

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ekspedisi di artikan sebagai surat, barang dan sebagainya. Kata ekspedisi juga di artikan sebagai perusahaan pengangkutan barang. Selain itu ada juga arti ekspedisi alam adalah sebuah kegiatan perjalanan untuk penelitian ilmiah di suatu daerah yang kurang di kenal. Menurut Donald Walters, ekspedisi adalah untuk memindahkan dan menyimpan bahan material dari pengiriman awal hingga sampai kepada pelanggan akhir melalui rantai pasokan. Dengan adanya jasa ekspedisi tidak perlu lagi repot mengurus proses pengiriman barang sendiri, karena tugas tersebut akan di ambil alih oleh pihak jasa ekspedisi yang profesional. Jadi, secara umum jasa ekspedisi adalah jasa atau pelayanan barang atau paket ke tujuan lain dengan cara mengirimkannya lewat jalur darat, air, maupun udara.

Awal mula sejarah adanya perusahaan ekspedisi di Indonesia yaitu di mulai pada masa penjajahan Belanda VOC, yakni sekitar tahun 1602, semua orang yang ingin berkirim surat harus menitipkan ke *stadsherberg* atau gedung penginapan kota dimana cara tersebut sangat tidak efektif dan seorang Gubernur Jendral Hindia Belanda ke-27 bernama Gustaaf Willem Baron Van Imhoff membuat jasa pengiriman yang jauh lebih efisien, aman, serta terjamin. Akhirnya pada tahun 1746 tepatnya pada tanggal 26 Agustus di Batavia di bangun kantor pos, kemudian 4 tahun setelah itu sekitaran tahun 1750 kantor pos di Batavia membangun cabang kantor pos di Semarang pembangunan cabang kantor pos ini memberikan angin segar pada perkembangan jasa pengiriman di

Indonesia, serta memberikan dampak positif dengan membantu percepatan pengiriman. ([unionlogistics.co.id](http://unionlogistics.co.id))

Layanan jasa ekspedisi sangat membantu para pelaku usaha bukan hanya pelaku bisnis online tetapi, jasa ekspedisi juga membantu dalam pengembangan UMKM hingga perusahaan dalam pengiriman dan pendistribusian produk ke banyak wilayah di Indonesia. Perusahaan jasa ekspedisi melayani pengiriman dalam jumlah besar maupun kecil dengan menentukan tarif berdasarkan berat, volume barang, dan jarak pengiriman. Jasa ekspedisi biasanya di lengkapi dengan layanan pengambilan barang, pengemasan, pengiriman, dan pelacakan status pengiriman barang. Dengan menggunakan jasa ekspedisi dapat memberikan manfaat bagi konsumen efisien waktu, keamanan barang, tarif yang kompetitif, pemilihan metode pengiriman, pelacakan *real-time*, jangkauan yang luas, layanan pelanggan yang responsif, kemudahan dalam proses pengiriman. ([lalamove.com](http://lalamove.com))

Meningkatnya penjualan secara online memberikan keuntungan yang besar juga kepada perusahaan ekspedisi dan menjamin kemajuan bisnis ekspedisi terus meningkat serta menjadi, lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia terbukti pada saat ini banyak perusahaan ekspedisi yang berdiri mulai dari JNE, JNT, POS INDONESIA, TIKI, INDAH LOGISTIK, KAI LOGISTIK, SHOPE EKSPRESS dll. Pengiriman ekspedisi yang ada di Indonesia ada yang menggunakan kendaraan pribadi dan ada juga yang menggunakan kendaraan umum. Untuk berbagai jenis ekspedisi yang cukup terkenal, mereka akan menitipkan barang yang dikirim di kendaraan umum yang memang berkerja sama dengan mereka. Jadi kendaraan yang beroperasi pada hari itu akan membawa barang-barang para pelanggan.

