

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara berbelanja. Saat ini, hampir semua aktivitas dapat dilakukan secara *online*, salah satunya melalui platform *e-commerce*. Jika sebelumnya masyarakat harus mendatangi toko secara langsung untuk membeli kebutuhannya, kini banyak yang beralih memilih belanja secara *online*. Selain lebih praktis dan menghemat waktu karena tidak perlu keluar rumah, harga yang ditawarkan di *e-commerce* umumnya lebih terjangkau. Pilihan produknya pun jauh lebih beragam dan mudah diakses hanya dengan bantuan perangkat digital. Soliha dan Sandika (2022) menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan aktivitas jual beli yang berbasis *online* di mana transaksi antara penjual dan pembeli tidak secara tatap muka.

Pertumbuhan *e-commerce* sekarang ini tergolong sangat cepat karena masyarakat sudah menempatkan *e-commerce* sebagai gaya hidup. Bahkan, ada yang menganggap bahwa tidak berbelanja secara *online* dinilai ketinggalan zaman. Menteri Komunikasi dan Digital (Menkomdigi), Meutya Hafid menjelaskan bahwa sebanyak 221 juta lebih atau setara 79,5 persen masyarakat Indonesia telah terhubung ke internet. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia, dengan tingkat keaktifan menggunakan internet yang cukup tinggi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* di Indonesia berkembang pesat. Maraknya perdagangan *online* mendorong munculnya pergudangan (*warehouse*) dalam penyimpanan dan

pendistribusian barang melalui jasa ekspedisi dan kurir karena banyaknya permintaan para pelaku bisnis untuk menyalurkan barang dagangannya kepada konsumen. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Lermatan dan Silalahi (2025) yang menyatakan bahwa perkembangan *e-commerce* mendorong optimalisasi *warehouse* sebagai pusat logistik untuk mendukung kelancaran distribusi barang kepada pelanggan.

Saat ini, perkembangan perusahaan ekspedisi di Indonesia tumbuh sangat pesat, banyak diminati, dan semakin kompetitif. Ekspedisi menjadi perantara antara pengirim (pemasok atau produsen) dan penerima dengan skala lebih besar sedangkan kurir lebih fokus pada pengiriman lokal skala kecil. Diperkirakan sebanyak 15.848 usaha pergudangan, ekspedisi dan kurir tersebar di seluruh wilayah Indonesia. (Badan Pusat Statistik, 2022).

Gambar 1. 1 Pengguna Jasa Pengiriman



Sumber: databoks.katadata.co.id (2024), diakses 12 April 2026

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa JNE dan J&T *Express* masih mendominasi sebagai jasa pengiriman yang paling banyak

digunakan oleh pelanggan di Indonesia. Posisi berikutnya diisi oleh Ninja Express, Lion Parcel, Pos Indonesia, SiCepat Express, TIKI, dan Anteraja. Meningkatnya jumlah perusahaan ekspedisi menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman barang semakin tinggi, sekaligus menimbulkan persaingan yang ketat. Perusahaan jasa pengiriman dituntut untuk tidak hanya sekadar mengantarkan paket, tetapi juga memberikan layanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan pelanggan.

