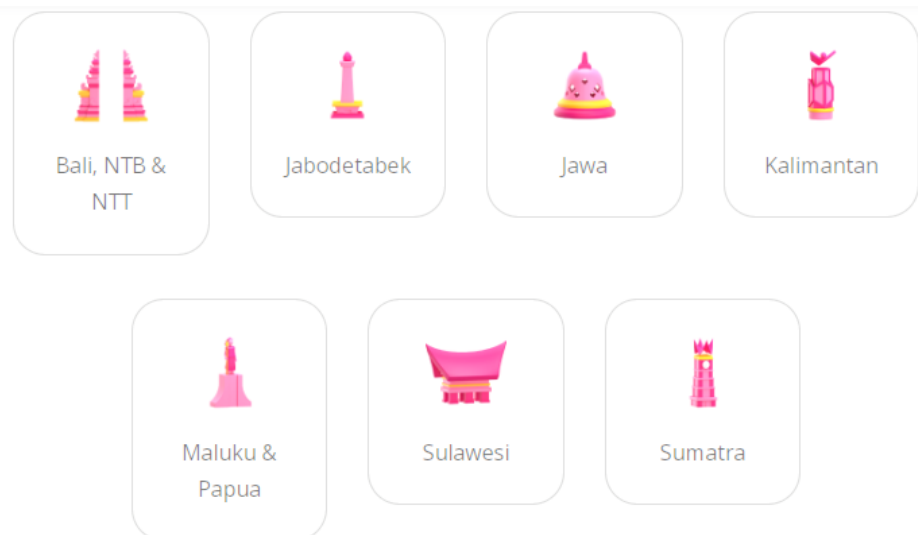


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Tri Adi Bersama yang memiliki bisnis dengan nama Anteraja adalah anak usaha Adi Sarana Armada yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada bulan Maret 2019 dimana fokusnya adalah menawarkan layanan jasa logistik yang dapat menjangkau seluruh daerah di Indonesia dengan dukungan ekosistem yang lengkap. Pada tahun 2020, Anteraja menargetkan volume pengiriman barang sebanyak 18-20 juta paket. Anteraja sudah tersebar di banyak kota-kota besar di Indonesia seperti yang terlihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Lokasi Pengiriman Anteraja

Sumber: www.anteraja.id (2020)

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Anteraja memiliki kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Kota-kota besar yang dijangkau oleh Anteraja adalah Bali, NTB & NTT, Jabodetabek, Jawa, Kalimantan, Maluku dan Papua, Sumatera. Dengan banyaknya kantor cabang di Indonesia, Anteraja menjadi salah satu jasa pengiriman yang dapat bersaing dengan jasa pengiriman yang lainnya.

Setiap jasa pengiriman pasti memiliki banyak jenis layanan. Hal tersebut guna untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen mereka dalam melakukan pengiriman barang. Untuk saat ini Anteraja memberikan berbagai macam jenis layanan untuk para penggunaannya, seperti yang terlihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Jenis Layanan Anteraja

Sumber: www.anteraja.id (2020)

Anteraja memiliki 4 jenis layanan, yang pertama yaitu pengiriman *Same Day* dimana paket akan diterima di hari yang sama dan paket akan sampai di tujuan dalam 8 jam. Kemudian ada pengiriman *Next Day* dimana paket akan sampai pada esok hari atau dalam 24 jam setelah dikirim. Ada juga pengiriman *Regular* dimana paket akan sampai setelah 3-5 hari setelah pengiriman. Anteraja juga menyediakan paket *Eco* dimana Anteraja memberikan jasa pengiriman dengan harga paling hemat tetapi jasa ini hanya tersedia di platform *e-commerce* Shopee.

Kantor cabang anteraja dapat melayani beberapa kebutuhan pelanggan seperti *order* layanan pengiriman, *drop* parcel, antar paket ke rumah penerima, *pick up* barang ke alamat pengiriman, dan juga untuk menerima keluhan pelanggan. Selain itu, kantor pusat Anteraja juga berfungsi untuk menyortir barang yang akan dikirimkan ke kantor cabang agar lebih efisien dalam hal pengiriman. Perusahaan anteraja menggunakan istilah Satria untuk kurir. Sedangkan untuk paket yang dikirimkan disebut dengan istilah Parcel. Untuk pengiriman dari satu cabang ke cabang lain, Anteraja menggunakan moda transportasi jalur udara dan darat (www.anteraja.id, 2020).

