

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Keputusan pembelian jasa pada PT Gabe Savana Berlian memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi pemasaran perusahaan serta kualitas pelayanan pengiriman barang. Strategi pemasaran perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti harga, kualitas layanan, dan reputasi merek. Perusahaan harus mampu menyoroti keunggulan kompetitifnya dalam hal kualitas pelayanan pengiriman, baik itu melalui kecepatan pengiriman yang konsisten, keamanan barang yang terjamin, atau dukungan pelanggan yang responsif. Melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menarik perhatian konsumen dan memperkuat citra merek sebagai penyedia jasa ekspedisi yang dapat diandalkan.

Selain itu, keputusan pembelian juga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan pengiriman barang secara langsung. Perusahaan yang berhasil menarik pelanggan dengan strategi pemasaran yang efektif harus mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dalam hal kualitas layanan. Hal ini mencakup memastikan kecepatan pengiriman yang sesuai dengan yang dijanjikan, mengimplementasikan prosedur pengemasan yang aman untuk melindungi barang, dan menyediakan layanan pelanggan yang ramah dan efisien. Dengan memperhatikan keputusan pembelian konsumen, perusahaan dapat terus

meningkatkan kualitas pelayanan pengiriman barang mereka, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar.

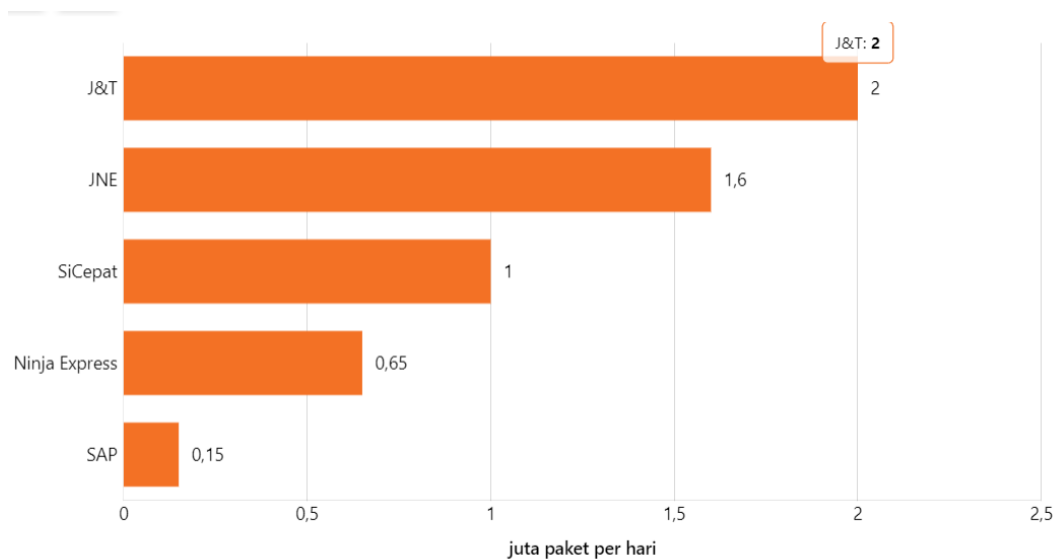
Sebagai gambaran awal, peneliti mencoba melakukan pra survei dengan membagikan kuesioner kepada sedikitnya 20 responden mengenai pengaruh Keputusan Pembelian Jasa pada PT Gabe Savana Berlian.

Tabel 1.1
Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Jasa

| No. | Pernyataan | Ya | Tidak |
|-----|---|-----|-------|
| 1. | Memakai jasa pada PT Gabe Savana Berlian setelah tahu perusahaan tersebut menawarkan jasa pengiriman. | 90% | 10% |
| 2. | PT Gabe Savana Berlian adalah salah satu perusahaan ekspedisi yang paling banyak digunakan pada saat pengiriman barang. | 80% | 20% |
| 3. | Memakai jasa PT Gabe Savana Berlian karena sesuai dengan tujuan yang di inginkan. | 75% | 25% |
| 4. | Menggunakan jasa PT Gabe Savana Berlian karena rekomendasi dari orang lain. | 60% | 40% |

Sumber: Hasil data di olah peneliti(2024)

Berdasarkan data di atas, pra survei dilakukan untuk mendukung penelitian tahap awal terhadap fenomena mengenai faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Jasa pada PT Gabe Savana Berlian. Jumlah responden pada pra survei ini yaitu sebanyak 20 orang.



