

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi online yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pertumbuhan industri bisnis dan pemasaran, merupakan hasil dari kemajuan pesat bidang informasi dan teknologi (TIK). Berdagang produk dan layanan online menjadi lebih sederhana dengan kemudahan era modern. Seiring berkembangnya komunikasi dan berbagi informasi dalam ritel elektronik, baik pembeli maupun penjual merasa lebih mudah untuk menjalin kemitraan bisnis dalam apa yang lebih sering disebut sebagai e-commerce. Populasi Indonesia telah berubah sebagai hasil dari sukseksi kemajuan informasi utama, khususnya internet, yang memungkinkan pengguna untuk berhubungan dengan orang lain terlepas dari waktu dan tempat.

Banyak orang menggunakan situs web untuk membeli barang konsumen secara online dalam situasi ini karena perusahaan memberikan berbagai keuntungan bagi pelanggan untuk berkembang. Pasar online seperti Pasar online, Shoppe, Lazada, dan Tokopedia banyak menggunakan layanan unggulan dalam penawarannya, termasuk layanan Cash On Delivery (COD) dengan jaminan bahwa bagaimanapun produk akan dikembalikan jika tidak sesuai pesanan. Saat ini, menarik minat pelanggan sangat bergantung pada keamanan, kepercayaan, dan kemudahan. Perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan minat pelanggan dalam membeli (Riyanto, 2021). Minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh kemampuan indikator proses dalam memenuhi kondisi yang diharapkan dari survei yang dilakukan.

Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan dan menunjukkan sifat-sifat yang dapat memenangkan loyalitas pelanggan, kepercayaan dapat mendorong individu dalam menghasilkan kesenangan pembeli. Namun, kepuasan pelanggan sangat penting karena menghasilkan data baik dan buruk, yang keduanya pada akhirnya menghasilkan keterlibatan yang dibutuhkan bisnis.

Bisnis memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan memelihara tempat, peralatan, dan untuk menjamin keamanan pelanggan saat menggunakan layanan, di mana pun konsumen berada. Kewajiban ini mencakup keselamatan pengangkutan produk. Keamanan dalam pengangkutan kargo harus selalu menjadi prioritas utama bagi para pelaku usaha pengiriman barang yang ingin bersaing dan bertahan di pasar. Jika suatu perusahaan pengiriman produk tidak mengutamakan keamanan dalam pengiriman barang, maka akan berpengaruh pada citra merek dan mengakibatkan kerugian yang signifikan, misalnya mengganti ulang apa pun yang hilang dari pengiriman barang karena hal ini memengaruhi minat beli pelanggan, yang mengarah pada penggunaan penurunan bisnis (Afghani & Yulianti, 2018).

Mudah atau sulitnya penggunaan suatu platform bisa saja berpengaruh pada perilaku pelanggan, semakin banyak apresiasi pengguna terhadap kesederhanaan platform, semakin besar tingkat penggunaannya. Kenyamanan konsumen merupakan aspek penting dalam pengiriman barang, dan aspek kepraktisan ini biasanya berkorelasi dengan efisiensi lingkungan operasional. Pelanggan akan merasa lebih percaya diri dan merasakan kenyamanan saat berbelanja barang saat mengirimkan barang yang

dibutuhkan dan diantisipasi. Selain itu, ini akan menyederhanakan proses bagi pelanggan untuk memilih cara pengiriman produk (Adhitya, 2019).

Niat beli merupakan komponen disposisi pengguna terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi serta kebijaksanaan konsumen dalam memilih dengan baik. Kesan konsumen terhadap kemudahan penggunaan metode COD dalam kenyamanan pembelian meliputi kepercayaan, keamanan, dan kemudahan.

PT Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE adalah bisnis yang menawarkan layanan pengiriman melalui lautan, udara, dan daratan untuk pengiriman regional dan dalam kota. Dari tahun ke tahun, PT JNE memperluas cakupannya hingga mencakup hampir semua kota di Indonesia, termasuk salah satunya Batam. Meskipun pelanggan JNE Batam menyatakan ketidakpuasannya, PT JNE telah mengembangkan basis pelanggannya dan meraih beberapa penghargaan. Keyakinan, perlindungan, dan kesederhanaan sistem COD pada tahun 2019 mewakili minat beli pelanggan dalam memanfaatkan jasa pengiriman, yang dapat meningkatkan semangat berbelanja karena dengan layanan tersebut dapat menyenangkan konsumen dan dapat mendorong pendapatan bisnis perusahaan.

Konsumen memiliki masalah dengan kepercayaan, di antaranya jeda reguler dalam pengiriman produk yang disebabkan oleh berbagai keadaan, seperti volume barang masuk yang melebihi kapasitas pengangkut yang disewa, menunggu pengangkutan produk melalui darat, udara, dan laut. Akibatnya, pelanggan cenderung tidak mempercayai sistem COD.

Disisi keamanan banyak di jumpai masalah salah satunya kondisi barang yang rusak dan cacat yang di akibat dari *packing* kurang baik dan aman. Hal ini, menyebabkan konsumen yang ragu untuk memakai jasa JNE sehingga menurunkan minat beli konsumen. Selain itu terjadi masalah lain dari keamanan penggunaan sistem COD pada saat konsumen menerima produknya tidak sesuai dengan pesanan seringkali konsumen tidak mau membayar, bahkan memberikan ancaman kepada kurir yang mengantar produk tersebut. Kejadian tersebut terjadi akibat barang yang diantar kurir kemudian diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan pesanan yang dilakukan dengan penjual.

