

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat ekosistem *e-commerce* saat ini disebut oleh mayoritas pemain bisnis logistik sebagai iklim yang subur bagi pertumbuhan industri logistik, terutama pelaku jasa kurir dan layanan ekspedisi. Belum lagi situasi pandemi Covid-19 yang mengubah dan meningkatkan pola berbelanja daring memberikan berkah tersendiri bagi sektor ini. Secara kontras, saat industri transportasi goyah, industri logistik memanen buah manis. Berdasarkan perkiraan Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia meningkat lebih dari 40 persen pada 2021. Peningkatan ini sejalan dengan pergeseran gaya hidup masyarakat ke arah digital dan semakin berkembangnya digitalisasi sistem pembayaran. Cara berbelanja masyarakat pun ikut bergeser dari yang awalnya pasar tradisional beralih ke pasar modern yang dikenal dengan belanja *online*.

Belanja secara *online* merupakan cara konsumen berbelanja dengan menggunakan media elektronik atau jejaring sosial. Transaksi jual beli dilakukan didunia maya, konsumen hanya perlu untuk memilih barang yang mereka sukai kemudian dapat memesannya, setelah melakukan pembayaran via transfer maka barang akan dikirim oleh pihak toko *online* langsung ke rumah. (Nusarika dan Purnami, 2015)

Sejalan dengan penjelasan di atas, menurut hasil survei yang dilakukan oleh Yoshio, Alfons. (2022). Dengan judul “Mayoritas Masyarakat Indonesia

Pernah Belanja *Online*”. Bahwa hasil survei menunjukkan 37,9 persen responden belanja secara daring beberapa bulan sekali. Sekitar 27 persen responden mengaku belanja *online* sebulan sekali. Di tingkat yang lebih intens sekitar 14 responden mengaku belanja *online* dua hingga tiga kali sebulan. Di bawahnya, ada sekitar delapan persen responden yang mengaku belanja online seminggu sekali. Dan paling kecil, hampir dua persen responden mengaku melakukannya setiap hari. (databoks.co.id 2022)

Semakin meningkatnya jumlah masyarakat yang memilih berbelanja secara *online* membuat perusahaan penyedia jasa pengiriman merasakan dampaknya. Peran perusahaan jasa pengiriman begitu besar dalam hal itu. Itulah mengapa peluang bisnis ekspedisi menjadi begitu baik belakangan ini. Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) menyatakan bahwa bisnis logistik akan berkembang di tahun 2022 dengan melihat beberapa faktor diantaranya pertumbuhan ekonomi sebesar 5,0% sampai dengan 5,5 %, inflasi sebesar 3,0 % dan tingkat indeks pembangunan manusia berada 73,41 hingga 73,41 serta nilai tukar rupiah berada diangka Rp. 14.350 per dollar AS (kontan co.id 2022).

Dengan data tersebut, budaya belanja *online* terbukti telah membawa pengaruh terhadap perkembangan bisnis jasa pengiriman barang di Indonesia. Karena tentu saja proses pengiriman barang dalam transaksi jual beli *online* menjadi lebih lancar dengan peran jasa ekspedisi. Semakin banyak transaksi, semakin tinggi juga kebutuhan menggunakan jasa ekspedisi. Dengan adanya jasa pengiriman masyarakat tidak perlu melakukan pengiriman barang secara langsung karena akan membutuhkan biaya, waktu dan tenaga yang lebih banyak lagi dibandingkan dengan menggunakan jasa pengiriman yang tentunya akan lebih

efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan terus meningkatnya jumlah permintaan masyarakat akan penggunaan jasa pengiriman logistik untuk memenuhi kebutuhannya.

Hal ini juga mempengaruhi peningkatan jumlah penyedia layanan jasa ekspedisi. Dan hal tersebut menyebabkan terjadinya persaingan bisnis diantara perusahaan jasa ekspedisi dimana setiap perusahaan berlomba untuk memberikan yang terbaik. Maka dari itu bagi perusahaan jasa ekspedisi khususnya harus mengembangkan cara untuk bisa memberikan kepuasan konsumen supaya bisa bersaing dikalangan jasa ekspedisi lainnya.

Fenomena meningkatnya perusahaan jasa pengiriman sektor logistik ini menimbulkan persaingan di pasar antar perusahaan jasa pengiriman barang atau pengiriman titipan kilat. Persaingan yang dimaksud adalah dalam segi memberikan harga yang terjangkau, memiliki ketepatan waktu pengiriman yang sesuai dengan estimasi dan juga kualitas pelayanan yang diberikan itu memang sudah baik sesuai dengan standar prosedur operasional. Oleh karena setiap jasa ekspedisi berlomba lomba untuk meningkatkan tiga hal tersebut. Tidak terkecuali ekspedisi *Lion Parcel*.

