

BAB 1

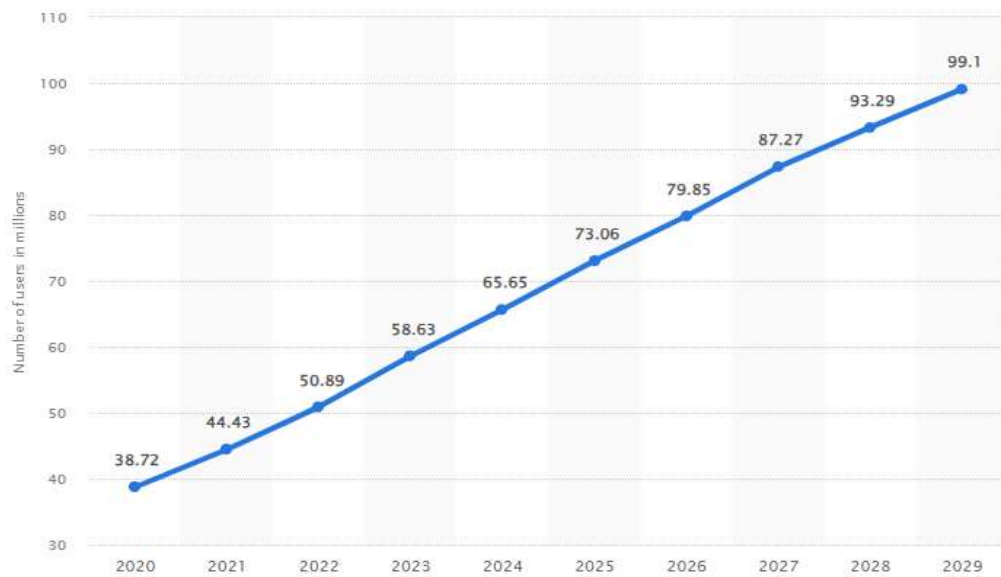
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama beberapa tahun terakhir, pasar *e-commerce* terus menunjukkan peningkatan pesat, didorong oleh kemudahan akses internet, promosi menarik, serta tren belanja praktis. Peningkatan jumlah pengguna ini juga berpengaruh besar terhadap sektor jasa pengiriman. Ketika permintaan belanja *online* naik, kebutuhan akan layanan logistik yang cepat, tepat, dan andal menjadi semakin tinggi. Hal ini mendorong perusahaan pengiriman untuk memperluas jangkauan layanan dan berinovasi dalam hal teknologi serta efisiensi operasional. Pertumbuhan paralel antara *e-commerce* dan jasa pengiriman menjadi indikasi bahwa kedua sektor ini saling mendukung dan akan terus berkembang pesat di masa mendatang. Pengembangan toko *online* atau *e-commerce* perlahan-lahan mengubah metode konsumsi publik. Misalnya dalam metode konsumsi barang, orang sekarang lebih memilih membeli barang di toko *online* daripada harus membeli barang di toko secara langsung. Hal ini merupakan bukti peningkatan pola konsumsi praktis di kalangan masyarakat (Quintania, Julius, and Limakrisna 2023).

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mengalami perkembangan pesat dan membawa dampak signifikan pada berbagai sektor ekonomi. Salah satu dampaknya adalah peningkatan jumlah unit usaha baru yang diinisiasi oleh masyarakat. Dengan kemudahan akses ke platform digital, banyak individu dan pelaku UMKM mulai memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas tanpa harus bergantung pada toko fisik. Hal ini mendorong

lahirnya wirausahawan baru dan memperkuat ekosistem bisnis lokal (Lisnadianti and Information 2022).



