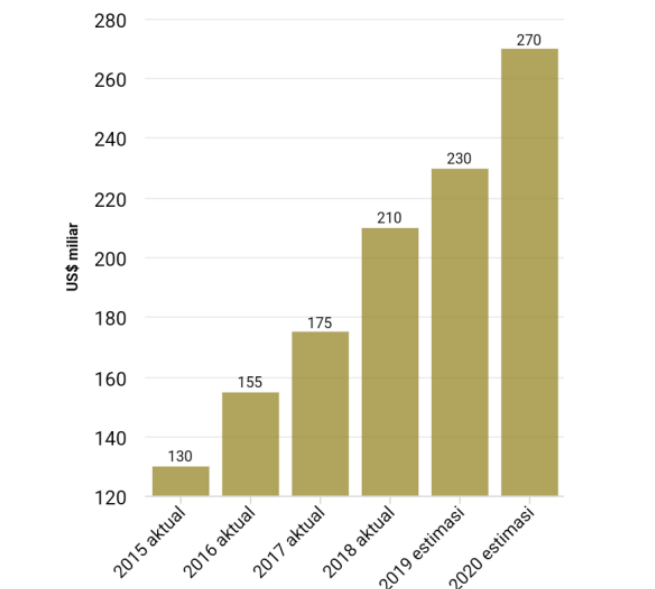


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

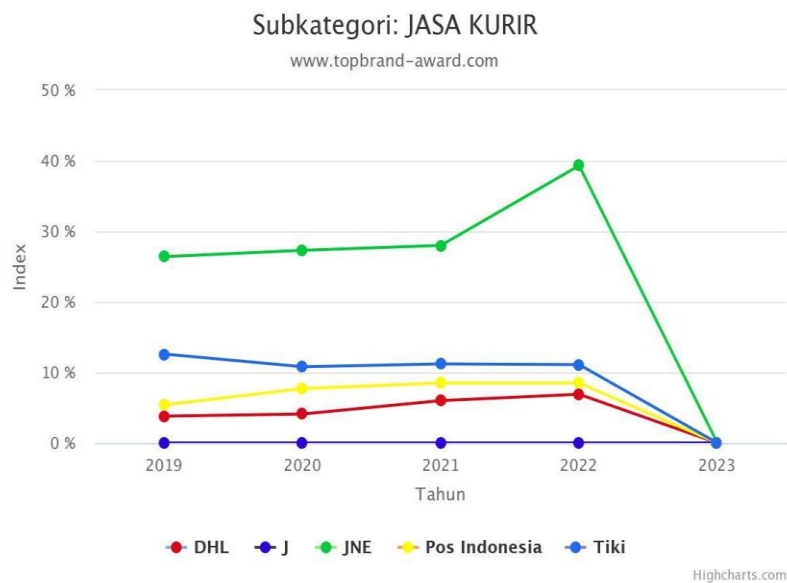
Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mulai meningkat seiring berjalannya waktu, hal ini pun memberikan dampak yang baik terhadap penyedia jasa logistik sebagai penunjang dalam bidang usaha ini. Mengingat setelah terjadinya COVID-19 telah mengubah dan meningkatkan pola berbelanja melalui daring, sehingga memberikan dampak besar bagi industri logistik dalam meningkatkan kualitas pelayanan sebagai penunjang bisnis *e-commerce*.



Gambar 1. 1 Ukuran Pasar Logistik Indonesia 2015-2020

Sumber: AC Ventures

Berdasarkan data diatas, menurut AC Ventures ukuran pasar logistik Indonesia telah mencapai \$270 miliar pada tahun 2020 dengan *Compounded Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 16,2% selama periode antara tahun 2015 dan 2020. Selain itu, keuntungan dari bisnis ini diproyeksikan akan melebihi \$300 miliar pada tahun 2024. Namun, masih banyak persoalan signifikan terkait penggunaan infrastruktur logistik oleh pengusaha Indonesia, mulai dari ekonomi yang terfragmentasi hingga sistem bisnis yang tidak terlalu efisien. Indeks Harga Konsumen (IHK) Jasa Pengiriman Barang berada di level tersebut 116,46 pada September 2022, naik 0,34% dibanding bulan sebelumnya berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Akibatnya, harga barang untuk pengiriman naik sekitar 0,34% *month over month* (mom). Jika dibandingkan dengan posisi per Desember 2021, tarif angkutan barang *year to date* (ytd) naik sebesar 1,89%.