Dalam sebuah perusahaan diperlukan suatu logo/symbol yang dapat digunakan sebagai identitas dari perusahaan tersebut. Anteraja memiliki logo yang unik yaitu berbentuk tanda panah melingkar yang artinya bahwa Anteraja melakukan pengiriman

yang fleksibel ke seluruh Indonesia tanpa batas. Kemudian ditandai dengan warna magenta yang memiliki arti semangat, energi dan kekuatan untuk bertransformasi ke arah positif. Berikut adalah logo perusahaan Anteraja yang terlihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Logo Perusahaan

Sumber: www.masvian.com (2021)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan *e-commerce* sangat banyak sehingga bisnis dibidang logistik sangat memberikan peluang bagi pertumbuhan industri logistik, terutama pelaku jasa kurir dan layanan ekspedisi. Tahun ini diproyeksikan bisnis jasa pengiriman akan terus meningkat. Meskipun bervariasi, namun peningkatan tersebut mencakup semua segmen, yakni *business to customer* (B2C) dan *customer to customer* (C2C), serta *business to business* (B2B) (Putra, 2022).

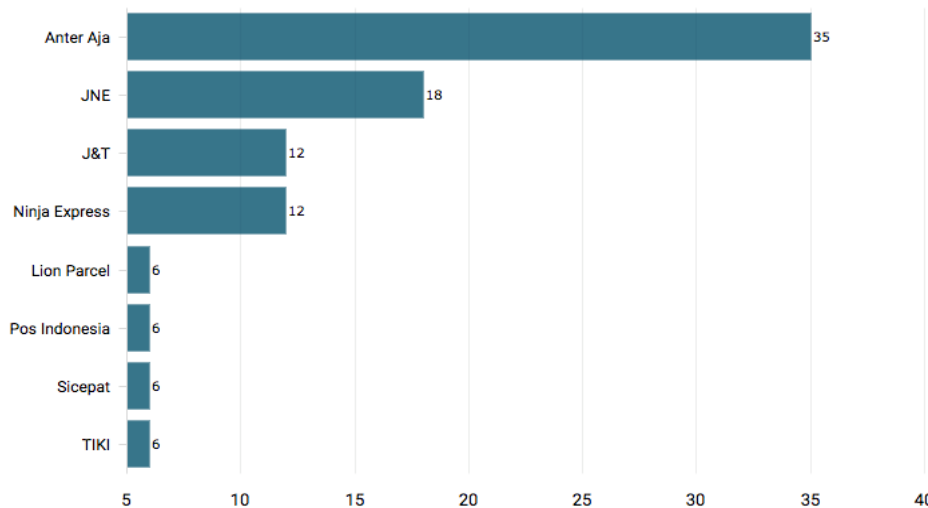
Maraknya transaksi di *e-commerce* dari tahun ke tahun, juga ikut mendorong tumbuhnya peluang bisnis pada sektor logistik. Jasa logistik adalah kunci pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Oleh karena itu, peran logistik sangat penting dimana tren yang positif ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis pada sektor logistik di Indonesia. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba memanfaatkan peluang bisnis ini. Contohnya, perusahaan penyedia jasa transportasi ikut memanfaatkan sektor logistik bahkan beberapa *startup e-commerce* juga mulai membangun logistiknya sendiri.



Gambar 1.4 Jasa Pengiriman Paket di Indonesia

Sumber: www.kapaldanlogistik.com (2022)

Di Indonesia sendiri terdapat banyak perusahaan logistik seperti J&T, JNE, SiCepat, Ninja Express, TIKI, Lion Parcel dan Anteraja. Dari sekian banyak perusahaan logistik yang terlihat pada gambar 1.4, peneliti memutuskan untuk memilih Anteraja sebagai objek penelitian karena Anteraja mendapatkan kritikan dan keluhan terbanyak dibandingkan jasa logistik lainnya seperti yang terlihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.5 Jumlah Aduan dari Perusahaan Jasa Ekspedisi Tahun 2021

