

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era saat ini pertumbuhan teknologi semakin meningkat dengan pesat. Teknologi pada zaman sekarang ini telah mencapuri urusan bisnis. Terlebih akibat adanya pengguna internet di Indonesia yang tinggi. Berdasarkan survei yang diselenggarakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017-2019 pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 54,86 persen. Pada tahun 2019 dari penduduk Indonesia sebanyak 171,17 juta jiwa dari 264 juta jiwa telah terhubung ke internet. Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi tersebut merupakan potensi yang baik untuk kemajuan ekonomi digital Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet tersebut berakibat pada peningkatan bisnis e-commerce.

E-commerce adalah kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan elektronik, biasanya melalui internet. Perilaku konsumtif masyarakat terhadap *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang terbilang tinggi. Berdasarkan data yang dihimpun, nilai transaksi industri perdagangan *online* atau *e-commerce* mengalami peningkatan setiap tahun.

Tabel 1.1
Transaksi *E-Commerce* Indonesia (2014-2018)

No	Tahun	Jumlah Transaksi
1	2014	Rp25.1 Triliun
2	2015	Rp42.5 Triliun
3	2016	Rp69.8 Triliun
4	2017	Rp108.4 Triliun
5	2018	Rp144.1 Triliun

Sumber : Databoks.co.id (2019)

Bisnis jual beli barang melalui *platform online* tentunya memerlukan jasa pengiriman barang. Banyaknya *e-commerce* menyebabkan perkembangan bisnis jasa ekspedisi meningkat untuk memenuhi jasa antar barang dari perusahaan kepada konsumen. Hal itu berpengaruh terhadap meningkatnya bisnis ekspedisi di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Ditandai dengan banyaknya pelaku usaha bisnis yang mulai melakukan bisnis di bidang ekspedisi baik skala kecil hingga ke skala besar. Kota Yogyakarta, selain menjadi kota budaya dan kota pariwisata pada kota ini juga terbilang sibuk dalam hal bisnis yang mengakibatkan kebutuhan akan pengiriman barang sangat tinggi, baik secara komersial maupun tidak komersial.

Perusahaan ekspedisi sebagai salah satu jenis perusahaan transportasi yang mempunyai peran penting untuk menyalurkan distribusi produk sebuah perusahaan antara satu daerah dengan daerah yang lain. Menurut Panharesi and Mahmudy, (2015) dalam penelitiannya, distribusi ini berperan penting dalam sebuah perusahaan untuk menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen. Namun tidak jarang proses distribusi terkendala dengan masalah transportasi. Misalnya, bagaimana cara meminimalkan biaya transportasi dalam memilih jasa ekspedisi.

Bisnis jasa ekspedisi yang digunakan dalam kegiatan rantai pasokan pengiriman barang atau logistik di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Bertumbuh dan berkembangnya bisnis pengiriman barang ini berakibat dengan banyaknya permintaan pengiriman oleh siapapun dan dimanapun. Namun seiring pertumbuhan tersebut terkadang beberapa para pelaku bisnis pengiriman tersebut mengabaikan hal lainnya terkait kualitas layanan. Disamping itu terlalu fokus pada pengiriman, membuat pelaku bisnis ekspedisi juga mengabaikan faktor

lain untuk meraih keuntungan optimal dan layanan kepada pelanggan yakni hubungan rantai pasokan yang baik.

Prinsip dasar manajemen rantai pasok adalah bahwa hubungan yang sedang berlangsung di antara pasokan anggota rantai meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Kinerja *supply chain* yang sukses didasarkan pada tingkat kepercayaan yang tinggi dan komitmen yang kuat. Selain itu keterbukaan sistem informasi perusahaan ekspedisi terhadap konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk terus menggunakan jasa dari perusahaan ekspedisi itu. Salah satu cara perusahaan untuk melakukan keterbukaan sistem informasi yakni dengan membuat aplikasi, *website*, maupun hubungan kontak personal yang akan menyampaikan penuh informasi mengenai kegiatan *supply chain*. Beberapa aktifitas-aktifitas yang dapat dipantau oleh konsumen antara lain *e-shipping*, *mobile tracking sistem*, *customer relationship management (CRM)*, *claim handling sistem* (Masyhur, 2012)

Kriteria-kriteria *supply chain* yang telah diharapkan pelanggan sebagai tolok ukur dalam memilih partner rantai pasokan bisa disebut juga sebagai *logistics service quality*. *Logistics service quality* adalah pengembangan dari *service quality* untuk mengukur kinerja perusahaan ekspedisi dalam bidang logistik. Ketika *logistics service quality* berjalan dengan baik, tentu akan menimbulkan kepuasan kepada konsumen (Japarianto, 2018). Ketika kepuasan konsumen atas *logistics service quality* ini berjalan terus meningkat maka akan berpengaruh pada bagaimana perusahaan ekspedisi bisa mempertahankan pelanggan menggunakan kembali jasa yang diberikan dan bisa meningkatkan tingginya frekuensi pelanggan untuk menggunakan jasa di perusahaan ekspedisi tersebut atau bisa disebut *supply chain relationship*.

