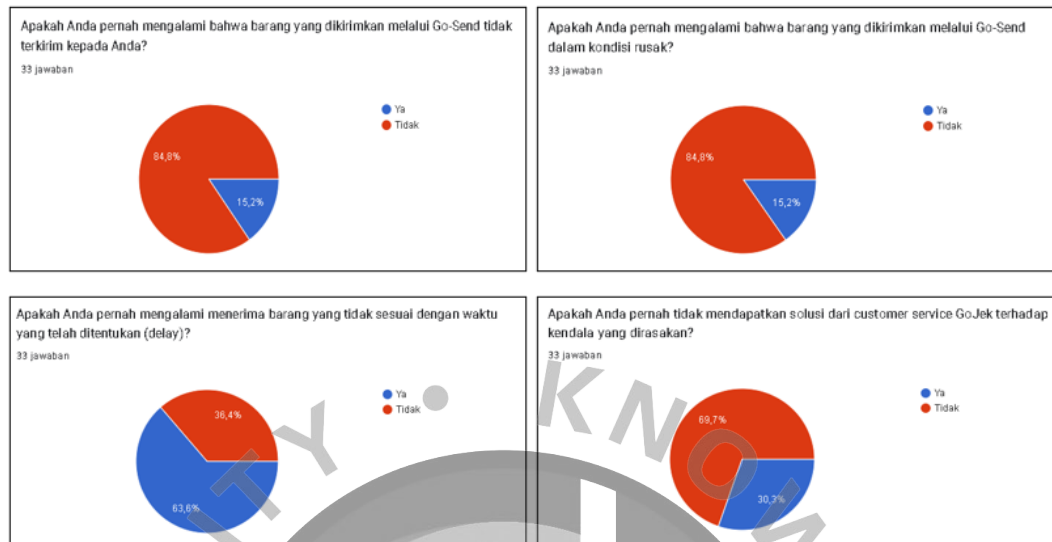
Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Balikpapan, Makassar, Malang, Samarinda, Solo, Manado dan Batam.

Menurut data pra-survei yang telah disebar di beberapa kota, peneliti berhasil mengumpulkan 33 responden dalam pra-survei penggunaan jasa layanan Go-Send. Setelah melakukan pengolahan terhadap data yang telah dikumpulkan peneliti menemukan beberapa masalah yang kerap menjadi keluhan-keluhan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Go-Send dan mempengaruhi kepuasan masyarakat kepada jasa layanan Go-Send. Data pra-survei disebar di berbagai kota dengan menargetkan responden kepada masyarakat yang pernah menggunakan jasa layanan Go-Send



**Gambar 1.1 Domisili & Jenis Kelamin Pra-Survei Fenomena Go-Send**

Berdasarkan gambar 1.1 survei telah disebar di beberapa kota, Jakarta menjadi kota yang masyarakatnya paling banyak menggunakan jasa layanan Go-Send dengan presentase 66,67%, disusul dengan kota Bekasi dengan presentase 18,18%, Bintaro 6,06%, Bogor 3,03% dan Depok sebesar 6,06%. Selain itu pada survei yang telah dilakukan oleh peneliti masyarakat yang sering menggunakan Go-Send adalah perempuan sebesar 55% dan laki-laki sebesar 45%.



**Gambar 1. 2 Hasil Data Permasalahan Fenomena**

Berdasarkan gambar 1.2 terdapat 4 pertanyaan mengenai permasalahan yang sering terjadi dalam dunia jasa pengiriman barang. Pertanyaan tersebut peneliti tanyakan terhadap masyarakat yang pernah menggunakan jasa layanan Go-Send dalam beberapa kota berbeda. Dilihat dari gambar diatas permasalahan yang sering dialami oleh masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Go-Send adalah *delay* nya suatu pengiriman barang yang dilakukan oleh kurir Go-Send yang menepati posisi pertama dengan presentase terbesar yaitu 63,6%. Selain itu terdapat permasalahan berupa hilangnya barang ketika menggunakan jasa layanan Go-Send sebesar 15,2 %, presentase ini sama besar dengan permasalahan yang sering dialami pula oleh masyarakat yaitu kondisi barang yang rusak ketika menggunakan jasa layanan Go-Send. Peneliti juga menuturkan pertanyaan untuk mengetahui apakah masyarakat ketika melaporkan keluhan terhadap permasalahan yang dialami kepada customer *service* dapat mendapatkan solusi atau tidak, hal ini terbukti dari data yang diperoleh oleh peneliti dimana sebesar 30,3%, masyarakat yang mengisi pra-survei tidak mendapatkan solusi dari customer service Go-Send terhadap permasalahan atau keluhan yang mereka laporkan, selain itu masyarakat juga kerap menunggu waktu yang sangat lama ketika ingin memesan jasa layanan Go-Send pada aplikasi Go-Jek.

