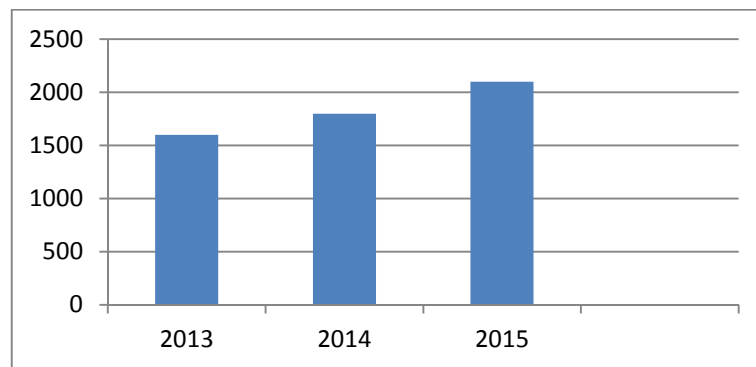


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang dirintis masyarakat, baik berskala kecil, menengah, maupun yang berskala besar. Fenomena tersebut diikuti dengan pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar dari daerah usaha tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar perusahaan tersebut. Fenomena tersebut ditandai dengan semakin meningkatnya pasar logistik di Indonesia.



Sumber : Supplychainindonesia.com – 2016 (dalam trilliun rupiah)

Gambar 1.1 Pasar Logistik Indonesia dari 2013-2015

Dalam gambar 1.1 menunjukkan bahwa ada kenaikan yang signifikan pasar logistik dari tahun 2013 hingga 2015. Pada 2013 pasar logistik di Indonesia mencapai Rp. 1.600 triliun, sedangkan pada 2014 mencapai Rp. 1.800 triliun dan

pada 2015 mencapai 2.100 triliun. Pasar logistik yang naik setiap tahunnya tidak lepas dari kontribusi perusahaan-perusahaan bergelut dalam bisnis kurir ini.

Menurut Peraturan Menteri Perhubungan No. 5 tahun 2005 tentang penyelenggaraan jasa titipan menyatakan penyelenggaraan jasa titipan atau jasa pengiriman barang atau jasa kurir adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa dan atau menyampaikan paket, uang dan surat pos jenis tertentu dalam bentuk barang cetakan, surat kabar, sekogram, bungkus kecil, dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya.

Dengan semakin banyaknya perusahaan jasa kurir yang muncul maka persaingan dalam bisnis jasa kurir semakin ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan agar tidak ditinggalkan pelanggan, maka pelaku bisnis jasa kurir harus mampu bersaing. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan loyalitas pelanggan. Ini merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit perusahaan (Rully, 2006). Imbalan dari loyalitas sendiri bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama seorang pelanggan loyal terhadap suatu produk / jasa, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang calon pelanggan (Griffin, 2002).

Salah satu perusahaan jasa kurir yang memprioritaskan loyalitas pelanggan dalam pelaksanaan bisnisnya yaitu J&T Express yang merupakan pemain paling baru di bidang jasa pengiriman barang atau kurir dibandingkan dengan kompetitor lainnya seperti Pos Indonesia, JNE, maupun TIKI.

Tabel 1.1 Pendirian Perusahaan Jasa Kurir di Indonesia

J&T Express	JNE	TIKI	Pos Indonesia
Agustus 2015	September 1990	September 1970	Juni 1995

Sumber : [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) (2016)

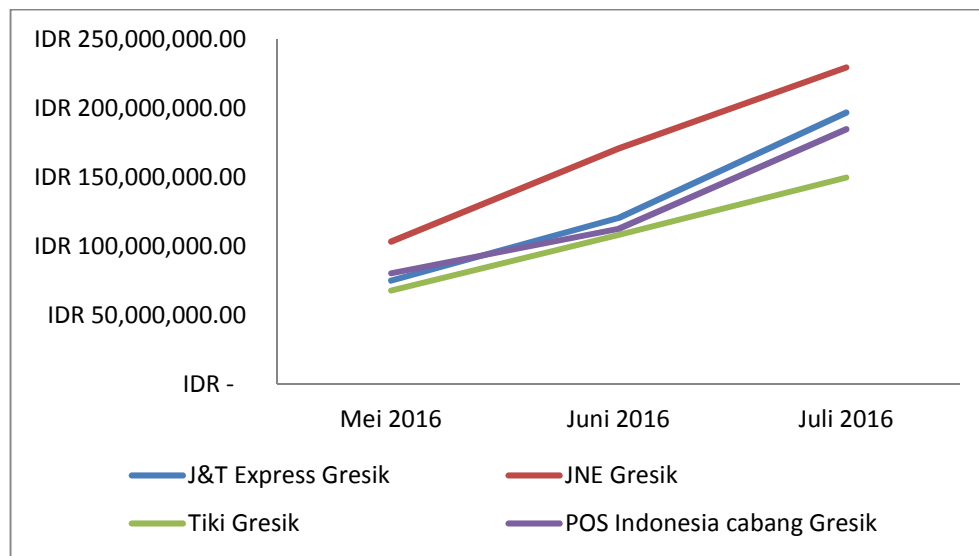
Salah satu cabang dari J&T Express yang berada di Jawa Timur yaitu di Kabupaten Gresik. J&T Express cabang Gresik merupakan pemain paling baru di bidang jasa pengiriman barang atau kurir dibandingkan dengan kompetitor lainnya di wilayah Kabupaten Gresik.