Sumber : www.databoks.katadata.co.id (2022)

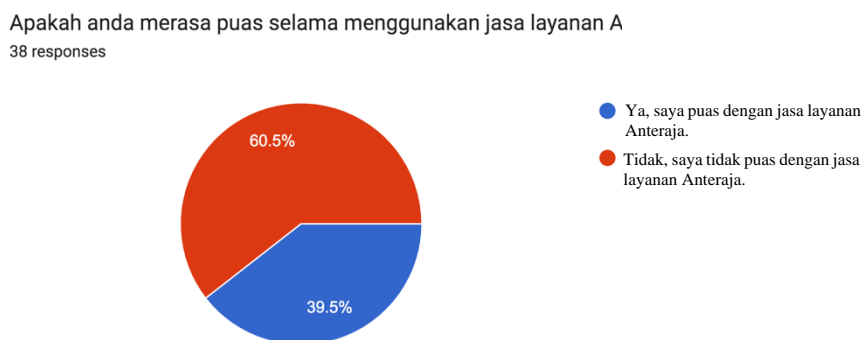
Gambar 1.5 diatas menjelaskan laporan dari pihak Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bahwa sebanyak 3,2% dari total 535 aduan selama 2021 merupakan keluhan soal perusahaan jasa ekspedisi atau pengantar paket dimana Anteraja mendapatkan aduan sebanyak 35% dari total aduan terhadap perusahaan jasa logistik (www.databoks.katadata.co.id, 2022).

Kantor cabang yang dimiliki Anteraja di Indonesia sebanyak 1.726 kantor cabang dan sebagian besar tersebar di pulau Jawa yaitu sejumlah 843 kantor cabang. Di pulau Jawa sendiri yang terbanyak ada di provinsi Jawa Barat terutama di Bandung, yang memiliki cabang terbanyak yaitu sejumlah 96 cabang. Dengan banyaknya keluhan dari konsumen itu dapat menurunkan kepuasan konsumen akan layanan dari jasa tersebut. Tidak hanya itu, tetapi juga bisa membuat konsumen beralih ke perusahaan logistik lainnya dan dampaknya beberapa cabang terancam akan tutup. Persaingan jasa logistik di Bandung sendiri cukup ketat yang masing-masing memberikan pelayanan terbaiknya. Hal tersebut menuntut AnterAja agar sungguh-

sungguh dalam memberikan kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terutama di Bandung. Hal ini dapat dilakukan dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan juga kecepatan dalam pengiriman paket kepada konsumen. Dengan ditingkatkannya hal tersebut itu akan membuat kesan positif bagi konsumen dan juga menjadikan lingkungan yang baik bagi konsumen maupun pesaingnya.

Menurut Tjiptono (2015) dalam Ramadhini (2022) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Menghadapi persaingan seperti ini Anteraja harus dapat mempersiapkan cara agar konsumen terus menggunakan jasa logistik Anteraja dengan bertujuan untuk mencapai keberhasilan dalam mencapai target pengiriman per tahunnya atau untuk mendapatkan kepuasan dari para konsumen

Untuk memperkuat fenomena pada penelitian ini, penulis melampirkan hasil pra-survei dari 38 pengguna jasa layanan Anteraja di Bandung.



Gambar 1.6 Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen Anteraja di Bandung

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

Gambar 1.6 dapat menjelaskan gambaran atau kondisi dari kepuasan pelanggan Anteraja di Bandung. Hasilnya sebanyak 15 responden atau sebesar 38,5% merasa puas dengan layanan yang diberikan Anteraja. Sedangkan sebanyak 23 responden atau 60,5% tidak puas dengan jasa layanan Anteraja. Ketidakpuasan responden terhadap Anteraja dikarenakan adanya beberapa keluhan yang terlihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Keluhan Atas Ketidakpuasan Konsumen Anteraja di Bandung

| No | Keluhan | Jumlah Konsumen |
|----|------------------------------------------------|-----------------|
| 1 | Barang hilang | 1 Orang |
| 2 | Barang rusak | 4 Orang |
| 3 | Pengiriman terlambat | 9 Orang |
| 4 | Lokasi <i>drop-off</i> sulit ditemukan | 1 Orang |
| 5 | Kurir tidak ramah | 9 Orang |
| 6 | Kurir salah mengirimkan paket ke alamat tujuan | 3 Orang |
| 7 | <i>Customer Service</i> tidak ada respon | 1 Orang |