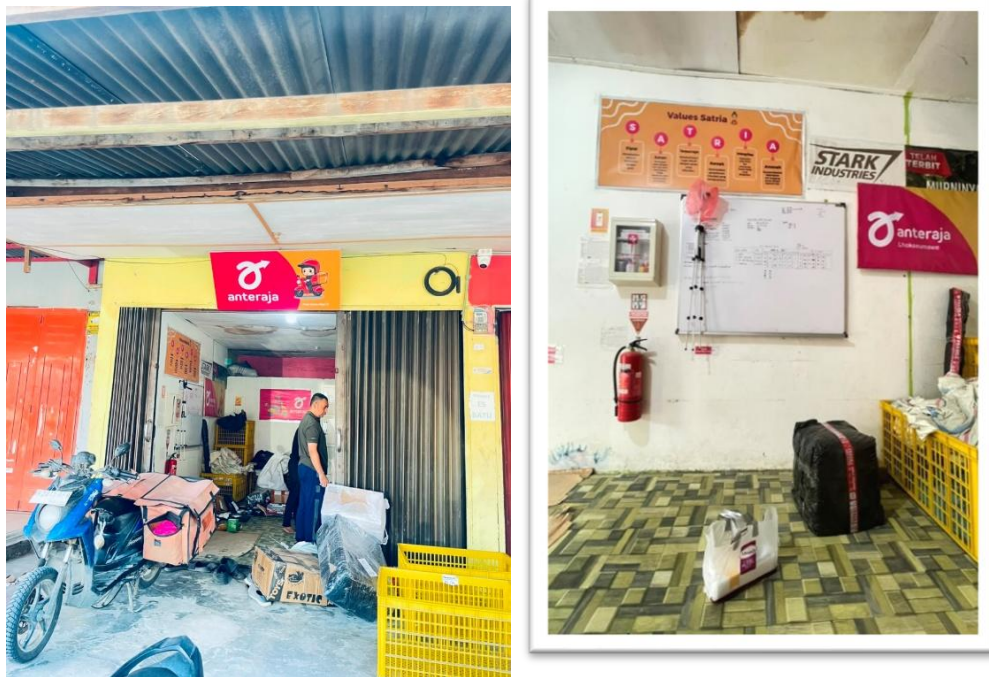
Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perusahaan perlu memprioritaskan pemberian layanan yang optimal kepada pelanggan. Upaya ini dapat dilakukan dengan memenuhi janji layanan, seperti menjaga keamanan barang hingga diterima pelanggan, serta memberikan tanggapan terhadap keluhan secara cepat dan sopan. Apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun dan mendorong pelanggan menyampaikan keluhan (Azizah et al., 2022). Penanganan keluhan yang tepat dan cepat juga terbukti memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Susianti & Anggraeni, 2023). Oleh karena itu, perusahaan jasa ekspedisi harus terus meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi sistem pengiriman.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang berkembang di Indonesia adalah Anteraja. Perusahaan ini dibangun pada tahun 2019 di bawah naungan PT Tri Adi Bersama, yang merupakan bagian dari Triputra Group. Anteraja hadir sebagai perusahaan jasa pengiriman berbasis teknologi digital dengan slogan “*Pasti Bawa Hepi*”. Perusahaan ini menawarkan berbagai jenis layanan, seperti *Same Day Service* (pengiriman 8 jam), *Next Day Service* (1 hari), dan *Reguler Service* (1–9

hari), yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan berbagai pilihan waktu pengiriman (Anteraja, 2021).

Di Kota Lhokseumawe, Anteraja memiliki salah satu *staging store* yang berlokasi di Jl. Samudera, Hagu Selatan, Kecamatan Banda Sakti. *Staging store* tersebut telah beroperasi sejak tahun 2019 dan berperan sebagai pusat operasional distribusi paket di wilayah Lhokseumawe dan sekitarnya. Keberadaan fasilitas ini menjadi bagian penting dalam mendukung proses pengiriman barang agar dapat berjalan lebih cepat dan efisien bagi para pelanggan di daerah tersebut.

Gambar 1. 2
Staging Store Anteraja Cabang Lhokseumawe



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2026.

Dalam operasionalnya, *staging store* Anteraja Lhokseumawe terdiri dari satu orang penanggung jawab operasional serta enam orang kurir yang bertugas melakukan distribusi paket, termasuk satu kurir yang bekerja secara lepas

(freelance). Adapun pembagian tugas pada *staging store* Anteraja Cabang Lhokseumawe dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Pembagian Tugas pada Staging Store Anteraja Cabang Lhokseumawe

No	Nama Satria	Posisi	Tugas
1.	Al Furqan	Penanggung Jawab Operasional	Mengatur dan mengawasi kegiatan operasional serta pembagian paket kepada kurir
2.	Ryan Andika	Kurir	Bertanggung jawab melakukan pengantaran paket kepada pelanggan di wilayah Kecamatan Banda Sakti dan Muara Dua (Desa Kandang), serta Blang Mangat (Desa Punteut).
3.	Try Ardiansyah	Kurir	Bertanggung jawab melakukan pengantaran paket kepada pelanggan di wilayah Kecamatan Muara Satu, meliputi Desa Blang Panyang, Padang Sakti, Paloh Punti, Cot Trieng, Blang Pulo, dan Batuphat Timur.
4.	Mahlidul Kamar	Kurir	Bertanggung jawab melakukan pengantaran paket kepada pelanggan di wilayah Kecamatan Muara Satu (Desa Batuphat Barat), Dewantara, dan Muara Batu.
5.	Irham Zahuri	Kurir	Bertanggung jawab melakukan pengantaran paket kepada pelanggan di wilayah Kecamatan Blang Mangat (Desa Blang Majron dan Jambo Timur), Syamtalira Bayu, dan Samudera.
6.	Zulmi	Kurir	Bertanggung jawab melakukan pengantaran paket kepada pelanggan di wilayah Kecamatan Banda

			Sakti dan Muara Dua, meliputi Desa Uteunkot, Panggoi, dan Paya Punteut.
7	Muktarihil Ahda	Kurir <i>Freelance</i>	Membantu proses pengantaran paket sesuai kebutuhan operasional

Sumber: Anteraja Cabang Lhokseumawe, diolah peneliti, 2026.

