

BAB 1

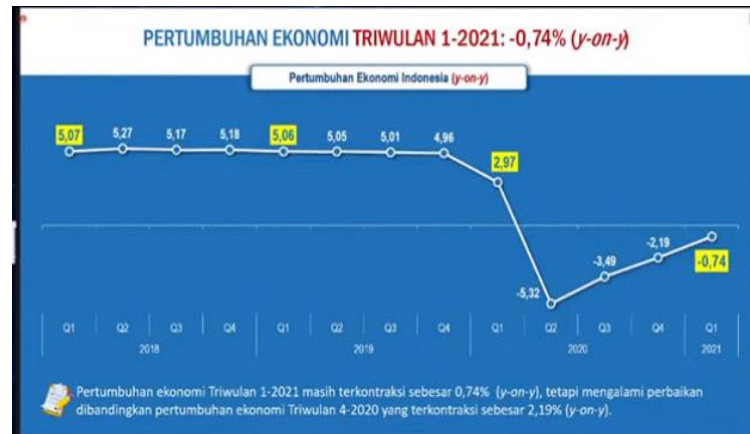
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agar dapat bertahan didalam persaingan yang semakin ketat dan kompetitif, perusahaan perlu senantiasa melakukan perbaikan dan inovasi dalam usaha. Berdasarkan *Industrial Development Report 2020* menjelaskan bahwa industri di Indonesia mengalami kenaikan ke peringkat 39 hal ini dikarenakan meningkatnya kualitas dan produktivitas SDM industri, serta memperbaiki standar kualitas dari Industri Kecil Menengah (IKM) (Pressrelease, 2020). Berdasarkan hal tersebut menjelaskan bahwa semua aktivitas di dalam industri dan bisnis bergerak dengan cepat yang mendorong proses didalam perusahaan harus lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan dapat bersaing di dalam ekonomi global pada saat ini.

Dalam sektor industri dan bisnis tidak lepas dengan adanya peranan manajemen logistik, yang melakukan pengiriman barang dari dalam domestik sampai ke luar negeri atau internasional (Midtrans, 2020). Secara umum logistik merupakan pengiriman barang atau material dalam jumlah dan waktu tertentu untuk sampai di lokasi yang dituju, logistik yang dapat dikelola dengan baik secara kuantitas, kualitas, waktu dan biaya menjadikan aset yang utama untuk organisasi, sebagai pendapatan utama dan mendorong kegiatan ekonomi.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2021



Sumber : Tempo (2021)

Berdasarkan gambar 1.1 , menjelaskan grafik ekonomi Indonesia bergerak naik dan turun terhitung dari tahun 2018 sampai dengan 2021, pada tahun 2020 Kuartal 1 ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang drastis dikarenakan terimbas oleh masalah covid-19 yang memaksakan semua kegiatan harus diberhentikan sehingga ekonomi pun berhenti dan terjun sampai dengan minus, namun pada tahun 2020 Kuartal 3 ekonomi Indonesia mulai bangkit dengan melakukan adaptasi, dalam memulihkan ekonomi di Indonesia pemerintah menyiapkan berbagai macam strategi seperti mendorong masyarakat untuk menggunakan barang buatan dalam negeri dengan memberikan potongan harga yang bekerja sama dengan platform *e-commerce* (Tempo, 2021).

Didalam logistik terdapat manajemen yang bertujuan untuk mengatur aktivitas logistik agar berjalan sesuai dengan perencanaan. Manajemen logistik merupakan rantai pasokan atau aliran barang yang disesuaikan dengan permintaan

konsumen dengan beberapa tahapan diantaranya adalah perencanaan, pelaksanaan, pengendalian aliran barang yang dikelola dengan sistem manajemen dari perusahaan. Industri logistik mengalami peningkatan setiap tahunnya baik di dunia dan Indonesia. Industri logistik dipengaruhi dari aktivitas ekspor dan impor dari produk industri, dan Bisnis, seperti contohnya yang sangat dekat dengan kehidupan kita yaitu kegiatan jual beli barang.

