

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era perkembangan teknologi yang semakin pesat, bermacam aktivitas bisa di kerjakan dengan mudah dan cepat melalui bantuan media digital. Pertumbuhan penduduk yang tinggi turut meningkatkan mobilitas masyarakat sehingga mendorong kebutuhan akan layanan yang praktis, murah, dan efisien. Internet menjadi salah satu sarana utama yang memfasilitasi berbagai kegiatan, seperti mencari pekerjaan, memperoleh informasi, mempromosikan produk, hingga melakukan transaksi belanja secara online. Kemudahan tersebut memunculkan berbagai layanan digital, termasuk jasa titipan, yang memberikan solusi bagi masyarakat dalam memperoleh barang tanpa harus datang langsung ke lokasi pembelian, sehingga semakin diminati dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi dan tren belanja online telah mendorong munculnya berbagai model bisnis baru, salah satunya adalah jasa titip (jastip). Jastip merupakan layanan yang ditawarkan oleh individu atau kelompok untuk membelikan barang dari lokasi tertentu baik dalam maupun luar negeri atas permintaan konsumen, biasanya melalui media sosial. Fenomena semacam ini akan terus bertambah terkenal karena dapat mempermudah akses konsumen terhadap produk yang sulit dijangkau secara langsung.

Jastip adalah layanan yang dapat memberikan kemudahan kepada konsumen untuk membeli barang dari lokasi tertentu, terutama barang-barang yang sulit diakses, dengan bantuan orang lain. Dengan adanya jastip,

pengguna jasa bisa mendapatkan barang yang mereka cari dan tidak harus melakukan perjalanan jauh, sehingga sangat diminati terutama oleh mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau akses.¹

Hingga sekarang ini banyak perusahaan yang telah beroperasi dibidang jasa pengiriman, misalnya JNE, J&T, Tiki, dan berbagai perusahaan lainnya. Persaingan antarperusahaan tidak hanya terlihat dari penetapan harga yang relatif seragam, tetapi juga dari kecepatan waktu pengiriman yang semakin efisien. Kondisi tersebut mendorong setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman agar dapat meningkatkan kualitas layanan untuk menarik minat konsumen sekaligus mempertahankan keberlangsungan dan pendapatan perusahaan.

Namun, karena jastip umumnya di jalankan secara informal dan berbasis kepercayaan, faktor kualitas pelayanan serta kepercayaan konsumen merupakan aspek penting yang menjadi penentu keputusan untuk membeli dan tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan bagian dari faktor penentu terhadap kesuksesan suatu layanan, termasuk jastip. Dalam konteks jastip, kualitas pelayanan mencakup berbagai elemen, seperti kecepatan respon, komunikasi yang jelas, keandalan dalam pengiriman, serta sikap dan perilaku penyedia jasa. Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang baik cenderung lebih puas, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan, bahkan kehilangan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk melakukan

¹ Pengaruh Kualitas Pelayanan et al., “Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera),” *Hal. 314 Ivo Novitaningtyas 5*, no. 3 (2022): 314–28, <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>.

analisis mendalam mengenai kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan jasa titip.

Salah satu tantangan utama dalam bisnis jastip adalah menjaga konsistensi kualitas pelayanan. Penyedia jasa harus mampu memenuhi harapan konsumen yang beragam, mulai dari kualitas produk, harga yang kompetitif, hingga integritas dalam pelayanan. Dalam banyak kasus, ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan oleh kurangnya komunikasi yang efektif antara kedua belah pihak. Oleh sebab itu, penyedia jasa perlu mengembangkan sistem komunikasi yang baik untuk memastikan bahwa semua pertanyaan dan kekhawatiran konsumen dapat diatasi dengan cepat dan tepat.²

Selain itu, aspek kepercayaan juga sangat penting dalam bisnis jastip. Konsumen sangat bergantung pada penyedia jasa untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan tepat waktu dan dalam kondisi baik. Oleh karena itu, penyedia jasa harus mampu membangun kepercayaan melalui keterbukaan pada tiap transaksi, semacam memuat informasi yang jelas terkait produk, biaya, serta estimasi waktu pengiriman. Kepercayaan ini menjadi dasar bagi konsumen agar terus memakai jasa titip dan merekomendasikannya untuk orang lain.³

Jastip JFJ merupakan usaha perorangan yang beroperasi pada bidang jasa titipan dan pengiriman paket antar pulau menggunakan jalur laut. Sistem

² Putri Melinda Lomi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jastipsamaaku" 1, no. July (2024): 531–39.

³ Wisari Yati, Riski Aprilia, and Dwi Susanti, "Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online 1" 8, no. 1 (2020): 61–72.

layanan yang diterapkan adalah konsumen melakukan pembelian barang melalui toko online atau marketplace, kemudian barang tersebut dikirim ke alamat rekanan jastip yang berada di Pulau Jawa. Menjelang jadwal keberangkatan kapal, rekanan jastip akan mengirimkan barang menggunakan ekspedisi kapal menuju satu alamat tujuan di Kota Ambon. Setelah barang tiba di Ambon, pemilik jastip melakukan proses penyortiran, pencatatan daftar barang, serta penentuan biaya pengiriman. Berikutnya, instrumen tersebut didistribusikan lewat grup WhatsApp yang beranggotakan para pelanggan jasa titipan. Pelanggan lantas mendatangi lokasi usaha secara personal guna mengambil paket sekaligus menyelesaikan pelunasan biaya ekspedisi secara langsung.

Saat ini jasa titipan bertransformasi menjadi solusi yang populer di Ambon sebab penawaran harga terjangkau, yaitu Rp18.000 per kilogram dari Jakarta dengan waktu tempuh tujuh hari. Selain keunggulan harga, performa kualitas pelayanan pun memengaruhi keputusan pelanggan guna mengadopsi jasa titipan tersebut. Jastip JFJ mulai beroperasi semenjak tahun 2020.

Kepuasan konsumen diposisikan sebagai tujuan akhir dari setiap strategi bisnis, dikarenakan adanya kaitan erat antara kepuasan dengan perilaku pasca-pembelian. Konsumen yang mencapai ekspektasi tertentu cenderung melakukan transaksi kembali dan secara sukarela menyebarkan informasi positif terkait layanan kepada calon pengguna lainnya. Oleh karena itu, perlu dipahami secara mendalam sejauh mana kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu memengaruhi kepuasan pengguna jastip di Kota Ambon

sebagai dasar dalam meningkatkan mutu layanan dan mempertahankan loyalitas konsumen.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang menjadifokus untuk studi ini adalah berikut ini:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?
3. Apakah pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?

C. Batasan Masalah

Dari masalah di atas peneliti mengidentifikasi batasan yang menjadi ruang lingkup studi ini. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jastip JFJ di kota Ambon

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?
3. Untuk mengetahui apakah pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen jastip JFJ di kota Ambon?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap dari adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya berkaitan pada penelitian kualitas pelayanan dan kepercayaan terkait kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis

Bagi penulis : penelitian dapat di gunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana kualitas pelayan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jastip di JFJ

Bagi mahasiswa/i : dapat menambah ilmu pengetahuan bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pengguna jastip di JFJ

Bagi lembaga : hasil ini akan dijadikan sebagai rujukan dalam membuat karya tulis ilmiah bagi masyarakat : penelitian ini dapat memperluas dalam mengetahui konsumen jastip di JFJ