Gambar 1.1 Perusahaan Logistik dengan Volume Pengiriman Terbesar di Indonesia tahun 2020

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Mengutip data *Momentum Works*, J&T memimpin pasar logistik dengan memiliki volume pengiriman terbesar di Indonesia. J&T mampu mengirim 2 juta paket tiap harinya. Pemain lama di bidang logistik, JNE, berada di peringkat kedua. JNE mampu mengirim 1,6 juta paket tiap harinya. SiCepat berada di peringkat ketiga dengan pengiriman 1 juta paket per hari. Selanjutnya, Ninja Express tercatat mengirim 0,65 juta paket per hari dan SAP 0,15 juta paket per hari. Di latar belakang oleh tingkat penjualan di *e-commerce* yang sangat pesat pengembangannya dan perusahaan tersebut menjadi mitra pengiriman setiap barang yang dibeli di berbagai *e-commerce*.

Berbanding terbalik dengan data volume pengiriman barang pada PT Gabe Savana Berlian, yang dimana 3 tahun terakhir mengalami penurunan volume pengiriman barang yang disebabkan imbas penjualan di market place atau *e-*

commerce yang meningkat pesat setelah berakhirnya pandemi covid-19. *E-commerce* juga bekerja sama atau menjadi mitra banyak Perusahaan logistic komersial lain seperti J&T,JNE, ataupun *e-commerce* tersebut memiliki jasa pengirimannya sendiri. Harga dan kecepatan pengiriman juga menjadi pengaruh terbesar walaupun harga lebih mahal melalui *e-commerce* ketimbang di Perusahaan penyedia jasa pengiriman komersial seperti PT Gabe Savana Berlian. Berikut penulis sajikan data volume pengiriman sejak 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2
Data Volume Pengiriman Barang PT Gabe Savana Berlian

| No | Tahun | Volume Pengiriman (Koli) |
|----|-------|--------------------------|
| 1 | 2021 | 70.856 |
| 2 | 2022 | 67.464 |
| 3 | 2023 | 60.782 |

Sumber: Data diolah penulis 2024

Dapat disimpulkan dari tabel di atas menunjukan volume pengiriman barang pada PT Gabe Savana Berlian pada tahun 2021 jumlah volume pengiriman barang yaitu 70.856 koli, sedangkan pada tahun 2022 dan 2023 mengalami penurunan drastis dengan jumlah pengiriman barang sebanyak 67.464 koli dan 60.782 koli. Yang Dimana PT Gabe Savana Berlian terus mengalami penurunan volume pengiriman semenjak *covid-19* melanda Indonesia untuk 3 tahun terakhir.

Tabel 1.3

Daftar Perbandingan Harga Ekspedisi Jurusan Medan-Pekanbaru

| PERBANDINGAN HARGA EKSPEDISI JURUSAN MEDAN-PEKANBARU | | |
|---|--------------|-----------------|
| Nama Perusahaan Ekspedisi | Harga | Estimasi |
| J&T | Rp.5.000/Kg | 3-5 hari |
| JNE | Rp.6.500/Kg | 10-14 hari |
| PT GABE SAVANA BERLIAN | Rp.3.000/Kg | 4-7 hari |

Sumber: Data diolah penulis 2024

Terkait harga yang diberikan pada perusahaan logistik nomor 1 di Indonesia yaitu J&T yang masih relatif lebih mahal dari pada harga yang ditawarkan oleh PT Gabe Savana Berlian.

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan harga pada J&T cargo untuk pengiriman dari kota Medan-Pekanbaru sebesar Rp.5.000,00 per Kg dan estimasi sampai pada 3-5 hari. Selain itu J&T cargo juga memberikan layanan tracking secara live yaitu pelacakan barang secara langsung melalui aplikasi J&T cargo atau bisa di akses pada website J&T cargo.