Tabel 1.2 Pendirian Perusahaan Jasa Kurir di Kabupaten Gresik

J&T Express	JNE	TIKI	Pos Indonesia
September 2015	Agustus 2004	Juli 1999	Juni 1995

Sumber : Heri – Pegawai J&T cabang Gresik, Dian – Pegawai JNE cabang Gresik, Toni – Pegawai TIKI cabang Gresik, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) (2016)

Meski menjadi pemain baru di bidang jasa kurir, J&T Express cabang Gresik sangat sukses ditandai dengan tingginya omset pendapatan J&T Express cabang Gresik.

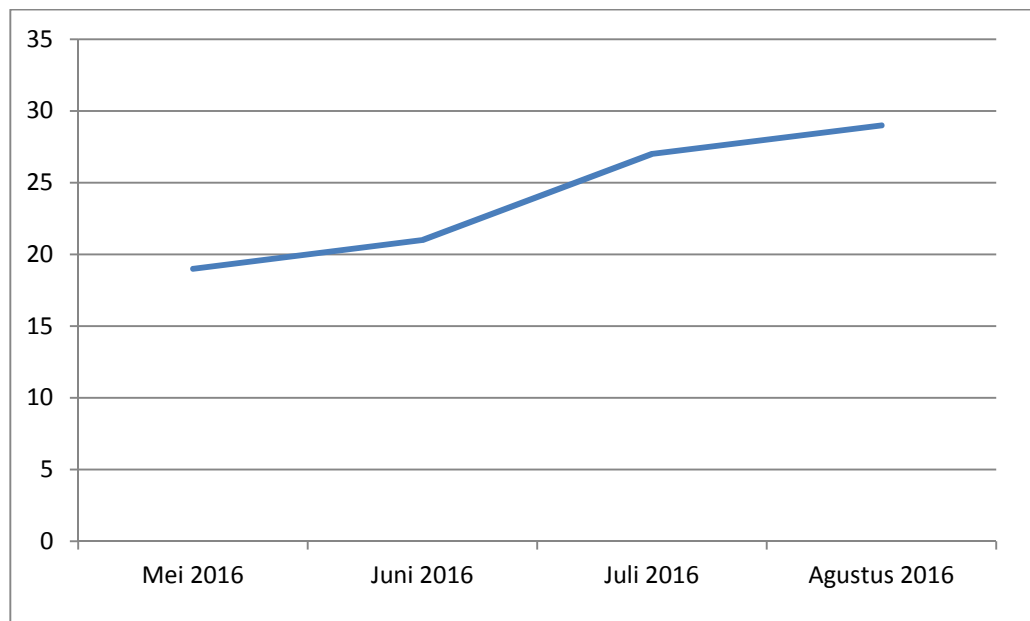


Sumber : Heri – Pegawai J&T cabang Gresik, Dian – Pegawai JNE cabang Gresik, Toni – Pegawai TIKI cabang Gresik, Agung – Pegawai POS Indonesia cabang Gresik (2016)

Gambar 1.2 Pendapatan J&T Express cabang Gresik

Sesuai gambar 1.2 pendapatan J&T Express cabang Gresik meningkat signifikan dan lebih banyak dibandingkan POS Indonesia dan Tiki cabang Gresik. Dengan semakin bertambahnya pendapatan yang diperoleh dari J&T Express cabang Gresik menandakan bahwa semakin banyak pelanggan yang setia menggunakan jasa pengiriman J&T Express cabang Gresik.

Bertambahnya omset tersebut tentu diiringi dengan bertambahnya jumlah pelanggan dari J&T Express cabang Gresik. Pelanggan yang loyal terhadap J&T Express cabang Gresik dapat dilihat dari semakin bertambahnya member VIP pelanggan J&T Express cabang Gresik setiap bulannya.



Sumber : Heri, Pegawai J&T cabang Gresik (2016)

Gambar 1.3 Jumlah Member VIP J&T Express Cabang Gresik

Member VIP ini merupakan pelanggan yang sudah berulang kali menggunakan jasa J&T Express dengan ketentuan pengiriman barang minimum 150 paket tiap bulannya. Semakin banyak pengiriman paket yang dilakukan semakin loyal pula pelanggan tersebut terhadap jasa pengiriman J&T Express.

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau jasa (Webster's 1928 Dictionary). Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten, (Tjiptono, 2006).

Kualitas layanan (*service quality*) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan membuat pelanggan menjadi tidak setia. Artinya, dapat disimpulkan jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh (Lupiyoadi dan Hamdani 2009).

Ririn dan Mastuti (2011) menyatakan bahwa promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksud untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai penjualan akhirnya. *Point of sales promotion* terdiri atas brosur, *infomation sheets*, dan lain-lain.

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2009), dinyatakan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja jasa yang diterima dan yang diharapkan. Munculnya variabel kepuasan ini sebagai model baru yang di pertimbangkan dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi.

Menurut Prasetyo (2013), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan, pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Gardenia (2009) dalam penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dan pengembangan model baru dari karya ilmiah terdahulu maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian

dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Penjualan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Cabang Gresik”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari paparan latar belakang, maka akan dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari paparan rumusan masalah, tujuan ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini sebagai pengembangan model baru dari penelitian sebelumnya sehingga dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya mengenai loyalitas pelanggan suatu perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan bermanfaat bagi objek yang diteliti yaitu J&T Express cabang Gresik sebagai referensi mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan akan jasa kurir sehingga loyalitas pelanggan J&T Express cabang Gresik meningkat.