Dalam konsep Islam juga mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa harus maksimal, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas bahkan merugikan orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا
اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya adalah Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Dari penjelasan tersebut maka kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan harus terpercaya dan akurat. Pelayanan dalam menjalin hubungan baik antar pelanggan dan perusahaan ini dapat dikatakan reliabel apabila dalam pelayanannya dicapai sesuai aturannya. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan penyedia layanan jasa.

Untuk menghasilkan *supply chain relationship* yang baik, meningkatkan kepercayaan yang tinggi dan komitmen yang kuat, maka perusahaan ekspedisi harus memenuhi kriteria yang telah disepakati bersama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan perorangan maupun pelanggan perusahaan yang membutuhkan jasa pengiriman barang. *Supply chain relationship* ini dapat diukur berkaitan dengan penggunaan kembali jasa pengiriman barang dan reputasi perusahaan tersebut.

Di Kota Yogyakarta terdapat puluhan perusahaan ekspedisi, baik skala kecil hingga skala besar, diantaranya seperti JNE Express, J&T Express, Tiki, Wahana, Indah Logistik, Herona Express, Kafila Kargo, dan lain sebagainya. Pada bidang yang sama, JNE memiliki jumlah pelanggan yang paling banyak diantara pesaing lainnya. Selain itu JNE juga sempat meraih penghargaan Indonesia Digital Popular Brand Award 2018 dari Franchiseglobal.com & TRASN Co Research. JNE telah mendapat penghargaan ini sudah 3 kali sejak 2016. Hal inilah yang menjadi alasan JNE menjadi objek dan pelanggannya menjadi subjek penelitian oleh peneliti. Penggunaan teknologi informasi yang diterapkan pada sistem pengiriman barang JNE menjadi perhatian peneliti. Pada awal observasi, peneliti melakukan wawancara tidak resmi kepada beberapa teman peneliti dan melakukan mini survei mengenai pelayanan JNE melalui Instagram Vote dan Instagram Q&A yang melibatkan 110 responden. Berdasarkan survei yang ada, diketahui beberapa bahwa orang atau pelaku bisnis yang mau mengirimkan barang terkadang tidak mengetahui kapan barang tersebut dikirim, kapan barang tersebut sampai, bagaimana proses pengirimannya, apakah barang tersebut sudah sesuai yang diinginkan oleh penerima maupun pengirim. Jika hal ini dibiarkan terjadi akan berdampak buruk bagi perusahaan ekspedisi, dimana keuntungan yang diperoleh perusahaan menjadi tidak optimal, karena *supply chain relationship* dengan pelanggan kurang baik.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bianda Versa dan Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M dengan judul penelitian “Pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Cat Emco PT Satriakarya Adiyudha (PT.SKAY)”. Penelitian ini mengganti variabel

Customer Satisfaction menjadi *Supply Chain Relationship* karena variabel sebelumnya tersebut sebenarnya ada dalam indikator *Supply Chain Relationship*. Sehingga dengan adanya penambahan ini dinilai akan lebih kompleks penilaian oleh responden. Selain itu peneliti juga menambahkan variabel *Information System* untuk mempengaruhi variabel lainnya. Hal ini berdasar kebutuhan konsumen akan teknologi sistem informasi yang akan mempermudah mereka untuk mengecek harga, lokasi, bahkan pengecekan terkini akan barang yang dikirim bisa melalui gadget. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Logistics Service Quality* sebagai mediasi antara *Information System* terhadap *Supply Chain Relationship* studi empiris pada pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Wilayah Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *information system* berpengaruh signifikan terhadap *logistics service quality* jasa pengiriman di JNE?
2. Apakah *logistics service quality* berpengaruh signifikan terhadap *supply chain relationship* jasa pengiriman di JNE?
3. Apakah *information system* berpengaruh langsung terhadap *supply chain relationship*?
4. Apakah *information system* secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap *supply chain relationship* dengan *logistics service quality* sebagai mediasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah di paparkan di atas, terdapat berbagai tujuan, yaitu:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *information system* berpengaruh terhadap *logistics service quality* jasa pengiriman di JNE?
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *logistics service quality* berpengaruh terhadap *supply chain relationship* jasa pengiriman di JNE?
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *information system* berpengaruh terhadap *supply chain relationship* jasa pengiriman di JNE?
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *information system* terhadap *supply chain relationship* dengan *logistics service quality* sebagai mediasi?

D. Manfaat

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terdapat berbagai manfaat praktis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi perusahaan
Memberikan evaluasi serta informasi bagi perusahaan ekspedisi JNE untuk membuat alternatif keputusan untuk strategi kedepannya agar lebih baik.
2. Bagi konsumen
Memberikan informasi dan pemahaman kepada konsumen terkait sistem informasi dan *logistics service quality* pada pengiriman barang JNE.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Memberikan alternatif sumber referensi untuk penelitian yang akan datang dan memberikan informasi kepada pembaca atau peneliti terkait perusahaan pengiriman barang JNE.