Harga JNE cargo pada tujuan kota Medan-Pekanbaru yang lebih mahal dari pada J&T cargo. Untuk harga termurah yang berikan pada JNE cargo yaitu Rp.6.500 per Kg untuk estimasi barang sampai pada 10-14 hari kerja. Untuk itu J&T Cargo masih lebih unggul dari pada JNE cargo.

Sedangkan harga yang diberikan PT Gabe Savana Berlian relatif lebih murah dari pada kedua perusahaan logistik di atas, yaitu sebesar Rp.3.000 per Kg untuk estimasi barang sampai 4-7 hari kerja.

Selain mengadakan prasurvei penulis juga melakukan beberapa wawancara terhadap konsumen atau calon konsumen yang berada pada PT Gabe Savana Berlian. Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa konsumen PT Gabe Savana Berlian penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut.

Tabel 1.4

Data wawancara terhadap konsumen pada Keputusan pembelian jasa

| No | Indikator | Pertanyaan | Tanggapan |
|----|------------------|--|---|
| 1. | <i>Product</i> | Bagaimana tanggapan anda terhadap pengangkutan barang di PT Gabe Savana Berlian? | PT Gabe Savana Berlian merupakan salah satu Perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi atau pengiriman barang medan- pekanbaru. |
| 2. | <i>Place</i> | Apakah letak PT Gabe Savana Berlian strategis dan mudah dijangkau? | Letak PT Gabe Savana Berlian masih kurang strategis, letak yang belum dapat di akses melalui google maps. |
| 3. | <i>Price</i> | Apakah harga yang di tetapkan PT Gabe Savana Berlian sudah sesuai dengan kualitas pelayanan pengiriman barang? | Harga yang diberikan relatif lebih murah tetapi sesuai dengan kualitas dan kadang barang lama untuk sampai tujuan. |
| 4. | <i>Promotion</i> | Apakah informasi mengenai PT Gabe Savana Berlian dapat di akses media online atau offline? | Informasi yang didapat hanya dari sesama pengirim barang atau rekan sesama sopir yang mengetahui, untuk Masyarakat luas masih sulit di akses. |

Sumber: Data diolah penulis 2024

Pada wawancara yang telah dilakukan tersebut di ketahui bahwa yang terjadi pada PT Gabe Savana Berlian seperti letak PT Gabe Savana Berlian yang masih kurang strategis dan promosi yang dilakukan PT Gabe Savana Berlian yang

masih sulit diakses untuk informasi apa saja yang berada pada PT Gabe Savana Berlian.

Penelitian implementasi strategi pemasaran pada PT Gabe Savana Berlian dilatar belakangi oleh semakin menjamurnya dunia bisnis modern seperti e-commerce dan bisnis online mengakibatkan perusahaan jasa pengiriman bersaing semakin ketat. Persaingan yang ketat memaksa perusahaan untuk bersaing dalam pengimplementasian strategi pemasaran supaya unggul dalam pangsa pasar. Implementasi Strategi pemasaran yang efektif adalah menggunakan bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. PT Gabe Savana Berlian merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang baru merintis sejak tahun 2017 dan mampu menyaingi perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap implementasi strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Gabe Savana Berlian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andri Hantoro S.kom, M.kom, selaku Manager personalia PT Gabe Savana Berlian. Diketahui beberapa strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Gabe Savana Berlian. PT Gabe Savana Berlian telah melakukan beberapa implementasi strategi pemasaran jasa menggunakan empat unsur. Keempat implementasi yang digunakan oleh PT Gabe Savana Berlian mencakup bauran pemasaran yaitu sebagai berikut