Pembagian tugas ini bertujuan untuk mendukung kelancaran proses operasional sehingga paket dapat didistribusikan kepada pelanggan sesuai dengan wilayah dan waktu pengantaran. Cakupan wilayah operasional Anteraja Cabang Lhokseumawe meliputi wilayah Kota Lhokseumawe hingga Lhoksukon, Kabupaten Aceh Utara, dengan batas layanan pengantaran sampai Krueng Mane, Kecamatan Muara Batu. Luasnya cakupan wilayah operasional tersebut membuat proses pengelolaan dan pengantaran paket menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan.

Selain jumlah sumber daya manusia, aktivitas operasional Anteraja Cabang Lhokseumawe juga dapat dilihat dari jumlah paket yang ditangani setiap bulan. Data jumlah paket tersebut dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas distribusi yang dilakukan oleh cabang selama periode pengamatan.

Tabel 1. 2 Jumlah Paket Anteraja Cabang Lhokseumawe Tahun 2026

Bulan	Jumlah paket
Februari	7.120
Maret	9.850
April	8.430
Mei	5.727
Total	31.127

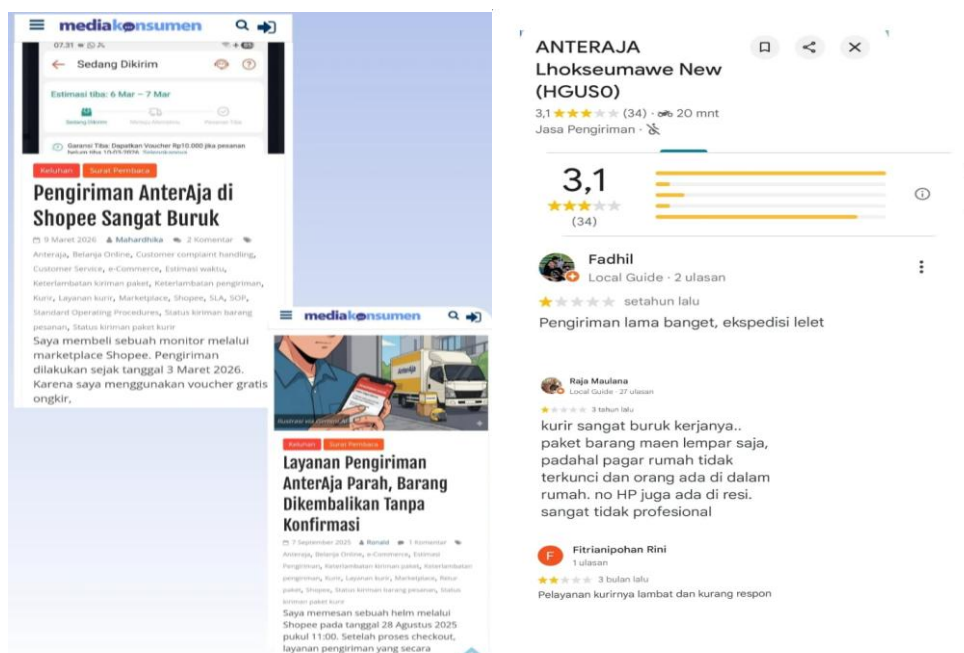
Sumber: Data Anteraja Cabang Lhokseumawe, diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah paket yang ditangani Anteraja Cabang Lhokseumawe selama periode Februari hingga Mei mencapai 31.127 paket. Jumlah paket tertinggi terjadi pada bulan Maret, yaitu sebanyak 9.850 paket, sedangkan

jumlah terendah terjadi pada bulan Mei sebanyak 5.727 paket. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pengiriman pada Anteraja Cabang Lhokseumawe cukup tinggi, sehingga kemampuan perusahaan dalam menjaga kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman menjadi penting untuk diperhatikan.

