

BAB I

PENDAHULUAN

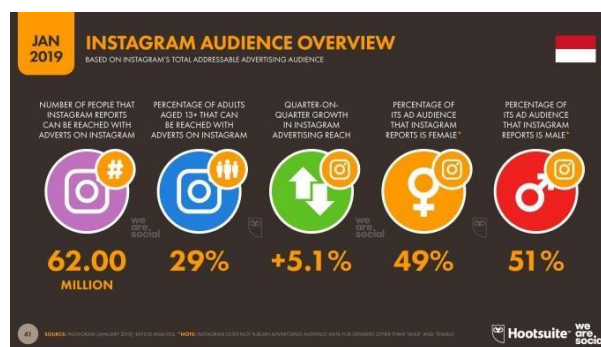
1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat di Indonesia pada saat ini semakin bertambah dan mengikuti perkembangan zaman, persaingan dalam bidang usaha pun kian gencar dan tingkat konsumen semakin meningkat tiap tahunnya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas, sehingga menimbulkan banyak usaha dibidang jasa pengiriman barang atau disebut *freight forwarder* yaitu pengiriman barang dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan lebih mudah ke seluruh Indonesia. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen melalui penawaran dengan memberikan pelayanan yang baik sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan menentukan citra terhadap perusahaan jasa itu sendiri karena hal tersebut dapat menentukan apakah pelanggan merasa puas atau tidak merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Perkembangan teknologi ternyata berdampak luas terhadap berbagai aspek, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Internet sudah menjadi salah satu sarana utama bagi para pemasar dalam upaya mempromosikan produk mereka. Dikarenakan fenomena pengguna internet sangat berkembang pesat dan telah menjadi gaya hidup masyarakat sekarang ini. Hal tersebut tentu memunculkan ide para pebisnis khususnya bisnis dalam bentuk jasa pengiriman untuk menjadikan pengguna internet menjadi sasaran potensial untuk menggunakan jasanya sebagai alternatif pengiriman barang untuk *customer* serta menjual atau mempromosikan produknya secara online.

Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:3). Salah satu media sosial yang sering digunakan

masyarakat pada umumnya adalah Instagram. Instagram memungkinkan untuk para penggunanya berbagi foto, video, dan bertukar pesan dengan sesama pengguna Instagram. Instagram menjadi media sosial dengan pengguna yang cukup banyak, dibuktikan dengan data statistik yang di dapatkan pada survei yang dilakukan oleh *we are social*. Pada gambar di bawah ini, jumlah 62 juta menunjukkan bahwa penduduk Indonesia menggunakan Instagram dari seperempat total penduduk yang terdapat di Indonesia, yang artinya bahwa Instagram adalah media yang sering digunakan untuk bertukar informasi dan mencari informasi.



Sumber : websindo.com

Gambar 1. Infografis Kondisi Media Sosial Instagram

Di dunia bisnis seperti ekspedisi pun, media sosial sangat memiliki pengaruh. Dalam hal pemasaran, strategi bagaimana suatu perusahaan dapat melihat konsumen tersebut dan melakukan interaksi pada media sosial yang mereka gunakan. Media sosial memiliki kelebihan dengan banyaknya jumlah pengguna ini, dapat memberikan dampak yang berbeda. Dampak tersebut dapat menjadi postif bagi kalangan industri maupun di kalangan konsumen. seperti halnya, informasi dapat tersebar secara cepat dan tepat sasaran.

Bisnis pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang sedang menjadi primadona di tanah air kita pada tahun ini. Peluang usaha ekspedisi pun semakin cerah yang disebabkan oleh pertumbuhan pasar *e-commerce*. Adanya sistem berbelanja melalui online ini mendukung hadirnya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang atau kurir sehingga masyarakat dapat dengan mudah menikmati berbelanja di pasar *e-commerce*. Dengan mengikuti perkembangan

jaman, bisnis pengiriman atau startup logistik seperti Ninja Xpress, Go Send, Iruna dan lainnya menawarkan jasa pengiriman barang yang sudah berbasis teknologi digital.

