

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia saat ini mengamali pertumbuhan yang sangat cepat, hal tersebut dikarenakan banyak konsumen memilih untuk melakukan transaksi berbelanja secara *online* dibandingkan dengan datang langsung ke toko tersebut. Belanja secara *online* merupakan sebuah aktivitas yang mana konsumen melakukan transaksi berbelanja barang ataupun jasa kepada penjual secara langsung dan interaktif tanpa adanya perantara menggunakan jaringan internet (Mujiyana & Elissa, 2013). Dengan berbelanja secara *online* calon konsumen bisa melihat barang atau jasanya terlebih dahulu yang diinginkan, kemudian memilih barang tersebut, dan setelah selesai melihat dan memilih calon konsumen bisa melaksanakan pemesanan serta pembayaran pembayaran baik itu dengan cara *transfer* ataupun membayar melalui *merchant*, setelah membayar maka pesanan akan dikirimkan ke alamat penerima.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami pertumbuhan tercepat dalam bidang *e-commerce*. Dengan semakin banyaknya jumlah orang yang melakukan belanja secara *online* akan menyebabkan jumlah dari permintaan jasa pengiriman barang semakin meningkat (Dea dan Perdhana, 2019). Oleh karena itu semakin banyak pebisnis yang mendirikan usaha di bidang pengiriman barang. Saat ini di Indonesia sudah semakin banyak usaha yang bergerak di bidang pengiriman barang sehingga tingkat persaingan pelayanan jasa di Indonesia sangat ketat. Hal tersebut bisa diamati dari banyaknya persaingan yang dihadapi oleh penyedia jasa ekspedisi JNE, Pos Indonesia, Tiki, J&T Express, Si

Cepat, Wahana, DHL, FedEx, TNT dan masih banyak pilihan jasa ekspedisi lainnya. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan jasa harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepercayaan dan terjadinya keputusan pembelian. Sebuah bidang usaha yang bergerak dalam pendistribusian tersebut sangatlah membantu penjual dan pembeli dalam menyebarkan produk. Dampaknya akan sangat menguntungkan baik dari pihak penjual maupun pembeli. Dengan begitu padatnya aktivitas masyarakat dalam melaksanakan kegiatannya, akan sangat diperlukannya perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang, hal tersebut karena perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang bisa mengirimkan barang dengan waktu yang singkat dan dengan harga yang terjangkau sehingga bisa menjadi lebih efektif dan efisien.

Riset ini akan dilaksanakan pada jasa ekspedisi JNE. JNE atau Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE) yakni bidang usaha yang bergerak dalam pendistribusian barang atau logistic yang mana pusatnya berkantor di Jakarta. Selama 6 tahun terakhir, JNE selalu masuk nominasi *top brand award* dan berada di posisi pertama (<https://www.topbrand-award.com/>) . Pada tahun 2015 JNE ada di urutan pertama dengan *top brand index* sebesar 43,5%, di tahun 2016 ada di urutan pertama dengan *top brand index* 47,6%, di tahun 2017 ada di urutan pertama dengan *top brand index* 49,4%, di tahun 2018 ada di urutan pertama dengan *top brand index* 45%, di tahun 2019 masih ada di urutan pertama dengan *top brand index* 26,4%, dan pada tahun 2020 JNE masih tetap ada di urutan pertama dengan *top brand index* 27,3%. Hal ini berarti JNE masih mampu menembus pasar untuk maju dan berkembang mengalahkan penyedia jasa ekspedisi lainnya seperti Pos Indonesia, Tiki, J&T Express, Si Cepat, Wahana,

DHL, FedEx, TNT dan jasa ekspedisi lainnya. Walaupun JNE selalu berada pada peringkat pertama, tidak menutup kemungkinan di tahun selanjutnya JNE mengalami penurunan peringkat, berdasarkan hal tersebut penting untuk JNE agar tetap mengetahui cara agar konsumen tetap menggunakan jasa ekspedisinya.