Meskipun memiliki aktivitas pengiriman yang cukup tinggi, layanan jasa pengiriman Anteraja dalam pelaksanaannya masih menghadapi berbagai kendala. Hal ini terlihat dari adanya pelanggan yang menyampaikan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan maupun kecepatan pengiriman. Kondisi ini dapat diketahui melalui ulasan pada platform publik, seperti *Mediakonsumen*, pada *platform* ini, konsumen dapat menyuarakan pendapat mereka mengenai produk-produk atau jasa yang dikonsumsi, baik berupa pertanyaan, apresiasi ataupun keluhan. Selain itu, tanggapan pelanggan juga dapat ditemukan pada *Google Maps*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima. Fenomena tersebut dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut:

Gambar 1.3 Keluhan Terhadap Ekspedisi Anteraja



Sumber: *Mediakonsumen* dan *Google Maps* (12 April 2026)

Berdasarkan gambar 1.3, terdapat beberapa keluhan pelanggan yang menunjukkan adanya permasalahan dalam pelayanan Anteraja, Berdasarkan ulasan pelanggan pada MediaKonsumen, ditemukan adanya keluhan terkait keterlambatan pengiriman, paket yang belum diterima sesuai dengan estimasi waktu, serta kendala dalam proses pengiriman yang menyebabkan pelanggan merasa kurang puas terhadap layanan Anteraja. Fenomena tersebut juga dilihat melalui penelusuran terhadap 34 ulasan pelanggan pada Google Maps Anteraja Lhokseumawe, ditemukan 17 ulasan yang memberikan penilaian atau tanggapan negatif, atau sebesar 50% dari keseluruhan ulasan yang diamati. Beberapa ulasan tersebut mengeluhkan pengiriman yang lama, ekspedisi yang dinilai lambat, pelayanan kurir yang kurang profesional, serta respons kurir yang kurang baik.

Selain berdasarkan berbagai ulasan pelanggan, peneliti juga melakukan prasurvei terhadap beberapa pengguna jasa pengiriman Anteraja di Lhokseumawe dan sekitarnya. Prasurvei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, kecepatan pengiriman, dan tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan jasa pengiriman Anteraja. Informasi yang diperoleh dari prasurvei dapat memperkuat fenomena penelitian sekaligus menjadi dasar dalam mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di lapangan. Hasil prasurvei tersebut kemudian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 3 Prasurvei pada Pelanggan Jasa Pengiriman Anteraja

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
Kualitas layanan		19	54,3%	16	45,7%
1	Apakah petugas/karyawan Anteraja terlihat				

	rapi dan profesional?				
2	Apakah fasilitas dan kendaraan pengiriman terlihat dalam kondisi baik?	22	62,9%	13	37,1%
3	Apakah kemasan barang yang digunakan aman dan layak?	23	65,7%	12	34,3%
4	Apakah Anteraja mengantarkan barang sesuai estimasi waktu yang dijanjikan?	17	48,6%	18	51,4%
5	Apakah barang diterima dalam kondisi baik tanpa kerusakan?	22	62,9%	13	37,1%
6	Apakah <i>Customer Service</i> Anteraja merespon keluhan dengan cepat?	16	45,7%	19	54,3%
7	Apakah kurir mudah dihubungi saat proses pengantaran barang?	22	62,9%	13	37,1%
8	Apakah kurir menunjukkan sikap profesional dan sopan?	26	74,3%	9	25,7%
9	Apakah layanan Anteraja memperhatikan kebutuhan pelanggan.	17	48,6%	18	51,4%
Kecepatan Pengiriman					
10	Apakah di Anteraja, waktu	14	40,0%	21	60,0%

	pengiriman barang relatif cepat?				
11	Apakah barang tidak mengalami keterlambatan yang signifikan?	14	40,0%	21	60,0%
Kepuasan Pelanggan					
12	Apakah anda merasa puas dengan pengiriman Anteraja?	18	51,4%	17	48,6%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil prasurvei terhadap 35 responden, dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas layanan, indikator yang memperoleh penilaian tertinggi adalah sikap profesional dan kesopanan kurir, yaitu sebesar 74,3% responden menyatakan setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa kurir Anteraja telah memberikan pelayanan yang baik dalam berinteraksi dengan pelanggan. Sebaliknya, indikator dengan penilaian terendah adalah kecepatan *customer service* dalam merespons keluhan, di mana hanya 45,7% responden yang menyatakan setuju, sedangkan 54,3% menyatakan tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa penanganan keluhan pelanggan masih perlu ditingkatkan.