Gambar1.2 Logistiks Index Asia 2021



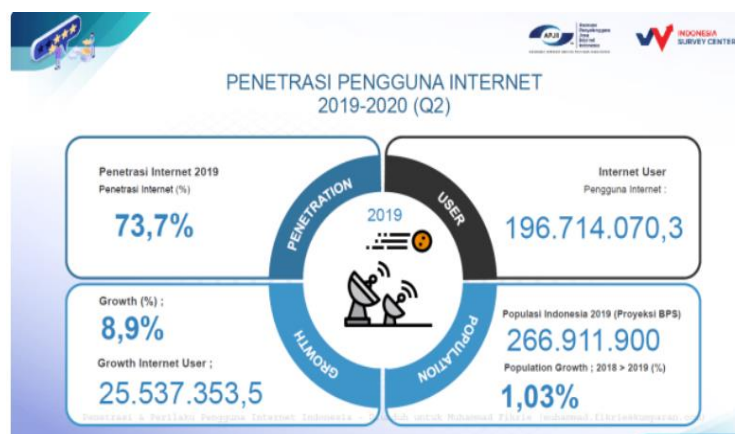
Sumber : AntaraNews (2021)

Logistik industri di Indonesia menempati peringkat ke-3 pada tahun 2021, hal ini dikarenakan pada saat pandemi covid melanda, Indonesia terus membenahi pertumbuhan infrastruktur dan kapabilitas rantai pasokan sehingga memberikan keunggulan di industri logistik domestik dan internasional (AntaraNews, 2021)

Faktor yang mempengaruhi peningkatan pada industri logistik yaitu didorong dengan meningkatnya perdagangan yang dimana pada saat ini perdagangan mengalami perubahan dari penjualan *off-line* beralih ke online yaitu

e-commerce, yang dapat diakses dari perangkat seluler, hal ini membuat transaksi yang konvensional menjadi transaksi elektronik atau digital, pada era saat ini masyarakat lebih cenderung memilih aktivitas-aktivitas yang bersifat praktis, mudah, efisien dan cepat, karena pada era digital seperti sekarang ini semua orang dapat memanfaatkan telepon genggam mereka untuk mempermudah aktivitas-aktivitas mereka seperti melakukan pembelian tanpa keluar rumah hanya menggunakan aplikasi dari *e-commerce*. Tingginya penggunaan internet di dunia sejalan dengan tingginya bisnis online baik di dunia dan Indonesia Dimana peningkatan pengguna internet di Indonesia dapat dilihat dibawah ini:

Gambar 1.4 Data Pengguna Internet



Sumber: ArahKata (2021)

Pada tahun 2019 sampai dengan 2020 komposisi pengguna internet meningkat dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang merubah semua aktivitas manual beralih ke internet (ArahKata, 2021), seiring dengan berjalannya waktu internet tidak hanya digunakan sebagai tempat hiburan saja seperti social media atau games, namun pada saat

ini sosial media atau internet dapat digunakan sebagai tempat untuk mendapatkan pendapatan untuk dimanfaatkan dalam bidang ekonomi, pada saat ini banyak pengguna internet yang memanfaatkan untuk menjual barang/produk kreatif dari anak bangsa pada aplikasi *e-commerce* untuk bertransaksi jual beli, perkembangan bisnis *e-commerce* sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam penjualan barang dan jasa secara online, hal ini dapat meningkatkan ekonomi dikarenakan *e-commerce* selain memberikan efek kepada masyarakat dalam membuka usaha dapat membantu terhadap industri sektor logistik baik di dunia maupun di Indonesia (Kumparan, 2020).

Gambar 1.5 Pertumbuhan E-Commerce di Indonesia



Sumber : Katadata (2019)

Perkembangan *e-commerce* sekarang ini semakin pesat setiap tahunnya dimana pada gambar diatas merupakan pertumbuhan *e-commerce* dari tahun 2014 sampai dengan 2021, hal ini dikarenakan masyarakat sudah menerapkan *e-commerce* sebagai gaya hidup. Dengan terjadinya pertumbuhan *e-commerce* perusahaan jasa logistik dapat mengambil peluang untuk memanfaatkannya dengan melakukan kerjasama dengan *e-commerce*