Melihat masih banyaknya permasalahan yang sering terjadi pada masyarakat ketika menggunakan jasa layanan Go-Send, peneliti ingin meneliti faktor-faktor yang mendorong *Loyalty Intention* Masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Go-Send. Peneliti beranggapan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi alasan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Go-Send, faktor tersebut yaitu *Service Quality*, *Trust* dan *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MEMBENTUK *LOYALTY INTENTION* MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GO-SEND.”

## 1.2 Ruang Lingkup Masalah

Penjelasan tentang ruang lingkup masalah memberikan gambaran mengenai penelitian ini dengan tujuan dapat menjelaskan fokus penelitian. Ruang lingkup masalah ini melibatkan aspek-aspek berikut:

1. Penelitian yang dilakukan merupakan Modifikasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu penelitian (Uzir et al., 2021) yang membahas mengenai pengaruh *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Trust in Home Delivery* terhadap *Customer Satisfaction*. Penelitian ini menambahkan variabel *Loyalty Intention*, variabel ini merupakan Variabel Dependen.
2. Variabel Dependen pada penelitian ini merupakan *Loyalty Intention* dan *Customer Satisfaction*, ditentukan karena bergantung pada Variabel Independent penelitian ini yaitu *Service Quality*, *Customer Perceived Value* dan *Trust*.
3. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dampak yang dihasilkan oleh *Service Quality*, *Customer Perceived Value*, *Trust*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Intention Loyalty*.
4. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Go-Send yang sudah pernah merasakan layanan pengiriman barang (*instant* atau *reguler*) minimal satu kali.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian memberikan penjelasan tentang ruang lingkup penelitian ini dengan harapan dapat menjelaskan pokok-pokok yang akan diselidiki. Proses identifikasi masalah penelitian melibatkan aspek-aspek berikut ini:

1. Objek penelitian ini adalah faktor-faktor yang memengaruhi *Loyalty Intention* dalam melakukan penggunaan jasa layanan pengiriman online Gojek. Yaitu *Service Quality*, *Customer Perceived Value*, *Trust* dan *Customer Satisfaction*.
2. Kurangnya kesadaran kurir jasa layanan Go-Send akan pentingnya profesionalisme dalam mengantarkan barang/paket.
3. Hasil penemuan terdahulu masih belum konsisten sehingga terjadi *research gap* dan dibutuhkan penelitian lebih lanjut.

### 1.4 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti secara garis besar melakukan Modifikasi model penelitian yang diajukan oleh (Uzir et al., 2021). Hal yang membedakan dari penelitian terdahulu adalah sampel penelitian ini di ambil dengan lokasi yang berbeda dan hal ini tentu akan memiliki beberapa pertanyaan yang perlu dijawab peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Apakah *Customer Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada penggunaan layanan pengiriman online?

3. Apakah *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada penggunaan layanan pengiriman online?
4. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Loyalty Intention* pada penggunaan layanan pengiriman online?

### 1.5 Pembatasan Masalah

Terkait dengan identifikasi masalah dan rumusan masalah yang telah dibahas, maka batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini hanya dilakukan pada konteks variabel *Service Quality*, *Customer Perceived Value*, *Trust* pada pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dalam membentuk *Loyalty Intention*.

### 1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dan kegunaan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif pada variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif pada variabel *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif pada variabel *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif pada variabel *Customer Satisfaction* terhadap *Loyalty Intention* pada penggunaan jasa layanan pengiriman online Gosend.

## 1.7 Manfaat Penelitian

1. Memberikan pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks jasa layanan di Indonesia.
2. Memberikan rekomendasi dan saran bagi pelaku bisnis jasa/produk di Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan, dan kepercayaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Memberikan kontribusi pada ilmu manajemen pemasaran khususnya terkait perilaku konsumen terhadap kualitas jasa layanan pengiriman.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat khususnya pada segmen praktisi dan pembaca. Khususnya bagi bisnis yang ingin mempelajari bagaimana pengaruh kualitas jasa pengiriman dalam penentu kepuasan pelanggan. Sehingga informasi yang ada pada penelitian ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

## 1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bagian ini memberikan gambaran tentang asal-usul penelitian, cakupan masalah untuk mengidentifikasi variabel dan objek penelitian yang akan diuji, merumuskan masalah, menetapkan tujuan penelitian, merinci manfaat penelitian, serta menjelaskan susunan penulisan.

- **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *Loyalty Intention* pada penggunaan jasa layanan pengiriman *online* Gosend dan akan dijelaskan definisi variabel yang akan digunakan dan pembentukan hipotesis antar variabel.



- **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan mengulas mengenai teknik pengumpulan data, strategi pengambilan sampel, metode pengujian kuesioner, dan teknik pengolahan data.

- **BAB 4 HASIL PENELITIAN**

Bab ini memberikan gambaran keseluruhan mengenai objek penelitian, membahas hasil penelitian, menyajikan argumentasi penelitian, dan melakukan perbandingan dengan temuan penelitian sebelumnya.

- **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memberikan rangkuman keseluruhan penelitian, memberikan saran berdasarkan ringkasan bab sebelumnya, dan menyajikan jawaban terhadap rumusan masalah serta pembahasan yang telah dibahas sebelumnya.