Semakin banyak jangkauan dan semakin terkenal jasa ekspedisi, maka makin meyakinkan jasa ekspedisi tersebut. Misalnya mengirim barang dari Jakarta ke Medan dengan perantara jasa ekspedisi dan ternyata ekspedis yang digunakan sudah banyak jangkauannya jadi barang dapat dikirimkan pada hari itu juga akan langsung di terbangkan ke Medan. Di Medan nantinya barang-barang akan disimpan terlebih dahulu dan baru didistribusikan pada keesokan harinya barang bisa langsung sampai. Seseorang yang menggunakan ekspedisi kilat akan didahulukan pengiriman barangnya. Jadi saat barang sudah sampai, barang akan langsung di distribusikan ke penerima barang yang tercantum dialamat. (cargonesia.co.id)

Salah satu perusahaan menyediakan layanan jasa pengiriman barang terbesar di Indonesia adalah perusahaan JNE, memiliki jaringan dan jangkauan area distribusinya yang mencakup lebih dari 83 kota, dengan gerai penjualan berjumlah lebih dari 8.000 titik serta lebih dari 11.000 dukungan armada dan memperkerjakan lebih dari 50.000 karyawan di seluruh Indonesia pada tahun 2020. JNE singkatan dari PT Jalur Nugraha Ekakurir atau yang biasa dikenal sebagai JNE *express*, yang didirikan oleh seorang pengusaha yang bernama Soeprapto Suparno pada tanggal 26 November 1990. JNE memulai kegiatan usahanya berpusat pada kegiatan kebapeanan atau import barang atau dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Reputasi JNE *Express* mulai mencuat sebagai perusahaan ekspedisi terdepan di Indonesia di paruh kedua tahun 2000-an, seiring dengan tumbuhnya tren pemanfaatan internet untuk transaksi perdagangan dan jual beli secara daring di *platform*. Sebaran Agen JNE yang mudah ditemukan di kota-kota besar dan jam operasional dengan layanan 24 jam membuat JNE populer di kalangan pelaku bisnis *online*. (jne.co.id)

Dalam bisnis *online* layanan ekspedisi adalah hal yang paling krusial bagi para pedagang *online*, karena bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan dan efektivitas operasional mereka. Berikut ini adalah layanan ekspedisi yang paling banyak digunakan penjual *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 berdasarkan *survei* populix.

**Tabel 1.1**  
**Layanan Ekspedisi yang Digunakan Responden Penjual E-Commerce Indonesia (Juni 2023)**

No.	Nama data	Nilai
1	J&T <i>EKSPRESS</i>	58
2	JNE	45
3	SHOPE <i>EKSPRESS</i>	28
4	SI CEPAT	27
5	GOSEND	21
6	GRAB <i>EXPRESS</i>	18
7	TIKI	7
8	NINJA EXPRESS	7
9	POS INDONESIA	6
10	PAXEL	6
11	WAHANA <i>EXPRESS</i>	5
12	LALAMOVE	2
13	INDAH LOGISTIK CARGO	2

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Dimana dari hasil *survei* mayoritas atau 58% penjual *e-commerce* lokal menggunakan layanan ekspedisi J&T *Express*. J&T *Express* menjadi layanan ekspedisi yang paling banyak dipilih karena reputasinya dalam pengiriman paket yang cepat. Di urutan berikutnya ada JNE, yang dipilih oleh 45% responden penjual *e-*

*commerce*. Sebagian besar responden yang memilih JNE menilai pengiriman paket JNE cepat dan dapat menjangkau berbagai lokasi. Adapun Shope *express* dipilih oleh 28% responden dan Sicepat 27%. Sementara, Tiki yang sudah bermain di bisnis ekspedisi sejak 1970, hanya dipilih oleh 7% responden penjual *e-commerce*. *Survei* yang dilakukan Populix ini melibatkan 1.577 responden, yang kemudian dikerucutkan menjadi 322 responden dengan status penjual *e-commerce*. Mayoritas responden berada di Pulau Jawa (76%), diikuti Pulau Sumatra (15%), dan pulau-pulau lainnya (19%). Responden didominasi oleh kelompok usia 18-25 tahun (41%), dan usia 26-35 tahun (39%).