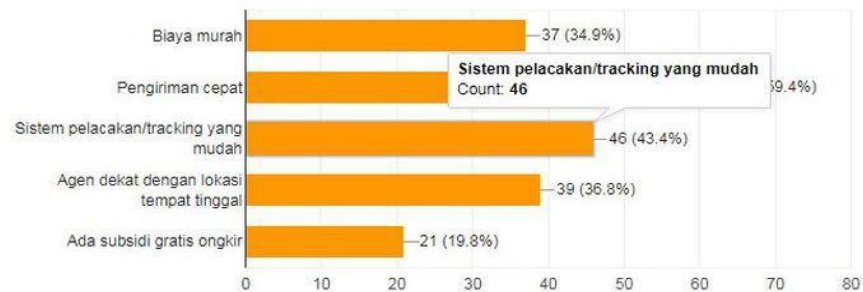
besar di Indonesia seperti Tokopedia, Lazada, Elevenia , Bukalapak dll (Kompasnesia, 2021). Dengan melakukan kerjasama akan menguntungkan kedua belah pihak untuk menyediakan jasa pengiriman dengan memastikan pengiriman barang yang dipesan oleh konsumen dapat dikirim tepat waktu, perusahaan layanan logistik harus dapat beradaptasi dengan menggunakan teknologi digital untuk dimasukkan kedalam sistem *e-commerce* untuk melakukan pengiriman barang yang dilihat dari aspek *Quality, Cost dan Time* (Yasmin, 2019).

Perkembangan *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap perusahaan logistik servis di Indonesia, hal ini seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan ekonomi yang berbasis elektronik, dengan meningkatnya hal tersebut di Indonesia merupakan potensi besar bagi perusahaan jasa pengiriman barang untuk berkerjasama, dimana perusahaan jasa pengiriman dan perusahaan *e-commerce* harus dapat berbagi informasi yang baik untuk mendapatkan tujuan bersama sesuai dengan *Quality, Cost, and Time*. Dengan meningkatnya *e-commerce* di Indonesia memberikan dampak positif terhadap industri logistik di Indonesia yang mengalami kenaikan, namun Banyaknya perusahaan di bidang *logistik service* di Indonesia mendorong persaingan yang kompetitif di dalamnya untuk saling berlomba memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen dan masing-masing perusahaan terus memperbaharui teknologi yang dipakai agar memberikan proses yang efektif dan efisien untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen. Dimana kepuasan konsumen didapatkan berdasarkan beberapa faktor seperti dibawah ini:

Gambar 1.6 Alasan memilih Jasa Kurir

Mengapa memilih jasa kurir tersebut? (Boleh pilih lebih dari 1)

106 responses



Sumber : Dignation.id (2018)

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penentu konsumen untuk memilih jasa kurir, pada faktor pertama bagaimana perusahaan dapat memberikan biaya yang murah pada saat pengiriman, yang kedua bagaimana perusahaan dapat memberikan kecepatan waktu pengiriman kepada konsumen mau itu B2C atau C2C, yang ketiga perusahaan dapat memberikan layanan untuk melacak barang yang dikirimkan menggunakan teknologi yang dipakai oleh perusahaan, yang keempat penyebaran agen terdekat untuk menjangkau konsumen yang tersebar sehingga jasa dari perusahaan dapat ditemukan dengan cepat, yang terakhir apakah perusahaan dapat memberikan promo atau gratis ongkir kepada konsumen untuk kondisi tertentu untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen dalam jangka panjang (Dignation.id, 2018).

Pelayanan atau Servis merupakan hal yang penting karena memiliki pengaruh kepada kepuasan dari konsumen, dan akan mempengaruhi *customer retention* yaitu bagaimana perusahaan akan terus mempertahankan konsumennya untuk menggunakan jasa logistiknya dan pada tingkat jumlah order barang yang akan semakin tinggi. Kualitas

pelayanan dilihat berdasarkan dua hal yaitu *Lead Time* dan *Handling* dari barang yang akan dikirimkan (Adrian, 2013), berdasarkan kedua hal tersebut sebuah perusahaan harus dapat menjamin dengan mengirimkan barang sesuai dengan *lead time* yang diberikan dan sampai dengan sempurna atau tidak cacat pada saat proses *handling* barang.