Saat ini JNE mempunyai lebih dari 6000 titik layanan di seluruh Indonesia (<https://www.jne.co.id/id/>), salah satunya yaitu JNE Cabang Singaraja. JNE Cabang Singaraja berlokasi di jalan W.R. Supratman No. 28 Singaraja. Alasan dipilihnya JNE Cabang Singaraja sebagai tempat penelitian yaitu karena JNE Cabang Singaraja menjadi salah satu cabang yang mudah dijangkau oleh konsumen, memiliki lokasi yang strategis dan lokasinya tidak jauh antara peneliti dan lokasi penelitian.

Terdapat alasan mengapa masyarakat menggunakan jasa ekspedisi diantaranya yaitu masyarakat semakin banyak yang belanja *online* sehingga membutuhkan jasa ekspedisi dalam pengiriman barang, selain itu dengan menggunakan jasa ekspedisi dapat membuat masyarakat menjadi lebih hemat waktu dan biaya. Kemudahan yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi sudah tidak dapat dipungkiri. Konsumen cukup menunggu di rumah hingga paket datang, selain itu konsumen juga dapat melacak lokasi paket melalui *web* ekspedisi dengan cara memasukkan nomor resi.

Konsumen mempertimbangkan banyak hal dalam memilih jasa ekspedisi. Dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan membeli barang atau jasa oleh calon pengguna bisa diawali dengan adanya keinginan atau pemenuhan kebutuhan dari calon pengguna. Yang mana ketika calon pengguna sudah menyadari akan kebutuhannya calon pengguna akan mencari informasi yang

terkait mengenai informasi dari produk atau jasa yang diinginkannya dari banyaknya pilihan yang tersedia. Dan setelah memutuskan pilihan, calon pengguna akan melaksanakan penilaian terhadap produk atau jasa setelah menggunakannya. (Suryani, 2013). Ada banyak faktor yang bisa mengimplikasi perilaku konsumen dalam melaksanakan keputusan pemakaian, yakni antara lain faktor social, budaya, pribadi dan psikologis (Kotler & Keller, 2007). Menentukan keputusan pembelian khususnya jasa ekspedisi JNE dapat ditentukan dari faktor pengiriman paket, *capability adoption customer*, citra merek, *WOM*, kepercayaan pelanggan, informasi social dan kualitas pelayanan (Dea dan Perdana, 2019). Sedangkan riset yang dilaksanakan oleh Saputri dan Nugroho (2018) faktor berimplikasi pada keputusan penggunaan ekspedisi adalah faktor *brand ambassador*, kualitas layanan, dan harga . Oleh karena itu riset yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja diangkat.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berlandaskan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka bisa ditentukan identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Tersedianya banyak perusahaan ekspedisi menyebabkan masyarakat memiliki berbagai pilihan untuk menggunakan jasa ekspedisi.
- 2) Terdapat faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum melaksanakan keputusan pembelian jasa ekspedisi.

### **1.3 Pembatasan Masalah Penelitian**

Dalam riset ini batasan mengenai masalah riset yakni hanya untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja.

### **1.4 Rumusan Masalah Penelitian**

Berlandaskan pada latarbelakang masalah tersebut, maka bisa ditarik beberapa rumusan masalah yakni seperti berikut:

- 1) Faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja?
- 2) Faktor apa yang mempunyai peranan yang dominan dalam keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Riset yang dilaksanakan pada JNE ini mempunyai tujuan seperti berikut:

- 1) Menganalisis faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja.
- 2) Menganalisis Faktor apa yang mempunyai peranan yang dominan dalam keputusan pembelian jasa pada JNE Cabang Singaraja.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari riset ini nantinya diinginkan untuk bisa menyumbang manfaat yakni sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil dari riset ini diinginkan mampu memperluas dan memperdalam ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran.

2) Manfaat Praktis

Hasil dalam riset ini bisa dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan usaha sekaligus perusahaan pada periode berikutnya.