Pada variabel kecepatan pengiriman, sebanyak 60,0% responden menyatakan bahwa pengiriman barang masih belum cukup cepat dan masih mengalami keterlambatan, sedangkan 40,0% responden menilai pengiriman sudah cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman masih menjadi salah satu permasalahan yang dirasakan pelanggan. Sementara itu, pada variabel kepuasan pelanggan, sebanyak 51,4% responden menyatakan puas terhadap layanan Anteraja, sedangkan 48,6% responden menyatakan belum puas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya

optimal. Oleh karena itu, kualitas layanan dan kecepatan pengiriman masih perlu ditingkatkan agar mampu memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pelanggan. Temuan prasurvei ini menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh kualitas layanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja.

Dalam konsep kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988), kualitas layanan dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang secara langsung dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas layanan menurut Nasyidah (2022), merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Penilaian terhadap kualitas layanan tidak hanya didasarkan pada hasil akhir yang diterima pelanggan, tetapi juga mencakup bagaimana proses penyampaian layanan tersebut dilakukan oleh perusahaan. Penelitian Gaudenzi et al. (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan logistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Febriani (2024) menyatakan bahwa kecepatan pengiriman merupakan faktor utama dalam kualitas layanan yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Kecepatan pengiriman telah menjadi salah satu faktor kompetitif utama dalam industri pengiriman barang, terutama di *segmen last-mile delivery*. Masuch et al. (2024) menunjukkan bahwa pengiriman yang sangat cepat dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan walaupun terkadang berpotensi menimbulkan *trade-off* seperti biaya lebih tinggi atau risiko retur. Oleh karena itu, kecepatan pengiriman bukan hanya soal “seberapa cepat”, tetapi juga soal waktu

siklus pesanan (*order cycle time*), ketepatan waktu pengiriman (*on-time delivery-OTD*) dan estimasi waktu kedatangan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Hasil penelitian tersebut memperkuat bahwa semakin cepat dan tepat waktu layanan pengiriman dilakukan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang tercipta. Oleh karena itu, perusahaan jasa pengiriman seperti Anteraja perlu menjaga kecepatan dan ketepatan waktu dalam proses pengiriman agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan serta meningkatkan citra positif perusahaan.

Kondisi ini semakin relevan untuk diteliti mengingat tingginya persaingan dalam industri logistik di Indonesia. Beberapa perusahaan ekspedisi besar seperti JNE, J&T, SiCepat, Ninja *Xpress*, *Lion Parcel*, hingga Pos Indonesia terus berlomba meningkatkan kualitas layanan dan mempercepat waktu pengiriman demi mempertahankan pelanggan. dan Konsumen Lhokseumawe memiliki banyak pilihan jasa pengiriman, sehingga kepuasan pelanggan menjadi kunci keberlangsungan bisnis bagi ekspedisi Anteraja.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, terlihat bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima, khususnya terkait kualitas layanan dan kecepatan pengiriman pada jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe. Kondisi tersebut diperkuat *oleh* adanya keluhan pelanggan pada platform ulasan publik serta hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi. Selain itu, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas layanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Anteraja di Kota Lhokseumawe menjadi alasan penting dilakukannya penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kecepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe?
2. Apakah kecepatan pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe?
3. Apakah kualitas layanan dan kecepatan pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe.
3. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan dan kecepatan pengiriman secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Anteraja Cabang Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini ada dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis:

- a) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan masukan dasar bagi penelitian berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa, baik pada variabel kualitas layanan, kecepatan pengiriman, maupun kepuasan pelanggan.

- b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang Administrasi Bisnis, khususnya mengenai kualitas layanan, kecepatan pengiriman, dan kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman.

1.4.2 Manfaat Praktis:

- a) Bagi penulis

Menambah wawasan dan pemahaman mengenai konsep kualitas layanan dan kecepatan pengiriman dalam industri logistik. Selain itu, penelitian ini bisa melatih kemampuan penulis dalam menganalisis permasalahan nyata di lapangan, mengolah data, serta menyusun karya ilmiah secara sistematis dan sesuai dengan kaidah akademik.

- b) Bagi konsumen/masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas layanan dan tingkat kecepatan pengiriman jasa Anteraja di Lhokseumawe. Serta menjadi masukan bagi masyarakat dalam proses menggunakan jasa kurir dalam kehidupan sehari-hari.

c) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan agar mampu meningkatkan kualitas layanan, kecepatan pengiriman dengan tujuan agar mampu memenuhi kepuasan dari konsumen.