Persaingan perusahaan jasa kurir di Indonesia semakin ketat, karena *transaksi e-commerce* di Indonesia mencapai 8,6 miliar dollar Amerika atau setara dengan 124,7 triliun, dengan transaksi sebesar itu merupakan banyaknya jumlah paket yang harus dikirimkan setiap harinya kepada konsumen, perusahaan jasa kurir melihat itu sebagai kue besar yang diperebutkan dengan banyaknya perusahaan jasa pengiriman di Indonesia, terdapat 10 perusahaan besar di Indonesia yaitu JNE, J&T, Pos Indonesia, Tiki, Sicepat, Pahala Express, Wahana, Indah Logistik, Pandu Logistik dan First Logistik, dengan banyaknya perusahaan kurir di Indonesia masing-masing perusahaan memberikan servis yang terbaik kepada konsumen dengan saling berlomba memberikan tarif yang murah dan pengiriman yang cepat. dengan ketatnya persaingan di industri kurir servis perusahaan First Logistics masih berada di urutan yang ke-10. (Cekaja.com, 2021)

Pada penelitian ini penulis tertarik untuk membahas masalah yang terjadi di PT. Synergy First Logistics yang merupakan salah satu perusahaan ekspedisi di Indonesia berdiri sejak tahun 2007, perusahaan PT Synergy First Logistics termasuk kedalam 10 besar perusahaan logistik yang ada di Indonesia, First Logistics memiliki servis yang sama dengan kompetitor dan harga yang tidak terlalu jauh tetapi perusahaan ini masih kalah bersaing dengan kompetitornya, yang ternyata posisinya dapat disusul oleh pendatang baru yaitu J&T yang berhasil mengalahkan First Logistik,

Berdasarkan artikel dari Dimas yang menyatakan bahwa terdapat keluhan dari konsumen yang tidak puas dari pelayanan First Logistics dengan keterlambatan pengiriman dan ketidakjelasan informasi yang diberikan kepada konsumen, pada tanggal 13 Mei 2015 konsumen melakukan pembelian handphone di Lazada dan telah melakukan pembayaran namun sampai dengan tanggal 25 Mei 2015 handphone yang dipesan belum juga sampai dan ketika di kontak kepada pihak First logistik tidak memberikan hasil yang positif. Dan terdapat keluhan lainnya yang dibagikan oleh konsumen dalam kaskus blog dan artikel lainnya mengenai keterlambatan pengiriman dan informasi yang tidak jelas yang diberikan oleh First Logistik kepada konsumen, sehingga perusahaan tidak mendapatkan kepercayaan di mata konsumen (Dimas, 2015). Dalam mengatasi permasalahan tersebut peran dari manajer operasional sangatlah penting untuk mengatasi masalah terkait proses inbound atau pick up barang sampai dengan outbound atau deliveri barang, proses tersebut harus dilaksanakan dengan cara yang efisien dan efektif dalam mendukung proses lainnya.

Perusahaan harus terus melakukan inovasi untuk melakukan banyak perubahan dengan metode-metode yang baru, memperbaiki sistem pengiriman karena dengan bertambahnya terus jumlah barang yang akan dikirimkan perusahaan harus terus memperbaiki dan memperbaharui sistem yang digunakan dalam monitoring dan tracking. Menurut Ejdys dan Gulc (2020) dengan memberikan kemudahan (*Ease of Use*) dan kegunaan (*Usefulness*) dalam menggunakan layanan, konsumen akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan, karena dengan layanan sistem yang diberikan dapat dimengerti dengan mudah dan layanan dari perusahaan dapat membantu konsumen dalam

sehari-hari konsumen akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan untuk mengandalkan layanan dari perusahaan tersebut.

Dengan itu kehilangan kepercayaan (*Trust*) dari konsumen sangatlah merugikan perusahaan karena dapat menyebabkan kehilangan pelanggan, menurut Coutler (2003) untuk mendapatkan kepercayaan dengan kejujuran, integritas yang tinggi dan kerja keras yang tinggi. Dan juga menurut Ejdys dan Gulc(2020) faktor lainnya yang membuat konsumen percaya dengan memberikan layanan sistem yang mudah digunakan dan dipahami (*Ease of Use*).Namun teknologi yang diberikan oleh First Logistics masih belum dapat digunakan dengan mudah dan mengalami *error* pada saat proses *tracking* barang oleh konsumen, dimana informasi dari barang sudah sampai tapi barang masih belum diterima oleh konsumen, hal ini sering terjadi pada perusahaan First Logistics.