Tabel 1.5

Data Strategi Pemasaran marketing mix pada PT Gabe Savana Berlian

| No | Indikator | Pernyataan | Ya | Tidak |
|----|------------------|--|----|-------|
| 1. | <i>Product</i> | PT Gabe Savana Berlian menjadi penyedia jasa pengiriman barang yang cepat dan aman. | ✓ | |
| 2. | | PT Gabe Savana Berlian sudah berinovasi dan memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan layanan seperti pelacakan secara online atau sudah menerapkan aplikasi seperti halnya jasa ekspedisi lain seperti JNE atau J&T. | | ✓ |
| 3. | <i>Price</i> | Penentuan harga pada PT Gabe Savana Berlian sudah kompetitif dan adil bagi pelanggan yang diukur dari jarak serta berat dan ukuran paket yang dikirim. | ✓ | |
| 4. | | Dalam menentukan harga PT Gabe Savana Berlian memiliki berbagai jenis pelayanan pengiriman barang seperti ekspres dan pengiriman standar. | | ✓ |
| 5. | <i>Place</i> | Letak PT Gabe Savana Berlian berdekatan dengan kota-kota ataupun fasilitas distribusi yang memungkinkan mudah dijangkau pelanggan. | ✓ | |
| 6. | | Letak PT Gabe Savana Berlian sudah mempertimbang aksesibilitas dan infrastruktur transportasi yang ideal untuk memudahkan pergerakan barang yang akan dikirim ataupun diterima. | ✓ | |
| 7. | <i>Promotion</i> | PT Gabe Savana Berlian sudah memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan atau mengenalkan produk jasa yang diberikan kepada pelanggan melalui sosial media seperti menggunakan website atau promosi melalui iklan yang disediakan oleh sosial tersebut seperti Instagram atau facebook. | | ✓ |
| 8. | | PT Gabe Savana Berlian memberikan konten yang informatif dan edukatif seputar pengiriman barang dan berita terbaru di industri logistik. | | ✓ |

Sumber: Data diolah penulis(2024)

Penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu indikator strategi pemasaran jasa tidak dapat dipisahkan. Indikator strategi pemasaran diterapkan dengan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya tanpa saling mengunggulkan salah satu dari keempat unsur tersebut. Penerapan strategi pemasaran jasa secara seimbang akan mempengaruhi hasil yang akan dicapai oleh PT Gabe Savana Berlian.

Penilaian mengenai kinerja pelayanan penting dilakukan demi keberlangsungan dan eksistensi perusahaan dipasaran. Pengukuran kinerja secara objektif dapat dilakukan untuk mengetahui kekuatan internal yang dimiliki perusahaan dan juga dapat menunjukkan bagaimana perusahaan berkompetisi dengan perusahaan sejenis dalam lingkup wilayah yang sama.

PT Gabe Savana Berlian yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang di Kota Medan belum pernah melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, pihak manajemen menganggap pelayanan yang diberikan telah cukup baik dilihat dari pengunjung yang menggunakan jasanya. Penilaian terhadap kinerja perusahaan juga belum dilakukan sehingga perusahaan tidak mengetahui apakah telah menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan efisien dan optimal. Setelah dilakukan wawancara dan observasi terhadap PT Gabe Savana Berlian bahwa kinerja pelayanan PT Gabe Savana Berlian belum memenuhi ekspektasi pelanggan yang menggunakan jasanya. Dari mulai keterlambatan dan estimasi sampai barang yang kadang tidak dapat ditentukan, faktor alam yang kadang mempengaruhi alat transportasi, dan belum ada *back up* alat transportasi agar tidak terjadinya keterlambatan pengiriman barang tersebut.

Pada kualitas pengiriman barang, waktu pengiriman menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan kualitas pelayanan ekspedisi. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat penting bagi pelanggan, terutama jika mereka memiliki kebutuhan mendesak atau tenggat waktu yang harus dipenuhi.

Evaluasi terhadap waktu pengiriman dapat meliputi kecepatan pengiriman, konsistensi dalam memenuhi estimasi waktu yang telah ditentukan, dan kemampuan untuk memberikan informasi yang akurat terkait perkiraan waktu kedatangan barang.

Kemudian, keamanan pengiriman menjadi aspek lain yang penting. Pelanggan menginginkan jaminan bahwa barang yang mereka kirimkan akan sampai dengan aman dan tidak mengalami kerusakan atau kehilangan. Oleh karena itu, pelayanan ekspedisi harus dapat memberikan perlindungan yang memadai terhadap barang yang dikirimkan, baik melalui prosedur pengepakan yang aman maupun sistem pelacakan barang yang canggih.