Disisi lain, terdapat masalah kemudahan dalam menggunakan sistem COD yang biasanya terjadi karena kurangnya tingkat pengetahuan konsumen terhadap *product knowledge, business process* dalam menggunakan sistem COD. Selain itu, terdapat kemudahan yang bisa digunakan konsumen yakni konsumen tidak perlu lagi ke *Automatic Teller Machine* (ATM) untuk melakukan transaksi ke penjual, karena sistem COD menggunakan pembayaran tunai ditempat secara langsung. Berikut data perolehan barang COD PT JNE yang masuk di bulan Maret 2021 sampai Maret 2022.

Tabel 1.1 Data Perolehan Barang COD Maret 2021- Maret 2022

No	Periode	Jumlah / AWB
1	Maret 2021	12.696
2	April 2021	14.678
3	Mei 2021	12.227
4	Juni 2021	11.445
5	Juli 2021	12.408
6	Agustus 2021	21.037

Tabel 1.1 Lanjutan

7	September 2021	16.898
8	Oktober 2021	13.747
9	November 2021	13.218
10	Desember 2021	14.287
11	Januari 2022	14.480
12	Februari 2022	13.946
13	Maret 2022	15.645
Total		186.712

Sumber: JNE Batam Sarana CTC, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa untuk jumlah paket COD masuk rata-rata yang tercapai adalah 14.362 per *Airway bill* (Awb) per bulan. Dengan pencapaian periode Maret 2021 sampai 2020 berkisar 186.712 per Awb. Untuk barang masuk tertinggi berada di bulan Agustus 2021 mencapai sekitar 21.037 per Awb untuk barang masuk pada akhir tahun kebanyakan menemui peningkatan yang tinggi karena keinginan masyarakat untuk memakai servis pengiriman meningkat secara drastis seperti pengiriman barang saat hari natal, pakaian, makanan dan lainnya. Untuk pengiriman barang servis COD terkecil berada di bulan Juni 2021 yang mencapai 11.445 per Awb dikarenakan pada awal bulan Juni setiap *seller* akan melakukan pengecekan anggaran stok toko dimana biasanya toko diliburkan sementara saat hari besar lebaran.

Berdasarkan latar belakang di atas didapatkan permasalahan terkait kepercayaan, keamanan dan kemudahan dan hubungannya pada besar minat dari pembelian konsumen dengan menggunakan sistem COD. Kendati demikian, permasalahan ini jarang dilakukan penelitiannya dengan menggunakan objek penelitian di sistem COD JNE,

Peelitian ini juga mengambil referensi dan berupa pengulangan dari penelitian sebelumnya dengan perbedaan terletak di beberapa variabel ataupun objek penelitian (Hanafi, 2021; Ernawati & Noersanti, 2020). Penelitian tersebut secara umum telah mengkonfirmasi kepercayaan, keamanan dan kemudahan terhadap minat beli konsumen menggunakan sistem COD tersebut juga penting diteliti di PT JNE Batam untuk mendapat hasil yang sebenar-benarnya dengan tanpa menjadi subjektif dan tetap mengutamakan akurasi. Berdasarkan uraian masalah di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Sistem COD di PT JNE Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka idetifikasi masalah dapat dijabarkan yaitu:

1. Kurangnya kepercayaan konsumen saat menggunakan COD dikarena barang yang diterima tidak sesuai.
2. Kurangnya keamanan terhadap barang konsumen pada saat pengiriman sehingga barang mengalami kerusakan, karena menggunakan COD konsumen tidak mau membayarnya.
3. Kurangnya kemudahan mendapatkan informasi ke konsumen dalam aturan sistem COD.
4. Minat beli konsumen yang belum dilaksanakan secara maksimal, sehingga konsumen belum ada merasa puas dalam menggunakan ekspedisi JNE Batam.

5. Kurangnya *update* info paket ke konsumen, dapat memperlambat kemudahan dalam pengantaran.

1.3. Batasan Masalah

Dengan mengidentifikasi masalah secara jelas, penulis menetapkan batas-batas masalah agar tetap fokus dan arah pembahasan menjadi jelas sehingga tidak bertentangan dengan tujuan yang dimaksudkan. Mengenai batasan pengkajian ini yakni:

1. Variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini ialah kepercayaan, keamanan dan kemudahan.
2. Variabel terikat yang dipakai pada penelitian ini ialah minat beli konsumen.
3. Objek dari penelitian ini ialah konsumen yang menggunakan servis dengan sistem COD di Tiban Lama Kecamatan Sekupang, Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam?
2. Apakah keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam?
3. Apakah kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam?

4. Apakah kepercayaan, keamanan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang akan di teliti, maka tujuan penelitian ialah:

1. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam.
2. Untuk mengetahui keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam.
3. Untuk mengetahui kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan COD pada JNE Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian disusun dengan harapan agar menambahkan wawasan mengenai jasa pengiriman yang berhubungan kepercayaan, keamanan dan kemudahan terhadap minat beli konsumen menggunakan sistem COD dalam menggunakan jasa pengiriman.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Memberikan pandangan peneliti mempunyai pengaruh konsumen sedang menggunakan jasa pengantaran hingga dapat konsumen menetapkan agar bisa memakai sistem COD dengan baik.

2. Bagi institusi

Sebagai acuan dan referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat beli konsumen menggunakan sistem COD bagi perpustakaan Universitas Putera Batam.

3. Bagi Perusahaan

Manfaat memberikan, pengurusan, dan acuan rekomendasi untuk servis pengantaran ketika akan memilih ketentuan menumbuhkan minat beli konsumen bagi PT JNE Batam.