Kualitas yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan agar ekspektasi dari konsumen mengenai layanan dari perusahaan bisa sesuai dengan apa yang didapatkan (*Perceived Service Quality*), dalam memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan layanan perusahaan dapat memberikan fitur saran sebagai *feedback* untuk memahami kekurangan dari layanan dan meningkatkan kepuasan layanan dan kepercayaan konsumen untuk mendapatkan *Future Intention to Use* (Gummerus, 2004) agar konsumen akan terus menggunakan First Logistics sebagai jasa kurir servis dalam melakukan pengiriman barang

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka peneliti memiliki beberapa pertanyaan berdasarkan dengan uraian yang telah dibahas sebelumnya, yakni:

1. Apakah *Ease of Use of Courier Service* berpengaruh positif kepada *Trust in Courier Service* ?
2. Apakah *usefulness courier service* berpengaruh positif kepada *Trust in Courier Service* ?
3. Apakah *Trust in Courier Service* berpengaruh positif kepada *perceived service quality* ?
4. Apakah *perceived service quality* berpengaruh positif kepada *future intention* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan tertentu karena menariknya objek yang menjadi bahan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas di poin sebelumnya, hal-hal yang menjadi tujuan penulisan ini adalah:

1. Mengetahui apakah *Ease of Use of Courier Service* berpengaruh positif kepada *Trust in Courier Service* pada PT Synergy First Logistics
2. Mengetahui apakah *Usefulness Courier Service* berpengaruh positif kepada *Trust in Courier Service* pada PT Synergy First Logistics
3. Mengetahui apakah *Trust in Courier Service* berpengaruh positif kepada *Perceived Service Quality* pada PT Synergy First Logistics

4. Mengetahui apakah *Perceived Service Quality* berpengaruh positif kepada *Future Intention* pada PT Synergy First Logistics

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini mencakup hal yang sangat luas, karena permasalahan yang dialami merupakan permasalahan yang dialami oleh banyak industri logistik service. Oleh karena keterbatasan peneliti baik dalam hal waktu serta pengetahuan terhadap penelitian yang sangat luas ini maka peneliti membatasi penelitian ini, pembatasan ini juga dilakukan dengan tujuan agar peneliti kali ini dapat focus dan tidak keluar dari topik yang diangkat. Batasan untuk penelitian ini adalah :

1. Ruang lingkup penelitian pada PT. Synergy First Logistics
2. Responden adalah konsumen PT. Synergy First Logistics yang sudah pernah menggunakan jasa pengiriman barang dari PT. Synergy First Logistics dalam waktu 5 bulan terakhir.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Untuk Civitas Universitas Multimedia Nusantara dan masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh *Ease of use dan Usefulness terhadap Trust*, yang kemudian pengaruh *Trust terhadap Perceived Service Quality*, dan

pengaruh *Perceived Service Quality* terhadap *Future Intention to Use* di dalam industri layanan kurir (*Courier Service*).

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa mengenai pengaruh *Trust in Courier Service* terhadap *Future Intention to Use*
2. Bagi peneliti, peneliti mampu menerapkan hasil pembelajaran ke dalam realita operasional, serta peneliti mempunyai pengetahuan dan wawasan mengenai materi dan media pembelajaran yang sesuai.
3. Bagi pihak lain, diharapkan hasil peneliti ini dapat bermanfaat bagi semua pihak memerlukan pengembangan pengetahuan lebih lanjut dan dapat digunakan sebagai pembanding kasus-kasus yang serupa mengenai *Trust in Courier Service* dan *service quality*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, dimana bab yang satu dengan lainnya saling berkaitan dan saling melengkapi. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang mengapa penelitian dilakukan dengan menjelaskan secara umum mengenai industri terkait, kemudian dirampingkan hingga ke topik atau objek penelitian yaitu mengenai *trust courier*

service pada PT Synergy First Logistics, selain itu terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan mengenai teori-teori yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian, termasuk dengan hal-hal lain yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan logistik servis

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menjabarkan tentang objek penelitian yang dipakai, kemudian terdapat desain penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang cara penulis mengumpulkan data, memperoleh data, dan mengolah data yang telah didapatkan dari kuesioner dan hasil observasi serta membahas hasil dari data yang telah diperoleh.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan di BAB 4