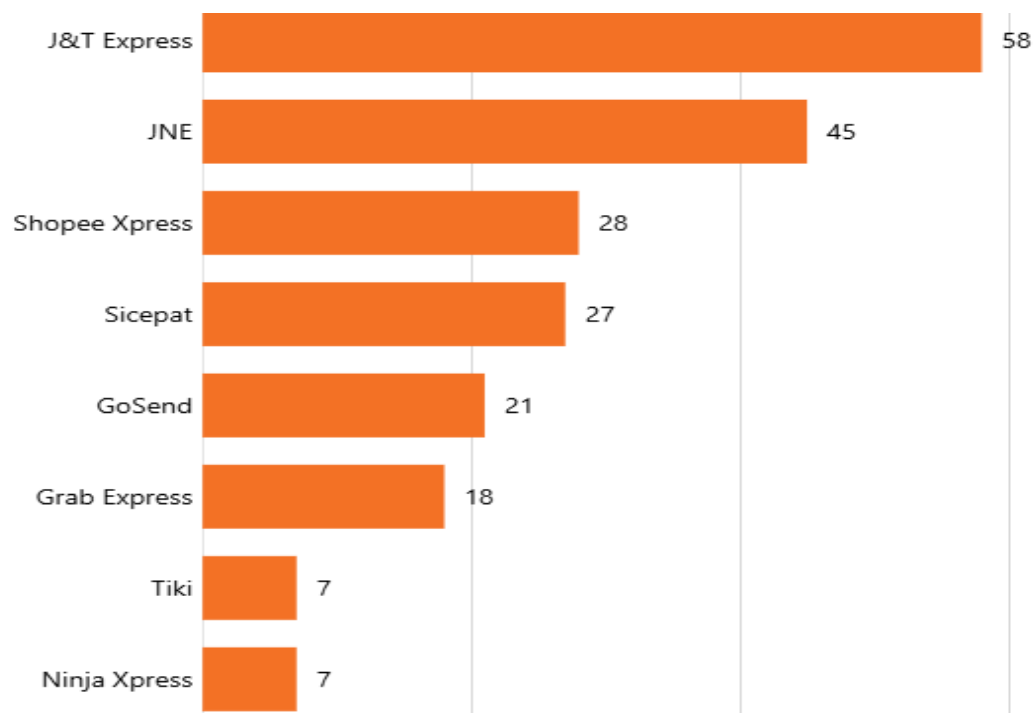
Sumber : (Statista.com 2024)

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia

Menurut survei yang dilakukan oleh Statista.com, (2024) jumlah pengguna di pasar *e-commerce* Indonesia diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan signifikan antara tahun 2024 hingga 2029, dengan tambahan 33,5 juta pengguna atau meningkat sebesar 51,03%. Tren ini mencerminkan konsistensi pertumbuhan pasar, di mana setelah sembilan tahun berturut-turut meningkat, jumlah pengguna diproyeksikan mencapai puncaknya pada 2029 dengan total 99,1 juta pengguna. Pertumbuhan ini sejalan dengan perkembangan kebiasaan belanja masyarakat yang semakin bergeser ke platform digital. Banyaknya pengguna *e-commerce* di Indonesia membuat peluang jasa angkutan cargo atau biasa disebut

perusahaan ekspedisi menjadi sesuatu yang dibutuhkan (Quintania, Julius, and Limakrisna 2023).

Kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memfasilitasi masyarakat umum tetapi juga pebisnis, terutama operator bisnis *online* atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang ke konsumen di seluruh Indonesia dan luar negeri. Jumlah penggemar bisnis belanja *online* semakin meningkat setiap harinya. Hal ini membuat jasa pengiriman memiliki hubungan yang erat dengan pelaku usaha dan konsumen (Hadi, Salbiyah, and Danurwindo 2024).



Sumber : (Databoks 2023)

Gambar 1. 2 Layanan Ekspedisi Yang Digunakan Responden Penjual E-Commerce Indonesia (Juni 2023)

