

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini bisnis jasa pengiriman barang dalam negeri berkembang cukup pesat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan baru dalam beberapa tahun belakangan yang bergerak dalam bidang industri yang sama yaitu industri jasa pengiriman. Peningkatan tersebut sedikit banyak terjadi atas aktifitas pengiriman logistik seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan juga pesatnya perkembangan bisnis e-commerce yang sangat berkaitan dengan industri jasa pengiriman. Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antar penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat adalah dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru, munculnya hal tersebut karena perkembangan teknologi e-commerce, sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman dan kebijakan harga karena dua hal tersebut menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang dan perusahaan juga harus lebih kompetitif dalam memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik.

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan, **Wyckof dalam buku Algifari (2016:2)** mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE Express) adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang yang memanfaatkan teknologi e-commerce yaitu pelayanan via website,

hotline dan app. Selain itu pengiriman dapat dilakukan oleh pelanggan langsung ke kantor JNE Express terdekat. Perusahaan jasa ekspedisi ini memiliki cabang di seluruh Indonesia salah satunya di cabang utama di kabupaten pesisir selatan painan. JNE Express khusus wilayah pesisir selatan painan melayani kurang lebih dari 300 pengiriman barang setiap harinya (sumber JNE Express), adapun estimasi waktu pengiriman dalam satu provinsi adalah 1 hari, sedangkan estimasi waktu pengiriman luar provinsi adalah 2-3 hari (estimasi). Berikut adalah sebuah data untuk menggambarkan pangsa pasar index jasa kurir di Indonesia pada tahun 2015 – 2016 dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Jasa Kurir Express Di Indonesia

Perusahaan	Pangsa Pasar 2021	Pangsa Pasar 2022
JNE Express	33,8%	31,6%
J&T Express	31,2%	30,7%
TIKI Express	5,1%	5,1%
Lainnya	40%	43%

Tabel 1.1 Menunjukkan persaingan antar produsen jasa kurir pada tahun 2021- 2022. Diantara produsen jasa kurir yang ada, JNE Express menguasai pangsa pasar untuk jasa tersebut. Pangsa pasar JNE Express mengalami peningkatan pada tahun 2021.

Persaingan yang dihasilkan membuat perusahaan atau instansi memiliki kepentingannya sendiri, mampu menyediakan produk atau jasa yang disukai pelanggan, membuat pelanggan puas dengan hasil yang diharapkan dan pelayanan yang ditawarkan oleh instansi tersebut disukai. Jika citra perusahaan buruk maka

pelanggan tidak akan menyukai produk atau jasa yang ditawarkan oleh agen, dan sebaliknya jika citra perusahaan baik dan dipadukan dengan kualitas pelayanan maka pelanggan cenderung akan mempertahankan kepercayaan dan loyalitas (**Idris dan Mohammad, 2017**).

Menurut (**Erina dan Yuliaefni, 2016**) mengatakan salah satu cara yang digunakan dalam mencari kepercayaan dari pelanggan adalah butuhny suatu pendekatan ikatan hubungan antara instansi dan pelanggan. Pendekatan ikatan hubungan ini ialah dengan menggunakan metode customer bonding. Dalam hal ini keduanya sama-sama saling menguntungkan dalam hal hubungan bisnis. Customer bonding dapat di definisikan sebagai proses pengembangan hubungan antara perusahaan dengan customer dimana perusahaan berusaha untuk mempertahankan hubungan yang telah terjalin baik dan saling menguntungkan kedua belah pihak antara pembeli dan penjual. Ketika customer diberikan sebuah layanan yang terbaik tentunya customer merasa puas akan hasil kinerja sebuah instansi, maka dari itu kemungkinan akan menjadikan mereka customer yang loyal, maka dari itu customer bonding sangat berpengaruh dalam pelayanan JNE untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Alasan peneliti ingin melakukan penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mencari tahu penerapan strategi customer bonding di JNE Agen Cabang Painan Sumatera Barat. Selain itu letaknya yang kurang strategis membuat masyarakat kurang mengetahui keberadaannya sehingga pengaruh pada JNE ini belum menghasilkan loyalitas yang optimal. Dari latar belakang yang sudah dijelaskan penulis melakukan penyebaran kuisisioner awal sebanyak 20 responden secara langsung, yang mana target respondennya yaitu seseorang yang melakukan pengiriman berkali-kali di JNE Cabang painan dan

bukan penjual dari marketplace atau toko online. JNE Cabang Painan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar customer bonding terhadap loyalitas pelanggan pada saat ini :

Tabel 1.2 Survey Awal Variabel (X) Customer Bonding

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Awareness Bonding			
1	Apakah karyawan JNE Cabang Painan peduli dan membantu anda dalam pelayanannya ?	14 70%	6 30%
Identifying Bonding			
2.	Apakah anda tertarik untuk mengirimkan paket anda di JNE Cabang Painan?	18 90%	2 10%
Relationship Bonding			
3.	Apakah anda akan selalu menggunakan jasa JNE Cabang Painan untuk pengiriman paket anda?	14 70%	6 30%
Community Bonding			
4..	Apakah anda merasa nyaman saat berinteraksi dengan karyawan JNE Cabang painan atau pelanggan lain?	5 25%	15 75%
Advocay Bonding			
5	Apakah anda dengan suka rela mempromosikan JNE Cabang painan kepada orang lain?	11 55%	9 45%

