

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi mendorong pertumbuhan bisnis mengalami peningkatan yang signifikan (Fanani et al., 2020; Muñoz-Villamizar et al., 2024). Persaingan global yang terjadi saat ini menuntut perusahaan untuk senantiasa menjaga kestabilan kualitas produk (Hamzah, 2019). Manusia merupakan salah satu faktor penting sebagai sumber tenaga di dalam suatu sistem proses produksi (Jaelani et al., 2022). Penggunaan layanan pengiriman menjadi krusial dalam menunjang kelancaran transaksi antara penjual dan konsumen. Salah satu perusahaan logistik yang terlibat dalam pengiriman paket adalah J&T Express, yang telah tumbuh pesat dalam beberapa tahun ini. Dalam konteks ini, *Last Mile Delivery* adalah suatu istilah dalam kegiatan manajemen supply chain (rantai pasokan) dan juga dalam perencanaan transportasi dimana menggambarkan pergerakan orang serta barang dari suatu pusat transportasi ke tujuan akhir ke rumah konsumen. Pengiriman *last mile*, langkah terakhir proses pengiriman dari pusat atau fasilitas distribusi ke lokasi pengguna akhir, merupakan komponen penting dalam rantai pasokan yang memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Karena segmen ini secara langsung mempengaruhi ketepatan waktu dan kondisi barang yang dikirimkan. Sehingga mengetahui faktor penyebab produk cacat dan menentukan langkah perbaikan untuk meminimalkan produk cacat perlu dilakukan (Syamsudin et al., 2023).

Perencanaan distribusi erat kaitannya dengan penentuan rute dan pemenuhan order secara tepat demi kepuasan pelanggan dan menekan biaya operasional (Musthofa et al., 2018). Permasalahan penentuan rute kendaraan dengan kapasitas atau disebut dengan CVRP merupakan masalah yang sering terjadi pada penentuan rute pengiriman dalam pendistribusian, terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang distributor (Cahyono et al., 2019). Selain itu juga terdapat banyak risiko dalam proses pengiriman barang pada perusahaan jasa pengiriman. Salah satu risiko yang sering terjadi adalah barang terlambat sampai di konsumen yang disebabkan oleh perusahaan kurang memperhitungkan

waktu berjalan (Hendrawan et al., 2022). Meningkatnya permintaan akan opsi pengiriman yang lebih cepat dan nyaman mendorong perusahaan untuk berinovasi dan menemukan solusi yang lebih efisien dan hemat biaya.

Dalam perspektif operasional, kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) dan listrik menyebabkan biaya operasional produksi semakin besar. Sehingga perlu dicari upaya untuk menekan biaya operasional produksi melalui pengurangan biaya penggunaan bahan bakarnya. (Rijanto, 2019). Pemahaman mendalam ini memberikan persepsi kepada pelanggan terhadap berbagai aspek layanan, membantu perusahaan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Analisis kepuasan layanan pengiriman J&T Express, penggunaan Metode Uji kecukupan data ini digunakan untuk mengetahui cukup atau tidaknya data hasil pengamatan yang telah terkumpul. Uji kecukupan Data dianggap sebagai metode yang efektif dan memungkinkan pengambilan data kepuasan pelanggan yang sistematis dan terstruktur dengan mempertimbangkan berbagai kriteria dan subkriteria yang relevan. Penelitian ini akan fokus pada analisis kualitas layanan pengiriman J&T Express menggunakan kuisioner yang diberikan kepada *Customer*. Melalui pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan prioritas pelanggan, diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan pengiriman. Dengan demikian, perusahaan dapat mengimplementasikan perbaikan yang tepat sasaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya dalam pasar logistik yang kompetitif. Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau sikap konsumen sebagai hasil dari perbandingan antara layanan yang diprediksi dengan yang dirasakan setelah digunakan (Parasuraman dalam Ho dkk., 2012). Konsumen yang puas akan mengulangi pembelian produk dan menyampaikan pesan positif tentang hal itu kepada orang lain. Kepuasan pelanggan yang tinggi harus menunjukkan peningkatan kesetiaan untuk pelanggan saat ini, mengurangi isolasi elastisitas harga pelanggan saat ini dari upaya kompetitif, menurunkan biaya transaksi di masa depan, mengurangi biaya kegagalan, menurunkan biaya menarik pelanggan baru, dan meningkatkan reputasi perusahaan (Anderson dkk. dalam Somasundaram, 2013). Pada penelitian yang dilakukan oleh Ho dkk. (2012) mengamati bahwa variabel yang paling signifikan dalam mencapai

kepuasan di antara pelanggan di industri jasa kurir adalah ketepatan kondisi pesanan. (Fanani et al., 2020)