Dalam hal pengiriman paket dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas konsumen. Beberapa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan (*customer satisfactions*) yaitu dapat melalui perluasan jangkauan, peningkatan kecepatan waktu tempuh yang cepat dan terjamin serta ketanggapan dalam pelayanan. Peningkatan layanan untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif juga ditunjukkan dengan hadirnya berbagai jasa pengiriman selain Ninja Xpress. Beberapa diantaranya adalah Indo Ekspedisi, PT. NCS, PT. TIKI Online, JNE Express, PT. Repex Perdana Internasional bekerjasama dengan Federal Express, DHL, dan lainnya yang siap bertarung kualitasnya agar memiliki daya saing tinggi.

Kotler dalam Alma (2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk citra perusahaan melalui kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Dampak dari pelayanan yang baik dan dapat melebihi harapan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen yang dapat mendorong pada tingkat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk secara tidak langsung kepada perusahaan (peningkatan citra).

Citra pada dasarnya merupakan salah satu harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam bertumbuh kembang. Citra yang positif akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari para publiknya. Citra yang baik atau positif akan memberikan

Aditya Krisna Putri, 2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA PENGIRIMAN NINJA XPRESS
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM NINJA XPRESS)**

UPN Veteran Jakarta, Fisip, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kesan yang baik bagi konsumen. Apabila citra perusahaan buruk, akan memberikan kesan yang buruk bagi konsumen, dan konsumen dapat beralih kepada kompetitor lain dengan tawaran yang lebih unggul. Menurut ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan kehumasan banyak sekali faktor faktor pembentuk citra yang nantinya akan dibahas pada kajian teori dimana faktor yang mewakili pembentuk citra adalah kualitas pelayanan dan kepuasan *customer*.

Dilansir dari *website* resellerdropship.com pada Juni 2019, Ninja Xpress merupakan jasa pengiriman dari Ninja Van yang diluncurkan pada tahun 2014. Ninja Van sendiri merupakan perusahaan pengiriman ekspres berbasis teknologi yang menyediakan layanan pengiriman berbasis teknologi di Asia Tenggara. Layanan Ninja Xpress dapat dinikmati di beberapa wilayah di Indonesia seperti Pulau Sumatera, Pulau Jawa, Pulau Lombok, Pulau Bali dan Pulau Sulawesi. Ninja Xpress telah bekerjasama dengan beberapa *e-commerce* antara lain Bukalapak, Tokopedia, Hijup, MatahariMall, Lazada, SaleStock, Blibli dan banyak lagi.

Tabel 1. Kelebihan dan Kekurangan Ninja Xpress

Kelebihan	Kekurangan
Mendukung layanan Cash On Delivery	Layanan hanya baru dapat diakses di daerah perkotaan besar saja sehingga pelayanan belum terlalu maksimal
Memiliki fitur layanan pelacakan online yang dapat diakses secara langsung oleh pelanggan	Layanan tracking barang memberikan informasi yang kurang lengkap sehingga membingungkan pelanggan dalam mengetahui posisi barang.
Memiliki layanan one to one point dengan mode transportasi darat (motor dan mobil)	Status pengiriman barang yang kurang informatif, sehingga menimbulkan tanda tanya terhadap pelanggan
Menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan menghadirkan 3 sistem layanan diantaranya Ninja Reg, Ninja Fast dan Ninja Super.	Customer service kurang responsive ketika dihubungi

Sumber : resellerdropship.com

Aditya Krisna Putri, 2020

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA PENGIRIMAN NINJA XPRESS (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM NINJA XPRESS)

UPN Veteran Jakarta, Fisip, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Ninja Xpress sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Dilansir dari artikel ainoru.com yang di unggah pada Februari 2019, ada beberapa jasa pengiriman (ekspedisi) terbaik dan terpopuler di Indonesia, yaitu:

1. JNE
2. J&T
3. Pos Indonesia
4. TIKI
5. Si Cepat Ekspres
6. Lion Parcel

Ninja Xpress belum masuk dalam kategori ekspedisi terbaik karena masih terbilang baru di kalangan ekspedisi. Berkaitan dengan ekspedisi yang terbilang masih baru tentu tidak bisa lepas dari kekurangan yang dimiliki Ninja Xpress, seperti minimnya informasi mengenai barang menjadi salah satu faktor penghambat *customer* dalam mencari informasi tentang keberadaan barang yang di antar maupun barang yang di *pick up*.