Dari hasil *survei* ini JNE menduduki posisi ke dua yang dipilih sebagai pengiriman pengantaran paket *e-commerce* dikarenakan pengantaran yang cepat dan dapat menjangkau berbagai lokasi, ini dikarenakan JNE telah terhubung dengan sistem komunikasi *online*, di kawal oleh sistem dan akses situs informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalam upaya mengetahui status terkini pengiriman paket atau dokumen. Hal ini lah membuat para pelanggan mengandalkan JNE dalam pengiriman barangnya ke seluruh Indonesia. JNE memposisikan diri sebagai pelanggan baik itu pengirim ataupun yang membeli barang dari *marketplace*, yang paling utama yang kita harapkan adalah kepastian pengiriman, kecepatan sampai pada tujuan dan kemudahan barang sampai kepada sipenerima dalam keadaan yang tidak rusak. Dengan pelayanan yang memuaskan tersebut kemungkinan pelanggan akan melakukan transaksi kembali sangat besar sangat berdampak pada peningkatan penjualan. (databoks.katadata.co.id)

Sejak tahun 2013, JNE fokus memperbesar kapasitas dan kapabilitas infrastruktur fisik dan teknologinya untuk mengantisipasi pesatnya pertumbuhan transaksi belanja daring melalui *marketplace* dan tren gaya hidup digital di Indonesia. Pada tahun 2014, JNE meluncurkan aplikasi *MY JNE*, yaitu aplikasi serba-guna berbasis android yang membantu pelanggan untuk mengecek tarif kiriman, menelusuri posisi paket, lokasi konter terdekat, sekaligus tempat transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli individual. Pada tahun 2017, JNE membangun *E-fulfillment* di beberapa cabang sebagai solusi bisnis terpadu bagi para pelaku Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM), khususnya pemilik nama dagang, yang berjualan secara daring. Idenya, *E-fulfillment* membantu para pelaku UMKM fokus pada pengembangan produk dan *marketing* digital, sedangkan aktivitas logistiknya, mulai dari manajemen pergudangan, stok barang, pemilahan dan pengemasan sampai pengantaran barang ke tangan pelanggan, ditangani oleh JNE. (id.m.wikipedia)

Beberapa pemilik toko di Tangerang saat dunia termasuk Indonesia di landa bencana covid-19 yang mengharuskan masyarakat tidak boleh melakukan aktivitas yang menciptakan kerumunan, banyak melakukan transisi dari transaksi jual beli *offline* ke *online*. Diantaranya toko produk penjual pakaian, konveksi bahkan juga hasil-hasil industri rumah tangga diperjual belikan secara *online* kepada pelanggan. Banyak pedagang mengakui penjualan produknya melalui *online* malah meningkat drastis dalam masa covid-19 dengan alasan pembeli puas dengan proses pengiriman barang oleh pihak ekspedisi sehingga konsumen berulang kali beli lagi dilapknya. Ternyata pada saat ditanya jasa pengiriman ekspedisi apa yang paling diminati oleh konsumennya dan diketahui kebanyakan konsumen minta dikirim lewat JNE.

Pengiriman lewat JNE disarankan lebih cepat sampai ke konsumen dari pada jasa pengiriman lainnya sehingga konsumen banyak memberikan respon positif, apa yang di sampaikan oleh para pedagang atau pemilik lapak sejalan dengan peningkatan jumlah pengiriman oleh JNE hingga 30 % selama pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). (kompasiana, 2022)

JNE adalah perusahaan yang berkomitmen dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan sekaligus mendukung kemajuan UMKM melalui program – program JNE. Sebagai perusahaan *ekspres* dan logistik nasional terbukti sudah 33 tahun berkontribusi nyata terhadap kemajuan perekonomian bangsa serta negara dimana awal tahun 2024 telah meraih 2 (dua) penghargaan sekaligus yaitu Indonesia *Brand Champion 2024* dan *Platinum Award Top Digital PR Award 2019-2023* kategori jasa pengiriman. Acara yang diinisiasi oleh infobrand.id bersama Indonesia *Brand Community* serta *Tras N Co Indonesia* yang digelar di JS Luwansa Hotel, Jakarta Selatan. Dimana metode yang digunakan dalam penilaian yaitu digital media *aspect*, sosial *engagement aspect*, digital *mention aspect* dengan karir penilaian konsisten para *brand*. (baliportalnews.com)

JNE juga membuat layanan pengiriman paket berat dan besar yaitu layanan JNE Cargo kini tersedia di berbagai *marketplace* di Indonesia. JNE Cargo adalah layanan dimana proses pengirimannya menggunakan truk dikarenakan paket yang diantar berukuran besar dan berat. Bila dibandingkan dengan layanan JNE yang lainnya seperti JNE *Reguler*, JNE *Yes*, dan OKE JNE, JNE Cargo biaya ongkos kirimnya jauh lebih murah. Jenis paket yang dikirim dengan JNE Cargo biasa barang seperti sepeda motor, kulkas, televisi, lemari, tempat tidur dan lain sebagainya yang berukuran besar.