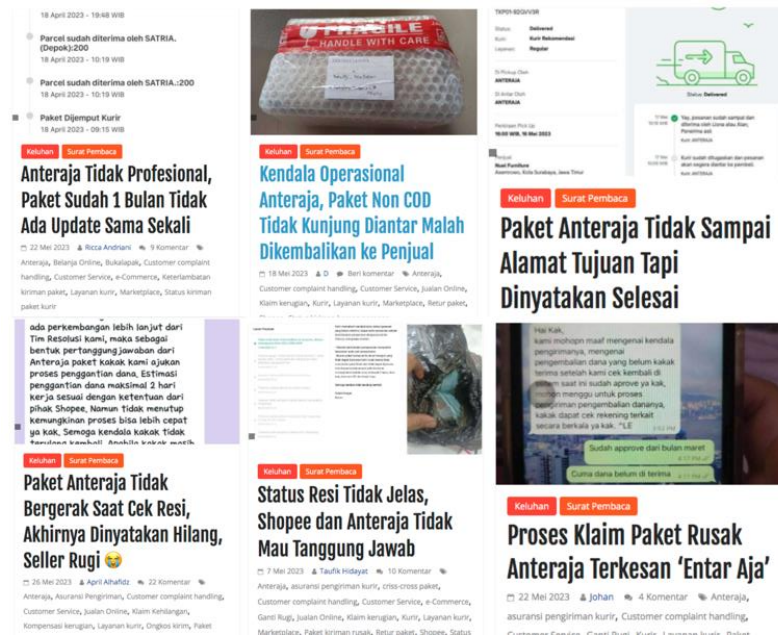
Sumber: Olahan Peneliti (2023)

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa beberapa konsumen Anteraja mengeluhkan hal yang relatif sama yaitu mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen belum maksimal terlihat dari keluhan paket yang tidak kunjung datang ataupun paket yang hilang. Beberapa konsumen juga mengeluhkan mengenai kurir yang kurang hati-hati dalam membawa paket maupun *customer service* yang kurang responsif dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumen Anteraja.

Memberikan layanan yang tepat dan juga unggul sangat penting dalam mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri jasa. Kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa terutama dalam bidang logistik yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler 2019:25). Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila ingin mencapai kesuksesan.

Beberapa cara menjaga nama baik perusahaan adalah dengan melakukan pelayanan yang sesuai dengan janji yang diberikan, seperti menjaga barang yang dikirim agar aman sampai tujuan, dan bersedia menjawab dan menanggapi keluhan konsumen. Jika pelayanan yang diberikan kurang baik maka konsumen pun akan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Ketidakpuasan konsumen akan

menghasilkan keluhan yang disampaikan kepada perusahaan melalui berbagai media. Salah satunya adalah website mediakonsumen.com. Pada website ini konsumen dapat menyampaikan pendapat mengenai produk atau jasa yang dikonsumsinya, baik berupa pertanyaan apresiasi ataupun keluhan. Berikut ini adalah beberapa masalah yang dikeluhkan konsumen dalam website tersebut.



Gambar 1.7 Keluhan Konsumen Anteraja pada Media Sosial

Sumber: mediakonsumen.com (2021)

Berdasarkan gambar 1.7 beberapa keluhan konsumen disebabkan oleh barang yang hilang atau rusak tanpa adanya konfirmasi atau pemberitahuan dari pihak ekspedisi. Hal ini terjadi karena respon dari *customer service* yang kurang baik dan cenderung tidak memberikan solusi. Selain itu konsumen juga mengeluhkan bahwa Anteraja lama dalam pengantaran bahkan sampai paket tidak kunjung diterima. Selain beberapa keluhan yang telah diterbitkan, dan mulai ditanggapi oleh pihak ekspedisi maupun marketplace, ternyata masih ada kasus serupa yang tidak disampaikan dan tidak sempat ditangani. Hal ini terlihat dari beberapa orang yang juga membagikan pengalamannya pada kolom komentar di setiap postingan keluhan di atas. Salah satunya adalah konsumen yang bernama Zhoe yang berkomentar bahwa dirinya kecewa karena kurir Anteraja sulit menemukan alamat rumahnya dan juga pernah mengalami paket yang hilang tanpa adanya tanggung jawab dari pihak Anteraja.