Selain itu, kualitas layanan pelanggan juga merupakan aspek yang tidak boleh diabaikan. Kemampuan untuk memberikan bantuan dan solusi secara cepat dan responsif terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan dapat meningkatkan keputusan pelanggan dalam memakai jasa ekspedisi pada PT Gabe Savana Berlian secara keseluruhan. Dengan memperhatikan dan memperbaiki aspek-aspek tersebut, perusahaan ekspedisi dapat meningkatkan kualitas pelayanan mereka dan mempertahankan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada citra dan reputasi perusahaan tersebut di pasar.

Sebagai gambaran awal, peneliti mencoba melakukan pra survei dengan membagikan kuesioner kepada sedikitnya 20 responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan pengiriman barang pada PT Gabe Savana Berlian.

Tabel 1.6

Hasil Data Pra Survei Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang

| No. | Pernyataan | Ya | Tidak |
|-----|--|------|-------|
| 1. | PT Gabe Savana Berlian tepat Waktu mengirimkan barang dan barang aman sampai tujuan. | 40% | 60% |
| 2. | Alat transportasi PT Gabe Savana Berlian berupa truk yang dapat mengangkut barang. | 100% | 0% |
| 3. | PT Gabe Savana Berlian dapat menerima komplain atau pelanggan dapat menanyakan pelacakan barang. | 70% | 30% |
| 4. | PT Gabe Savana Berlian dapat meyakinkan pelanggan dan calon pelanggan agar barang yang dikirim tepat waktu dan aman. | 60% | 40% |
| 5. | PT Gabe Savana Berlian menginformasikan tentang pengiriman barang pelanggan mereka, terutama jika terjadi penundaan. | 45% | 55% |

Sumber: Hasil data di olah peneliti(2024)

Berdasarkan data di atas, pra survei dilakukan untuk mendukung penelitian tahap awal terhadap fenomena mengenai faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang pada PT Gabe Savana Berlian. Jumlah responden pada pra survei ini yaitu sebanyak 20 orang.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melaksanakan riset dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Memakai Jasa Ekspedisi Pada PT Gabe Savana Berlian”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Strategi lokasi, penempatan lokasi yang kurang strategis dan sulit dijangkau dapat mengakibatkan kurang minatnya konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi.
2. Promosi, penggunaan strategi promosi yang tidak tepat atau tidak menarik bagi target pasar dapat mengakibatkan rendahnya tingkat konversi.
3. Penggunaan teknologi yang kurang maksimal, banyak perusahaan ekspedisi yang belum memanfaatkan teknologi digital dan platform *e-commerce* secara optimal untuk pemasaran.
4. Kurangnya inovasi, kegagalan dalam mengembangkan dan memperkenalkan layanan baru atau peningkatan layanan yang ada, yang dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
5. Kendala logistik, masalah logistik seperti rute pengiriman yang tidak optimal, keterbatasan armada, dan masalah dalam distribusi barang di daerah terpencil.

1.3 Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu , tenaga , teori dan agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti. Untuk itu penulis membatasi masalah penelitian ini pada variabel Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Keputusan Pembelian. Dari segi responden penelitian, objek penelitian ini hanya diajukan kepada pihak yang berada

di PT Gabe Savana Berlian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada PT Gabe Savana Berlian?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Gabe Savana Berlian?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Gabe Savana Berlian?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan konsumen untuk memakai jasa ekspedisi pada PT Gabe Savana Berlian.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan konsumen untuk memakai jasa ekspedisi pada PT Gabe Savana Berlian.
3. Untuk mengetahui apa yang paling berpengaruh signifikan dalam Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan konsumen untuk memakai jasa ekspedisi pada PT Gabe Savana Berlian.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu acuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan kualitas pengiriman barang yang di aplikasikan di PT Gabe Savana Berlian.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi perpustakaan bagi mahasiswa yang juga akan melakukan penelitian atau karya ilmiahnya dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi pembaca

Secara umum, pembaca dapat memperoleh wawasan mengenai teknik pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta cara meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi dan melampaui ekspektasi pelanggan.

4. Bagi penulis

Melalui penelitian ini, penulis dapat mengembangkan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar, teknik pemasaran yang efektif, dan faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan. Penulis juga dapat mengidentifikasi tren industri dan *best practices*, yang berguna untuk memperkaya pengetahuan dan keterampilan profesionalnya