Dari *estimasi* waktu pengiriman JNE Cargo memakan banyak waktu yaitu 3-14 hari pengiriman dikarenakan beban yang di bawah lebih berat dan menggunakan truk. Dan dari segi pengemasan sendiri paket di kemas serapi mungkin agar barang tidak lecet atau rusak selama dalam perjalanan bahkan ditambah kardus atau *bubble wrap*.  
(protect.cermati.com)

JNE Cargo memberikan jaminan asuransi dan jaminan keamanan kepada pelanggan apabila barang mengalami kerusakan atau lecet selama dalam perjalanan, jaminan ini di berikan agar pelanggan tidak khawatir atau yakin barang yang ingin dikirimkan sampai pada tujuan dan percaya menggunakan layan JNE Cargo. JNE Cargo tidak sembarangan melakukan pengiriman barang yang tidak jelas semisalnya seseorang mengirimkan sepeda motor maka harus di sertai surat surat sepeda motor tersebut jika tidak ada maka pengiriman barang akan di batalkan begitu juga dengan barang-barang lainnya yang ingin dikirim melalui layanan JNE Cargo maka, harus jelas surat surat barang tersebut.

Di Kota Sibolga layanan JNE Cargo ini sangat di butuhkan dalam pengiriman barang-barang di karenakan, Kota Sibolga adalah lintas penghubung antara daerah-daerah kecil ke ibu Kota Sumatra Utara yaitu Kota Medan. Kota Sibolga adalah kota terkecil di Indonesia yang memiliki penduduk berjumlah 90.366 jiwa berdasarkan Badan Pusat Statistika Sibolga tahun 2023 di mana mayoritas masyarakat bekerja sebagai nelayan. Kota Sibolga terkenal sebagai kota ikan, ini merupakan mata pencarian masyarakat Sibolga karena sumber daya laut nya yang melimpah. Ikan di tangkap kemudian di olah dan dikirim ke luar kota setiap harinya akan ada pengiriman



ikan ke berbagai daerah. Jumlah tingkat tertinggi pendapatan ikan perton dalam 10 tahun terakhir dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 1.2**  
**Hasil Tangkapan persatuan Ton di Kota Sibolga Tahun 2010-2019**

No.	Tahun	Ton	Jumlah Produksi
1	2010	19.011	19000
2	2011	19.346	20000
3	2012	20.043	21000
4	2013	22.752	23000
5	2014	23.748	24000
6	2015	22.634	23000
7	2016	23.026	23000
8	2017	26.932	27000
9	2018	28.044	28000
10	2019	30.517	31000

Sumber: <http://images.app.goo.gl/ySA5wPBBw4DCLxyj7>

Salah satu wilayah di Pantai Barat Sumatera yang dijadikan tempat rantai perdagangan ikan adalah Kota Sibolga. Produksi hasil tangkapan di Sibolga tentunya didukung oleh sumberdaya ikan yang didaratkan di pelabuhan perikanan Nusantara Sibolga. Berdasarkan data Pelabuhan Nusantara Sibolga dari tahun 2010 hingga 2019, jumlah produksi hasil tangkapan tertinggi pada tahun 2019 mencapai 30.517 ton di peroleh dari alat tangkap pukat cincin, bagan perahu, jaring insan, bubu dan pancing. Dari banyaknya sumber ikan yang di dapat kemudian di olah dan dikirim ke berbagai wilayah di indonesia bahkan hingga luar negeri. Inilah salah satu faktor pendukung jasa bisnis ekspedisi pengiriman barang terus beroperasi setiap hari nya. Badan Pusat Statistika Kota Sibolga (2019).

Selain berfokus dalam pengiriman paket JNE juga menjadi agen pengiriman barang-barang yang menuju ke kepulauan nias yaitu pengiriman barang melalui jalur laut ataupun pengiriman melalui udara barang-barang yang menuju ke kepulauan nias harus transit terlebih dahulu di Kota Sibolga dan ini salah satu faktor penunjang keberhasilan perusahaan ekspedisi di Kota Sibolga. Di Kota Sibolga terdapat dua pelabuhan yaitu, pelabuhan lama dan pelabuhan baru dan terdapat dua bandara yang berdekatan di daerah Sibolga yaitu, Bandara Dr Ferdinan Lumban Tobing dan Bandara Internasional Sisingamangaraja XII jadi jika membuka bisnis ekspedisi pengiriman barang maka akan berpeluang besar karena Kota Sibolga adalah Kota yang strategis dalam penyaluran barang-barang.