Berdasarkan laporan survei Populix, mayoritas atau 58% penjual *e-commerce* lokal menggunakan layanan ekspedisi J&T Express. "J&T Express menjadi layanan ekspedisi yang paling banyak dipilih karena reputasinya dalam pengiriman paket yang cepat. Di posisi kedua, JNE dipilih oleh 45% penjual. Meskipun sedikit di bawah J&T, JNE tetap menjadi pilihan favorit berkat pengalaman dan jangkauannya yang luas di seluruh Indonesia. Selain itu, layanan Shopee Xpress dan SiCepat juga cukup kompetitif, dengan masing-masing memperoleh 28% dan 27% preferensi dari penjual. Kehadiran Shopee Xpress menunjukkan keterkaitan kuat antara platform *e-commerce* dan layanan logistik, sementara SiCepat dikenal karena menawarkan tarif yang menarik dan layanan yang cepat. Selain itu, layanan pengiriman instan seperti GoSend dan Grab Express juga cukup diminati, terutama di area perkotaan, dengan angka 21% dan 18%. Ini menunjukkan adanya kebutuhan penjual untuk memenuhi permintaan pengiriman cepat dalam hitungan jam. Sementara itu, Tiki dan Ninja Xpress, masing-masing dengan 7%, menunjukkan bahwa meskipun digunakan lebih sedikit, mereka tetap memiliki pasar tersendiri di kalangan penjual (Databoks 2023).

Secara keseluruhan, preferensi penjual *e-commerce* mencerminkan kombinasi kebutuhan akan kecepatan, jangkauan, dan integrasi dengan platform digital. Dominasi J&T Express memperlihatkan bahwa pengiriman cepat dan layanan andal sangat penting dalam bisnis *e-commerce* saat ini.

Perusahaan J&T menyediakan beberapa pilihan layanan yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berikut ini adalah tabel yang berkaitan dengan variasi jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan J&T.

Tabel 1. 1 Variasi Jenis Layanan J&T

No	Jenis Layanan	Deskripsi Layanan
1	J&T Express (EZ)	Jangka waktu sampai paket 2-3 hari, dapat dijangkau untuk seluruh wilayah Indonesia
2	J&T Express <i>Economy</i> (ECO)	Jangka waktu samapi 5-14 hari, dapat dijangak untuk seluruh wilayah pulau Jawa dengan tujuan pengiriman Pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan Bali
3	J&T Super	Jangka waktu sampai paket 1-2 hari, dapat dijangkau untuk wilayah Jawa, Bali, Kalimantan, Sulawesi, dan Batam.
4	J&T Jemput Paket Mandiri (Jemari)	Konsumen dapat mengambil sendiri pesanannya di <i>Drop point</i> terdekat J&T Express. Layanan ini hanya terjangkau untuk wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi
5	J&T <i>Sameday Service</i> (JSD)	Layanan pengiriman yang (dihari yang sama pengiriman paket sampai kekota tujuan)

Sumber : J&T Express ,2023

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa J&T menyediakan berbagai jenis layanan tergantung dengan kebutuhan konsumen. Jika konsumen membutuhkan layanan pengiriman yang cepat, konsumen bisa memilih J&T Super atau J&T *Sameday Service* (JSD). Untuk konsumen yng ingin memilih paket reguler dengan estimasi waktu sampai paket 2-3 hari, konsumen dapat menggunakan J&T Express (EZ). Bila konsumen ingin menghemat biaya yang harus dikeluarkan, konsumen bisa memilih jenis layanan J&T Express *Economy*. Namun kekurangannya konsumen harus lebih lama menunggu paket sampai ke tujuan karena jangka waktu yang dibutuhkan adalah 5-14 hari. Pilihan lainnya adalah bagi konsumen yang ingin mengambil sendiri barang kiriman di *drop point* terdekat, konsumen dapat memilih jenis layanan J&T Jemari.

Persaingan di berbagai sektor, terutama industri, semakin terlihat jelas seiring dengan perkembangan fisik yang memengaruhi aspek sosial dan budaya. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga menuntut peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam kemampuan memanfaatkan teknologi untuk memahami layanan dan memastikan kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, diperlukan pendekatan yang menguntungkan kedua belah pihak, di mana semua pihak merasa puas tanpa mengalami kerugian. Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan klien dan menjaga keberlangsungan bisnis agar tetap berjalan dan berkembang (Hadi, Salbiyah, and Danurwindo 2024).