Lion Parcel merupakan salah satu penyedia jasa ekspedisi terbaik di Indonesia. Meskipun tidak terlalu populer seperti JNE dan JNT, tetapi *Lion Parcel* memiliki banyak konsumen dikarenakan *Lion Parcel* didukung jaringan infrastruktur Lion Group antara lain Batik Air, Lion Air dan Wings Air. *Lion Parcel* sebagai salah satu bisnis unit usaha Lion Group yang memiliki modal jaringan dan operasional yang terpercaya dengan dukungan armada pesawat. *Lion*

Parcel memberikan pelayanan pengiriman barang dan dokumen yang terintegrasi dan kepastian dengan jaringan outlet yang tersebar hingga daerah pelosok nusantara.

Lion Parcel terus mengembangkan jaringan dan kinerja pelayanannya untuk memberikan keamanan pengiriman barang dan dokumen yang didukung oleh sistem informasi dan operasi yang terintegrasi serta komitmen atas performa pelayanan atas prioritas guna meningkatkan kualitas pelayanan secara kesinambungan. Didukung oleh sistem operasi yang berbasis internet (*web based*) pengiriman dapat dilacak dengan secara online melalui sistem sehingga memastikan barang dan dokumen yang dikirim diterima tepat waktu. Inovasi tersebut dikembangkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Adapun kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Daryanto & Setyobudi, 2014). Maka dalam hal ini konsumen merasakan kepuasan karena ekspektasi atau harapan mengenai produk perusahaan tersebut terwujud.

Terdapat beberapa faktor yang mungkin memengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi. Hal yang membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam menentukan mana jasa ekspedisi yang menurutnya berkualitas dalam hal pelayanan dan kecepatan pengiriman tetapi memiliki harga yang terjangkau. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau

menggunakan suatu produk atau jasa. Dikarenakan konsumen sekarang lebih selektif dalam menentukan harga yang menurutnya relatif terjangkau untuk sebuah jasa pengiriman barang.

Dengan demikian, harga yang ditawarkan oleh pebisnis apakah mahal atau murah, masuk akal atau tidak masuk akal bertindak sebagai patokan bagi konsumen apakah akan melanjutkan pembelian atau tidak. Kesadaran konsumen tentang harga yang ditawarkan oleh penyedia bisnis atau layanan memberikan keuntungan kepada konsumen untuk membuat perbandingan dan memutuskan apakah perusahaan atau penyedia jasa menawarkan harga yang wajar atau tidak. Dikarenakan konsumen sekarang lebih selektif dalam menentukan harga yang menurutnya relatif terjangkau untuk sebuah jasa pengiriman barang.

Selain harga yang terjangkau, konsumen akan merasa puas dalam menggunakan jasa ekspedisi dikarenakan ketepatan waktu pengiriman barang yang menurutnya sangat tepat waktu sesuai dengan perkiraan atau bahkan bisa barang datang lebih cepat dari perkiraan sebelumnya. Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu adalah jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba. Pada dasarnya pengiriman barang dilakukan sesuai dengan jadwal dari estimasi resi yang tertulis saat sudah dilakukan pemesanan. Maka akan terlihat estimasi barang sampai ke tujuan berapa hari sesuai dengan jenis pengiriman yang dipilih. Terkadang terjadi keterlambatan pengiriman dikarenakan ada kendala pada cuaca, ataupun terjadinya bencana di lokasi pengiriman dan juga bisa dalam hal transportasi darat maupun udara.

Kualitas pelayanan juga penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi. Menurut Kotler & Keller (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Hal yang paling penting adalah dalam pelayanan publiknya.

Adanya fenomena belanja *online* yang mengalami peningkatan menyebabkan terjadinya persaingan diantara perusahaan jasa ekspedisi. Hal tersebut membuat semua perusahaan jasa ekspedisi berlomba-lomba memberikan yang terbaik untuk membuat konsumen merasa puas setelah menggunakan produk jasa tersebut, tidak terkecuali *Lion Parcel* sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman barang.

Meskipun demikian pada *Lion Parcel* Lamongan masih terdapat beberapa hambatan atau permasalahan dalam proses pelaksanaan jasa pelayanannya. Permasalahan tersebut pun tentunya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Salah satu permasalahan yang dirasakan oleh konsumen adalah dalam proses pelayanan yang diberikan oleh petugas di *Lion Parcel* Lamongan yang dinilai kurang maksimal.