JNE Cargo merupakan layanan pengiriman yang banyak di percayai masyarakat Sibolga untuk mengirimkan Ikan hasil olahan. Terbukti hasil *survei* awal peneliti mendapatkan data dimana setiap harinya JNE Cargo melakukan pengiriman dari 500 kg hingga mencapai 5 ton , dan pengiriman pada bulan januari 2024 mencapai 66.300 ton. Perusahaan JNE berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Upaya untuk memberikan kepuasan tersebut yaitu meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan. Adzania (2015)

Jika konsumen merasakan kepuasan atas kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan JNE maka konsumen akan sadar terhadap merek yang sedang digunakan. Miati (2020) Mengungkapkan bahwa merek memiliki image dan memudahkan untuk deskripsi *image*, konsumen melakukan asosiasi merek. Asosiasi merek merupakan sesuatu yang berkaitan dengan ingatan konsumen terhadap

suatu merek, asosiasi ini bukan hanya sekedar ada tetapi memiliki sebuah kekuatan. Peneliti Siska Dewi Racmawati (2020), membuktikan bahwa kesadaran merek dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau pelayanan di pengaruhi oleh harga. Gaya tarik produk atau jasa tidak dapat di lepaskan dari harga seperti uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya perilaku, dan penetapan harga. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya Kotler (2014). Peneliti Bayu (2021) yang membuktikan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Jasa Ekspedisi Krian.

Mengingat hadirnya ketidak pastian dalam perusahaan JNE tentang terjadinya segala resiko, maka perusahaan harus berusaha menetapkan langkah-langkah antisipasi sebagai langkah menghadapi segala resiko guna mengurangi atau mentiadakan masalah yang dapat menimbulkan kerugian dari terjadinya resiko, menurut (Addara, 2020) resiko adalah peluang yang menjadi sebab munculnya penyimpangan atau suatu yang tidak diinginkan timbul dan terjadi karena menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Peneliti Bangkit (2020) menyatakan bahwa hasil penelitian kualitas pelayanan dan persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNT *Express* Samarinda. Dimana hasil penelitian didukung dengan teori Rompis (2016) kepuasan merupakan hasil dari adanya

perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kualitas yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.

Berdasarkan komentar masyarakat Sibolga di Internet tentang kepuasan konsumen JNE Cargo Cabang Kota Sibolga. Lolita Hutagalung, mengeluh atas pakatnya yang tak kunjung datang karena sudah lebih 10 hari dalam pengiriman dan mengancam akan melapaorkan ke pihak kepolisian. Jumeidi Hutagalung, berkomentar sangat-sangat tidak profesional lebih baik menggunakan jasa ekspedisi lain. Dan Evellin Simarmata, jika ingin mengirim barang besar tolong jangan dipersulit dan dilempar-lempar kekurir lain. Berdasarkan komentar ini yang telah dikemukakan maka penulis merasa penting untuk meneliti dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MEREK HARGA DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI JNE CARGO CABANG KOTA SIBOLGA”** .

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga?
2. Apakah merek dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga?
3. Apakah harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga?
4. Apakah resiko dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga?
5. Apakah kualitas pelayanan, merek, harga, dan resiko berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo Cabang Kota Sibolga?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga.
2. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga.
3. Untuk mengetahui pengaruh mana harga terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga.
4. Untuk mengetahui pengaruh resiko terhadap keputusan menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga.

5. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas pelayanan, merek, harga, dan resiko terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo Cabang Kota Sibolga.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis bagi perusahaan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga peneliti ini dapat membantu untuk mengetahui lebih lanjut seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, merek, harga dan resiko terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cargo cabang Kota Sibolga dan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan kedepannya untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Manfaat praktis bagi sipenulis, penelitian ini berguna untuk mengembangkan dan menambah wawasan serta pengalaman pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan khususnya Ilmu Manajemen Konsentrasi Pemasaran.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai bahan acuan dalam melakukan atau melanjutkan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.