Penelitian kualitas kepuasan pelanggan J&T Express ini menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) AHP adalah teknik pengambilan keputusan multikriteria yang dikembangkan oleh Saaty (1988) untuk mengevaluasi dan memilih alternatif terhadap sekumpulan kriteria yang telah ditentukan. Kekuatan AHP adalah bahwa ia mengatur faktor-faktor multiatribut secara sistematis, dan memberikan solusi yang terstruktur namun relatif sederhana untuk masalah pengambilan keputusan (Saaty, 1988). (Fanani et al., 2020). Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pertama adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas atau untuk perusahaan logistic dibidang pengiriman produk atau barang yang dikirim harus dipastikan aman tidak ada kerusakan sampai diterima customer. Kedua kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang di harapkan. Lalu yang ketiga emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang di peroleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu. Dan yang keempat harga. Produk yang mempunya kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada customer. Berdasarkan data dan pengalaman yang terjadi selama ini ditemukan atau terdapat di beberapa area yang mendapatkan complain customer yang masih banyak yaitu sekitar 7% perbulan dari 30.000 paket yang diklaim.

Pendidikan tinggi saat ini telah memberi tuntutan kepada mahasiswa untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kemajuan teknologi serta perindustrian yang ada (Prasetya, 2022). Termasuk didalamnya adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM), karena UKM mampu memegang peranan penting

dalam mendorong perekonomian negara melalui penciptaan lapangan kerja baru bagi masyarakat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menemukan inovasi baru (Yanuar et al., 2020). Sehingga berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul Analisis Kepuasan *Home Delivery* dengan mempertimbangkan sistem *Cash On Delivery* pada *Last Mile*.

1.2 Rumusan Masalah

Seberapa besar tingkat Kepuasan Pelanggan pada layanan *Home Delivery* dengan mempertimbangkan Sistem *Cash On Delivery* pada *Last Mile*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat Kepuasan Pelanggan pada layanan *Home Delivery* dengan mempertimbangkan Sistem *Cash On Delivery* pada *Last Mile*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat pada penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis Kepuasan Pelanggan.
2. Optimasi Proses Pengiriman.
3. Pengembangan Strategi Pemasaran.
4. Peningkatan Reputasi Perusahaan.
5. Peningkatan Keunggulan Bersaing.
6. Kontribusi pada Pengembangan Metode Analisis.

1.5 Batasan Masalah

Berikut batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Rencana lokasi penelitian di Drop Point J&T EXPRESS Mojosari Mojokerto.
2. Semua jenis Barang atau Paket.
3. Berat barang kurang dari 5kg.
4. Waktu pengambilan data selama 3 bulan mulai dari Mei-Juli 2024.
5. Situasi dan kondisi perekonomian dianggap normal.

1.6. Asumsi Penelitian

Berikut asumsi pada penelitian ini yaitu:

1. Metode AHP dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan pengiriman J&T Express dan dapat memberikan solusi atau tanggapan yang akurat.
2. Faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, ketepatan waktu, keandalan, keramahan petugas, dan lainnya memiliki dampak signifikan terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.
3. Rekomendasi perbaikan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat diimplementasikan secara praktis oleh manajemen J&T Express dan perbaikan dalam kualitas layanan akan meningkatkan keunggulan bersaing J&T Express di pasar logistik.
4. Variabel independen (faktor-faktor layanan) dapat diukur dengan akurat melalui instrumen survei yang digunakan.

1.7. Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti membahas mengenai Latar Belakang; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; Batasan Masalah; Asumsi Penelitian; Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti membahas mengenai Penelitian Terdahulu; Tinjauan Teori; Hipotesis Penelitian; Model Konseptual; Tahapan Perancangan dan Pengembangan; Kerangka Berpikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti membahas mengenai Studi Literatur dan Lapangan; Lokasi dan Waktu Penelitian; Pengumpulan dan Pengolahan Data; Perancangan dan Pengembangan Desain Kemasan; Analisa Hasil; Pengujian Hipotesis; Penarikan Kesimpulan.