Lebih rinci dapat dijelaskan bahwa beberapa konsumen berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan, khususnya pada ketepatan waktu pengiriman barang atau logistik. Hal tersebut dikarenakan proses

pengiriman paket yang dianggap terlalu lama. Normalnya, pengiriman proses pengiriman paket hingga sampai ke tangan konsumen hanya membutuhkan waktu sekitar 2 – 3 hari tergantung pada jarak tempuh, namun faktanya sering terjadi keterlambatan hingga 5 – 10 hari. Pernyataan tersebut juga sejalan dengan hasil *mini research* dan juga wawancara awal yang dilakukan peneliti kepada salah satu konsumen yang kemudian dapat disajikan sebagai berikut:

“Untuk proses pengiriman barangnya itu cenderung lama ya, Mbak. Saya kirim dari Lamongan ke Surabaya sampainya setelah 5 hari, padahal normalnya itu hanya 2 – 3 hari tapi kemarin sampai 5 hari. Menurut saya itu jadi gak sesuai dengan harga yang dibayarkan, padahal kan kita butuhnya dikirim cepat.” (Wawancara pada 16 April 2023)

Sejalan dengan hal tersebut peneliti juga mendapati bahwa beberapa paket yang dikirim menggunakan *Lion Parcel* tidak sampai ke tangan konsumen meskipun statusnya sudah diterima di aplikasi. Menambahkan, salah satu masalah lainnya juga adalah keamanan barang di mana barang dikirim pun mengalami kerusakan yang dianggap tidak sejalan dengan ongkos kirim yang telah dibayarkan. Hal tersebut menandakan bahwa memang masih terdapat permasalahan pada penyedia jasa pengiriman *Lion Parcel* Lamongan yang kemudian dapat diperkuat dengan bukti dari ulasan konsumen pada laman *Google Reviews* milik *Lion Parcel* Lamongan berikut ini:

 **Teguh Hendrix Hartanto**
Local Guide · 4 reviews · 61 photos

★★★★★ 2 years ago

Transaksi lewat BUKALAPAK.
seharian di rumah nunggu paket dari lion parcel, gak ada barang dikirim.

Tapi di Bukalapak terkonfirmasi "barang sudah diterima".

ANEH 🤔🤔🤔🤔

Sangat KECEWA dengan LiON PARCEL 😡😡😡😡

[See translation \(English\)](#)

👍 2 🔄

 **novhita veey**
2 reviews · 2 photos

★★★★★ 3 years ago

Barang sya pecah semua hancur semua, pdhal sudah ada tulisan jangan di banting brng mudah pecah dan hancur, kok masih aja hancur. Ongkir mahal hmpir sma kyak kantor pos. Brng datang hancur semua. Bikin rugi orang aja. Situ enak ga rugi.

[See translation \(English\)](#)

👍 1 🔄

Sumber : *Google Review Lion Parcel Lamongan*

Gambar 1. 1 Ulasan konsumen *Lion Parcel Lamongan*

Selain itu, beberapa konsumen juga berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas *Lion Parcel Lamongan* juga kurang memuaskan, terutama pada bagian *Customer Service* atau CS. Lambannya *response* yang diberikan oleh petugas CS membuat para konsumen menjadi tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal tersebut kemudian dapat diperkuat dengan tangkapan layar ulasan konsumen pada laman *Google Reviews* milik *Lion Parcel Lamongan* berikut ini:



Sumber : *Google Review Lion Parcel Lamongan*

Gambar 1. 2 Ulasan konsumen *Lion Parcel Lamongan*

Dari beberapa penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa memang terdapat beberapa permasalahan dalam proses operasional pengiriman paket pada *Lion Parcel Lamongan* yang kemudian berdampak pada kepuasan konsumen. Sesuai dengan penjelasan pada paragraf sebelumnya dapat dikatakan bahwa

kepuasan konsumen didasari oleh harga, kualitas pelayanan dan juga ketepatan waktu yang harus dipenuhi oleh pihak penyedia jasa layanan atau *Lion Parcel*.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Pada *Lion Parcel* Lamongan**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Pada *Lion Parcel* Lamongan?
2. Apakah Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Pada *Lion Parcel* Lamongan?
3. Variabel manakah yang paling dominan diantara harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi pada *Lion Parcel* Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Pada *Lion Parcel* Lamongan.
2. Untuk mengetahui apakah Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi Pada *Lion Parcel* Lamongan.
3. Untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan diantara variabel harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi pada *Lion Parcel* Lamongan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bahwa harga, kecepatan pengiriman dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi *Lion Parcel*. Sehingga kedepannya bisa di tingkatkan lagi terlebih dalam hal ketepatan waktu pengirim dan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan bisa diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang jasa ekspedisi bahwa kedepannya bisa memanfaatkan ilmunya dengan baik.

3. Bagi Universitas

Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya guna menambah wawasan dan pengetahuan mengenai topik yang ada.

4. Bagi Pihak Lain

Dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan wawasan dan memberikan tambahan ilmu yang baik, selain itu dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk peneliti lainnya dalam mengerjakan penelitian selanjutnya