

## Tingkat Kepercayaan Konsumen pada JNE Cabang Banda Aceh

Muhammad Fahmi<sup>1</sup>, Zulfikar<sup>2\*</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia<sup>1</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, Aceh, Indonesia<sup>2</sup>

Email corresponding author: fahmi.by@gmail.com

Diterima: 21-12-2023 | Disetujui: 30-12-2023 | Diterbitkan: 31-01-2024

### ABSTRACT

*The aim of this research is to examine the level of consumer trust in JNE Banda Aceh Branch. The population used is all people who have used JNE Banda Aceh Branch services, the exact number of which is unknown (Unknown Population). The researcher determined the number of samples based on the researcher's abilities, namely 80 samples taken from the people of Banda Aceh City who had used the services of JNE Banda Aceh Branch. The research instrument used was a questionnaire with a Likert scale. The research results showed that the level of consumer trust in JNE Banda Aceh Branch services was more than 70% of what was expected or in good condition*

**Keywords:** Trust; Consumer: JNE

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk meneliti tingkat kepercayaan konsumen pada JNE Cabang Banda Aceh. Populasi yang digunakan yaitu seluruh masyarakat yang pernah menggunakan jasa JNE Cabang Banda Aceh yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*Unknown Population*). peneliti menetapkan jumlah sampel berdasarkan kemampuan dari peneliti sebanyak 80 orang sampel yang diambil dari masyarakat Kota Banda Aceh yang pernah menggunakan jasa JNE Cabang Banda Aceh. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian didapati bahwa bahwa tingkat kepercayaan konsumen pada layanan JNE Cabang Banda Aceh lebih dari 70% dari yang diharapkan atau kondisi baik

**Katakunci:** Kepercayaan; Konsumen: JNE

#### How to Cite:

Fahmi, M., & Zulfikar. (2024). Tingkat Kepercayaan Konsumen pada JNE Cabang Banda Aceh. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 1(1), 5-9.

## PENDAHULUAN

Usaha jasa di Indonesia pada saat ini, mulai dari perusahaan menengah hingga perusahaan besar, swasta maupun negeri terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk menghadapi daya persaingan. Terlebih saat ini terus menjamurnya bisnis *online* mengakibatkan tumbuh dan berkembangnya perusahaan ekspedisi (jasa pengiriman barang). Menjamurnya bisnis *online* tersebut turut berdampak pada meningkatnya usaha jasa pengiriman barang di Kota Banda Aceh maupun di kota-kota lainnya.

Meningkatnya jumlah jasa di bidang pengiriman barang turut memberikan banyak pilihan terhadap konsumen untuk memilih dan menggunakan jasa pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan-pelayanan terbaik, harga yang ekonomis sehingga memudahkan kegiatan dalam pendistribusian barang (Arifin, 2021). Menurut Anugrah, *et.al* (2019) perusahaan jasa pengiriman dalam menanggapi banyaknya persaingan tersebut harus membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Hal itu dikarenakan, loyalitas konsumen memiliki peran penting pada perusahaan. Mempertahankan loyalitas konsumen tersebut berdampak pada meningkatnya kinerja keuangan perusahaan sehingga keberlangsungan hidup perusahaan tetap berjalan. Tidak hanya itu, mempertahankan loyalitas konsumen turut menurunkan angka pengaruh dari kompetitor dari perusahaan jasa pengiriman sejenis. Selain itu, memiliki konsumen yang loyal turut mendorong perkembangan perusahaan dikarenakan konsumen dapat memberikan ide dan saran pada perusahaan.

Anugrah, *et.al* (2019) menyatakan bahwa upaya untuk memperoleh loyalitas konsumen, perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan setiap konsumennya dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik. Namun demikian, untuk mendapat loyalitas konsumen tidak hanya menciptakan kepuasan. Perusahaan harus menciptakan kepercayaan (Arifin, 2021). Artinya ialah ketika kepercayaan diwujudkan oleh perusahaan jasa pada konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan menciptakan sikap yang loyal. Hal itu dikarenakan, pertimbangan pertama konsumen dalam menggunakan jasa/barang dimodali dengan *trust* (kepercayaan).

Kepercayaan pada hakikatnya dapat diartikan sebagai harapan dan keyakinan. Menurut Mowen dan Minor (2002) kepercayaan dalam perihal konsumen ialah berhubungan dengan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang diciptakan konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaatnya. Objek tersebut dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala bentuk apapun, di tempat itu konsumen menaruh sikap percaya. Kepercayaan konsumen berhubungan dengan kesediaan satu pihak menerima risiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan maupun kepercayaan meskipun antara kedua belah pihak tersebut saling mengenal satu sama lain (Arifin, 2021). Anugrah, Jhonny & Enki (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah pemenuhan kepercayaan. Konsumen dapat dikatakan puas dengan jasa/produk yang diberikan perusahaan apabila kepercayaan konsumen terhadap jasa/produk yang diberikan sesuai dan melebihi kepercayaan konsumen. Pada industri jasa, kepuasan konsumen diukur dengan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan.

Banyak sekali perusahaan jasa pengiriman barang yang mudah ditemukan disetiap sudut kota dan diantaranya adalah JNE, Tiki, Pos Indonesia, dan DHL (Prabandari, 2019). JNE merupakan penyedia layanan logistik terbesar dan terlengkap di Indonesia dan pelanggan pengguna jasa JNE juga banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaing bergerak di bidang yang sama. JNE menyediakan dokumen pengiriman, kendaraan, paket, dll (Adha & Mulyana, 2023). Di Indonesia, kantor perwakilan PT. JNE

terdapat 75 unit, 53 unit kantor cabang dan sebanyak 2.073 agen dan sub agennya. JNE adalah perusahaan dalam negeri yang bergerak dalam industri ini. JNE berusaha menjadi yang terbaik agar dapat memenangkan persaingan dalam usaha ini, sebagai penyedia jasa pengiriman barang dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen pengguna jasanya (Dea, 2019).