Dalam menjalankan layanan pengiriman, kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting bagi keberhasilan J&T. Menurut Kotler dan Keller (2019:138) menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi dengan kualitas pelayanan, menurut Hidayat dan Peridawaty (2020) Mendukung pernyataan bahwa kualitas pelayanan adalah variabel dominan atau penting dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, yang dapat dilihat melalui lima indikator utama, yaitu bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan.

Dalam praktiknya, fenomena yang sering terjadi menunjukkan bahwa pelanggan cenderung menilai kualitas layanan dari aspek-aspek seperti penampilan fisik kantor dan kurir (bukti fisik), perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan individu (empati), konsistensi dalam memenuhi janji layanan seperti ketepatan waktu pengiriman (keandalan), kecepatan dan kesigapan dalam merespons keluhan atau pertanyaan (daya tanggap), serta kemampuan memberikan rasa aman dan kepercayaan melalui profesionalisme petugas (jaminan). Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Misalnya menurut penelitian Wahyuni Siburian dan Lucia Nurbani Kartika (2021); Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz (2018); Wahyu Tri Utomo dan Febriannur Ibnu Fitroh Sukono Putra (2024); Rismayanti dan Tiris Sudartono (2022); dan Muhammad Haikal Aliftian dan Sri Handayani (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh harga. Menurut Kotler dan Keller (2020), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Harga dalam dunia bisnis saat ini menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Selain itu, harga juga dinilai dari kesesuaiannya dengan kualitas produk yang diterima, serta manfaat yang dirasakan setelah penggunaan produk atau jasa tersebut. Di tengah persaingan yang ketat, harga yang

kompetitif atau bersaing dengan perusahaan lain menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan minat dan loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Misalnya menurut penelitian Wahyuni Siburian dan Lucia Nurbani Kartika (2021) dan Muhammad Haikal Aliftian dan Sri Handayani (2021). menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya ketepatan waktu pengiriman juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Ketepatan waktu pengirim Menurut Handoko dalam jurnal Eviani (2021:12), “ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan tersebut baik atau tidak. Fenomena ketepatan waktu pengiriman dipengaruhi oleh tiga faktor utama: transportasi, estimasi barang, dan jarak tempuh Transportasi yang tidak efisien dapat menyebabkan keterlambatan. Estimasi waktu proses yang tidak akurat juga menghambat pengiriman. Sementara itu, semakin jauh jarak yang ditempuh, semakin besar risiko keterlambatan, terutama jika infrastruktur kurang memadai. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni Siburian dan Lucia Nurbani Kartika (2021); Brillyan Jaya Sakti dan Mahfudz (2018); Wahyu Tri Utomo dan Febriannur Ibnu Fitroh Sukono Putra (2024); Muhammad Aliftian dan Sri Handayani (2021) menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan**

Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan J&T Sebagai Jasa Pengiriman Di Kota Lhokseumawe”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe
3. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen pada J&T di Kota Lhokseumawe

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pihak berikut :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan saran dan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan dalam menyediakan data untuk mengevaluasi dan memperbaiki aspek layanan seperti kecepatan pengiriman serta dapat memberikan wawasan tentang prefensi dan harapan pelanggan, memungkinkan J&T untuk menyesuaikan layanan dan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan pasar.

2. Bagi penulis

Untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang industri kurir dan logistik, serta cara-cara J&T beroperasi, yang memperluas wawasan penulis, serta memperoleh keterampilan dalam metode penelitian, analisis data, dan penulisan laporan yang penting dan dapat memberikan kontribusi besar terhadap pengetahuan yang ada tentang J&T dan industri logistik, yang menjadi referensi bagi peneliti atau praktis lain.

3. Bagi ilmu pengetahuan

Dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan serta acuan atau perbandingan dalam suatu kegiatan dalam bidang yang sama serta mendapatkan informasi yang relevan termasuk strategi bisnis dalam memilih J&T. Serta dapat menambah wawasan dan memberikan informasi khususnya dalam bidang

pemasaran jasa dan untuk dikembangkan bagi peneliti lain sebagai dasar acuan penelitian selanjutnya.