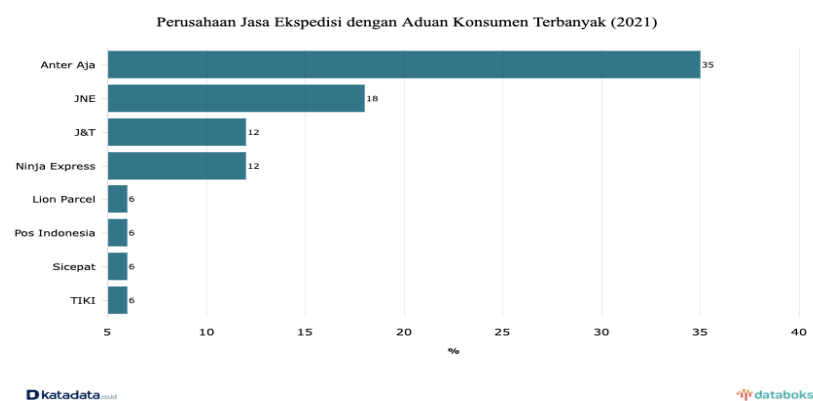
Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
DHL	3.80	4.10	6.00	6.90	0
J&T	20.30	21.30	33.40	23.10	0
JNE	26.40	27.30	28.00	39.30	0
Pos Indonesia	5.40	7.70	8.50	8.50	0
Tiki	12.60	10.80	11.20	11.10	0

Showing 1 to 5 of 5 entries

Gambar 1. 2 Hasil Komparasi Keunggulan Brand

Sumber: Top Brand Award

Dari gambar diatas bisa dilihat bahwa JNE lebih unggul dari pada perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. Pada tahun 2019, 2020 dan 2022. JNE menduduk peringkat teratas dengan persentase sebesar 26.40% di tahun 2019 kemudian 27.30% di tahun 2020 dan 39.30% di tahun 2022. Sebagai salah satu perusahaan logistik yang bergerak dalam jasa pengiriman dan logistik JNE melayani pengiriman dalam bentuk dokumen, paket, dll. Jenis-jenis pengiriman JNE yaitu, YES (Yakin Esok Sampai), REG (Reguler), OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), *SUPER SPEED* (SS), Diplomat dan JTR.



Gambar 1. 3 Komparasi Aduan Jasa Terbanyak 2021

Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Namun, berdasarkan data diatas pada urutan kedua terdapat JNE sebagai jasa ekspedisi yang memiliki aduan terbanyak dari pelanggan. Untuk mencari tahu penyebab meningkatnya aduan tersebut maka diperlukan analisis yang berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (Tjiptono, 2016). Kemudian, Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2008), pengaruh *reliability* adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Sebagai variabel yang menjadi salah satu faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan maka peneliti memutuskan untuk memilih variabel *reliability* (kehandalan) untuk mengukur kepuasan pelanggan apakah sudah dapat diandalkan oleh konsumen sesuai ekspektasinya atau belum pada penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian tentang *reliability* dan kepuasan pelanggan jasa ekspedisi JNE dengan judul **“Pengaruh Reliabilitas terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Kota Samarinda”**.

B. Rumusan Masalah.

1. Apakah *reliability* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda?

C. Batasan Masalah.

Peneliti hanya membahas mengenai pengaruh *reliability* sebagai variabel dependen yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebagai variabel independen pelanggan jasa ekspedisi JNE di Samarinda.

D. Tujuan Penelitian.

1. Mengetahui apakah *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda.

E. Manfaat Penelitian.

1. Bagi Penulis.

Sebagai media untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai manajemen pemasaran sehingga penulis dapat memperoleh pengetahuan secara praktis melalui masalah-masalah yang tengah dihadapi perusahaan.

2. Bagi perusahaan.

Diharapkan dengan hasil penelitian ini akan membantu memunculkan ide-ide yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan dan karyawan.

3. Bagi pihak akademisi.

Diharapkan dengan hasil penelitian ini akan membantu proses pembelajaran dan penetapan ilmu manajemen pemasaran, serta dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai topik ini