JNE selalu berusaha memberikan layanan yang terbaik, namun berdasarkan hasil review pengguna layanan JNE merasa layanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Hasil review terhadap layanan JNE masih mengatakan adanya ketidakpuasan layanan yang diberikan oleh JNE seperti, Kasus kerusakan barang, keterlambatan pengiriman, dan sistem online pendukung yang mengecewakan membuat pengguna merasa tidak aman dan tidak nyaman untuk menggunakan jasa pengiriman JNE (Adha & Mulyana, 2023).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang tingkat kepercayaan konsumen pada layanan JNE Cabang Banda Aceh. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang pernah menggunakan jasa JNE Cabang Banda Aceh yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*Unknown Population*). Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 80 orang sampel

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Std. Deviation	Standar	Ket
KEPERCAYAAN KONSUMEN JNE	1	.864	0,300	Valid
	2	.704	0,300	Valid
	3	.808	0,300	Valid
	4	.787	0,300	Valid
	5	.879	0,300	Valid
	6	.725	0,300	Valid
	7	.754	0,300	Valid
	8	.745	0,300	Valid
	9	.707	0,300	Valid
	10	.901	0,300	Valid
	11	.836	0,300	Valid
	12	.641	0,300	Valid

Sumber Data: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari 80 responden, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan penyedia memiliki beberapa aspek yang signifikan. Pertama, dalam kategori

**Tingkat Kepercayaan Konsumen pada JNE Cabang Banda Aceh**

(Fahmi, et al.)

"Kepercayaan Terhadap Keandalan," responden rata-rata memberikan skor sekitar 3.61, menunjukkan tingkat kepercayaan yang baik terhadap keandalan layanan. Meskipun terdapat variasi dalam respons, pengiriman tepat waktu dan keandalan layanan mendapatkan penilaian positif. Selanjutnya, dalam aspek "Kepercayaan Terhadap Kejujuran," rata-rata skor adalah sekitar 3.84, menandakan bahwa biaya pengiriman dan informasi yang diberikan dianggap jujur dan dapat diandalkan. Dalam hal "Kepercayaan Terhadap Kompetensi," rata-rata skor juga sekitar 3.84, mengindikasikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kompetensi karyawan atau pihak terkait. Terakhir, dalam aspek "Kepuasan Pengalaman Menyenangkan," responden tampaknya merasa puas dengan pengalaman mereka, dengan rata-rata skor sekitar 3.65. Kesimpulan keseluruhan adalah bahwa penyedia layanan telah berhasil memenuhi harapan responden dalam hal keandalan, kejujuran, kompetensi, dan memberikan pengalaman yang memuaskan

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Standar	Ket
KEPERCAYAAN KONSUMEN JNE	12	0.849	0,600	Reliabel

Sumber :Data Primer Diolah, 2023

Pengujian reliabilitas terhadap keseluruhan item pernyataan yang ditunjukkan pada tabel 2 diatas dengan nilai *Cronbach's Alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

**Tabel 3. One-Sample Test**

	Test Value = 70					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KEPERCAYAAN KONSUMEN JNE	49.520	79	.006	3.900	3.74	4.06

Sumber :Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 3 di atas, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 49.520 sedangkan untuk tabel distribusi dapat dicari dengan koordinat  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $n-1$  atau  $80 - 1 = 79$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 3.900, dengan begitu dapat disimpulkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,842 > 1,993$ ), untuk hipotesis nilai signifikan  $\alpha$  pada kolom *sig.(2-tailed)* dengan taraf nilai signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$ . Maka dapat diambil keputusan yaitu  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang berarti kualitas layanan JNE Cabang Banda Aceh lebih dari 70% dari yang diharapkan (baik). Hasil penelitian ini mengindikasikan JNE Cabang Banda Aceh mampu memuaskan masyarakat terhadap kualitas layanan sesuai standar pelayanan. Kesimpulannya, nilai-

nilai t-statistik yang tinggi ini menegaskan perbedaan yang signifikan dan tingkat kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terhadap layanan tersebut. Data ini mengindikasikan keberhasilan penyedia layanan dalam menjaga dan meningkatkan standar layanan mereka serta mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang tinggi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan, bahwa tingkat kepercayaan konsumen pada layanan JNE Cabang Banda Aceh lebih dari 70% dari yang diharapkan (baik).

## SARAN

Saran untuk penelitian lebih lanjut, ialah dapat menggali faktor-faktor yang berkontribusi pada tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Ini dapat membantu penyedia layanan dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan juga dapat melibatkan survei mendalam atau wawancara dengan pelanggan untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut tentang persepsi konsumen terhadap layanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, M., & Mulyana, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pengguna JNE Di Bandar Lampung )*. 3, 6517–6528.
- Arifin, M. J. (2021). Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(01), 67–83. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- Dea, S. C. P. M. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Jasa Ekspedisi JNE (Studi Pada Konsumen Pengguna Jasa JNE di Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVIII(3), 245–258.
- Husniadi. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Wulan Kokula Selama Masa COVID -19. *Jurnal Kebangsaan*, 10(20), 52–58. <http://www.jurnal.uniki.ac.id/index.php/jkb/article/view/92>
- Muh Fitrah, L. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Jejak Publisher.
- Yuniarta, F., S., I. B., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 152. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11160>