Pada tanggal 16 Mei 2019 dari sumber mediakonsumen.com, seorang *customer* melakukan pengiriman barang dari Tokopedia menggunakan Ninja Xpress regular dari Jakarta ke Gorontalo. Barang dijemput pada tanggal 6 Mei 2019 dengan estimasi pengiriman 1-3 hari kerja. Di tanggal 8 Mei 2019, *customer* menghubungi *customer service* untuk menanyakan status pengiriman barangnya, namun *customer service* menjawab bahwa status barang dalam proses pengiriman kepada pembeli. Di tanggal 11 Mei, *customer* kembali menghubungi *customer service* namun *customer service* menjawab bahwa barang sedang proses pengembalian kepada pengirim karena berat barang melebihi yang tertera di Tokopedia. *Customer* merasa dirugikan karena terjadi miskomunikasi, seharusnya

Aditya Krisna Putri, 2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA PENGIRIMAN NINJA XPRESS
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM NINJA XPRESS)**

UPN Veteran Jakarta, Fisip, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kurir Ninja Xpress dapat menghubungi pengirim barang jika barang tidak dapat dikirim.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena peneliti melihat bahwa *customer* masih membutuhkan pelayanan yang baik dari *customer service* Ninja Xpress dengan cara yang lebih *responsive* dalam menerima dan mengatasi keluhan keluhan yang disampaikan oleh *customer*, menambah sumber daya manusia yang masih kurang, dan memfasilitasi para kurir untuk bisa maksimal dalam melakukan pekerjaannya. *Customer* juga tidak hanya membutuhkan barang yang dibeli saja, namun juga dengan adanya pelayanan yang menunjang maka *customer* berharap bisa mengirim barang dengan nyaman dan aman. Maka dari itu, sangat berguna sekali *customer service* yang cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan seperti menanyakan informasi barang atau produk, lamanya pengiriman, keluhan mengenai barangnya yang rusak, bahkan pelanggan bisa hanya menanyakan informasi yang sederhana kepada *customer service*.

Shirley Harison (1995:71) dalam Marketing Guide to Public Relation mengungkapkan bahwa terdapat empat unsur citra perusahaan, yaitu; personality adalah karakteristik perusahaan, reputation adalah keyakinan seseorang terhadap perusahaan berdasarkan pengalaman pribadi, values adalah nilai-nilai yang dianut perusahaan, corporate identity adalah identitas perusahaan seperti nama, simbol, dan logo perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul yang diambil adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Pada Jasa Pengiriman Ninja Xpress (Survei Pada Instagram Ninja Xpress)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, di mana perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan pada jasa pengiriman Ninja Xpress.

Aditya Krisna Putri, 2020

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA PENGIRIMAN NINJA XPRESS
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM NINJA XPRESS)

UPN Veteran Jakarta, Fisip, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan pada jasa pengiriman Ninja Xpress.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, di mana perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan pada jasa pengiriman Ninja Xpress.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan pada jasa pengiriman Ninja Xpress.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan dalam perkembangan Ilmu Komunikasi dan dapat menambah wawasan tentang pemahaman kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Serta dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademika dalam menjalani penelitian.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan-perusahaan mengenai pentingnya menjaga, meningkatkan, dan mendukung kualitas pelayanan pada perusahaannya karena untuk menciptakan kepuasan konsumen yang dapat mendorong pada tingkat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk secara tidak langsung kepada perusahaan.

Aditya Krisna Putri, 2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP JASA PENGIRIMAN NINJA XPRESS
(SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM NINJA XPRESS)**

UPN Veteran Jakarta, Fisip, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam membuat penelitian ini, agar dapat dilihat secara terperinci, maka peneliti membuat sistematis penulisan, di antaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai teori dasar, definisi konsep, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang pendekatan penelitian, jenis dan sifat penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variable, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan penguraian secara mendetail mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran pemahaman tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data dalam proses pengerjaan penelitian

LAMPIRAN

Berisikan data pendukung untuk penelitian.