Sumber data yang telah diolah oleh peneliti 2023

Dilihat dari hasil survey diatas terdapat jawaban sebanyak 75% dari 20 responden bahwa customer tidak begitu tertarik dalam berinteraksi dengan dengan pelanggan lain karena customer merasa canggung dalam berinteraksi dengan pelanggan lain dikarenakan mereka beralasan bahwa tidak mengenal satu sama lain

dan merasa tidak terlalu menganggap bahwa berinteraksi dengan pelanggan lain itu penting.

Tabel 1.3 Survey Awal Variabel (Y) Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Pembelian ulang			
1.	Apakah anda akan datang kembali untuk mengirimkan paket di JNE Cabang Painan?	16 80%	4 20%
Kebiasaan mengkonsumsi produk			
2.	Apakah anda terbiasa mengirimkan menggunakan jasa JNE Cabang Painan dalam mengirimkan produk	15 75%	5 25%
Rasa suka yang besar pada produk atau suatu jasa.			
3	Apakah anda senang menggunakan jasa JNE Cabang Painan ?	18 90%	2 10%
Ketetapan pada produk atau jasa.			
4	Apakah anda akan tetap menggunakan Jasa JNE Cabang Painan?	18 90%	2 10%
Keyakinan bahwa produk tertentu produk yang terbaik.			
5	Apakah anda yakin bahwa JNE Cabang Painan yang terbaik dengan ekspedisi lainnya?	16 80%	4 20%
Perekomendasi produk atau jasa kepada orang lain.			
6.	Apakah anda akan merekomendasikan JNE Cabang Painan kepada kerabat atau orang lain?	6 30%	14 70%

Dilihat dari hasil survey diatas terdapat jawaban sebanyak 70% dari 20 responden bahwa customer kesulitan dalam memutuskan untuk merekomendasikan JNE Cabang Painan kepada orang lain dikarenakan faktor penyebaran informasi

yang sulit karena wilayah agen jne cabang painan terletak dipelosok sehingga customer merasa sulit dalam merekomendasikan JNE Cabang Painan. Berdasarkan uraian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa diperlukan analisis lebih dalam mengenai customer bonding terhadap loyalitas pelanggan, maka dalam rangka kegiatan penelitian ini, penulis mengambil judul : **“PENGARUH CUSTOMER BONDING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JNE CABANG PAINAN SUMATERA BARAT”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Melihat latar belakang yang telah dibahas diatas dan fenomena yang telah diteliti, bahwa permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pelanggan JNE Cabang Painan Sumatra barat yaitu sebagai berikut:

1. Kurang terjalinnya hubungan interaksi yang kuat antara karyawan dengan pelanggan dan pelanggan dengan pelanggan.
2. Konsumen kesulitan dalam merekomendasikan JNE Cabang Painan kepada orang lain.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, adapun rumusan masalah yang harus diteliti di JNE Cabang Painan Sumatra Barat sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Customer Bonding di JNE Cabang Painan?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai loyalitas di JNE Cabang Painan?

3. Seberapa besar pengaruh Customer Bonding terhadap loyalitas di JNE Cabang Painan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sebuah bahan dan data-data yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Pengaruh Customer Bonding terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Cabang Painan Sumatra Barat yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun laporan penelitian tugas akhir, dengan adanya perolehan data informasi dari penelitian ini di harapkan dapat memperoleh manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Dalam rumusan masalah diatas yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Customer Bonding di JNE Cabang Painan
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai loyalitas di JNE Cabang Painan?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Customer Bonding terhadap loyalitas di JNE Cabang Painan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh data-data informasi, serta mengetahui seberapa besar Pengaruh Costumer Bonding terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Cabang Painan Sumatra Barat.

1. Bagi penulis

Menambah pengetahuan penulis tentang objek yang diteliti baik secara teoritis maupun secara aplikasi.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan Informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai strategi bersaing. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi akademis yaitu, Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya guna menambah perkembangan ilmu pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di JNE Cabang Painan, Kab. Pesisir Selatan, Sumatera Barat : Jl. Bundo Kanduang No.106, Ps. Baru, Bayang, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat 25652 Telp: (0756) 441587

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan mulai dari bulan oktober 2022 sampai bulan desember 2022 dengan jadwal penelitian penulis sebagai berikut:

Tabel 1.4
Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Survey Tempat Penelitian	■	■	■																									
2.	Melakukan Penelitian	■	■	■																									
3.	Mencari Data	■	■	■																									
4.	Membuat Proposal				■																								
5.	Penelitian Lapangan				■	■	■																						
6.	Bimbingan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
7.	Seminar																												
8.	Revisi																									■	■		
9.	Sidang																									■	■		