Memberikan kualitas layanan yang unggul sangat penting dalam mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri jasa pengiriman (Tjiptono, 2019). Selain kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman juga menjadi hal yang sangat krusional. Ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Henriette Bjerreskov Dinitzen (2010) dalam Ignatius (2021) ketepatan pengiriman dari titik dimana pelanggan memesan produk sampai ke titik dimana produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Layanan pengiriman Anteraja memberikan layanan pengiriman barang dengan perkiraan waktu selama dua hingga empat hari, durasi tersebut tergantung dengan jarak pengiriman yang ditempuh (www.tokopedia.com, 2021).

Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis yang bergerak di bidang yang sama, sangat besar kemungkinan bagi konsumen untuk beralih atau memilih untuk meninggalkan perusahaan dan menggunakan jasa perusahaan lain. Oleh karena itu perusahaan harus beradaptasi dan meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu daya saing yang harus dijaga dan terus diperbaharui oleh perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman. Menurut Zeithaml, Bitner & Gremler, (2018) kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman merupakan elemen penting bagi perusahaan jasa dalam evaluasi pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan pada hasil teknis yang diberikan, proses bagaimana hasil itu disampaikan dan kualitas lingkungan fisik tempat layanan diberikan. Oleh sebab itu faktor kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan jasa untuk mendapatkan kepuasan konsumen khususnya pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung.

Kemudian menurut Hawkins (2018) evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang tidak memuaskan dapat menimbulkan kurangnya kepercayaan konsumen dan keluhan dari pelanggan tersebut, dan tanggapan yang tepat dari perusahaan dapat membalikkan ketidakpuasan awal konsumen terhadap jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Dengan begitu dapat tercapai kepuasan yang menghasilkan pelanggan yang setia dan berkomitmen dan bersedia melakukan pembelian berulang atau pelanggan yang beralih merek atau berhenti menggunakan suatu layanan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Saefur Rohman dan Fino Wahyudi Abdul pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express” dan oleh penelitian Yogi Priambodo, Resista Vikalina, dan I Nyoman Purnaya pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Jasa Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Semoga Sukses Logistik”. Hasilnya adalah faktor kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan fenomena dan data yang sudah di paparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan AnterAja di Bandung”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis menguraikan rumusan masalah, diantaranya :

- a. Bagaimana kualitas pelayanan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung?
- b. Bagaimana ketepatan pengiriman pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung?
- c. Bagaimana kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung secara parsial?
- e. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang serta perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini, yakni :

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung.
- b. Untuk mengetahui ketepatan pengiriman pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung.

- c. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung secara parsial.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis besaran pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman AnterAja di Bandung secara simultan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Aspek teoritis hasil dari penelitian diharapkan bisa menambah wawasan di bidang jasa pengiriman. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan serta menambah wawasan terkait kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman dan kepuasan pelanggan dalam bidang jasa pengiriman. Dan penulis berharap, penelitian ini juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Aspek Praktis hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai wawasan bagi masyarakat guna mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman dalam bidang jasa pengiriman. Penulis juga berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi perusahaan guna sebagai bahan pertimbangan atau bahan acuan dalam mengembangkan, menjaga kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman yang ada dalam perusahaan untuk mencapai sebuah kepuasan pelanggan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian yang sudah dilaksanakan untuk kejelasan dalam penulisan hasil penelitian. Berikut sistematika penulisan yang dimanfaatkan :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan terkait gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjabarkan terkait teori-teori yang berkorelasi dengan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka penelitian sebagai sarana pendukung dalam penelitian yang dilaksanakan, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menguraikan jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknis analisis data yang dimanfaatkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas analisis data-data dilaksanakan oleh penulis. Pada bab ini terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan penelitian yang disertai dengan saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak yang berkorelasi lainnya.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Februari sampai bulan Agustus tahun 2023.