

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENGIRIMAN BARANG TERHADAP PELANGGAN EKSPEDISI J&T

Sulthan An’Nashira¹, Aam Hamdani², Aulia Zikri Rahman³

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

sulthan@upi.edu¹, aam_hamdani@upi.edu², azikrirahman@upi.edu³

Abstrak

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang ekspedisi. Bisnis ekspedisi merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang layanan pengiriman barang antar kota, antar provinsi, antar pulau, bahkan antar negara. Layanan ekspedisi meliputi pengiriman surat, dokumen berharga, pengiriman barang dengan kapasitas kecil hingga besar. Dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi J&T. Metode yang digunakan Systematic Literature Review. Hasil review 15 jurnal mengenai dimensi kualitas pelayanan telah memenuhi kriteria di antaranya jurnal 1-15 jurnal yang diterbitkan pada rentang waktu tahun 2017-2022 dan sumber didalamnya mengenai dimensi kualitas pelayanan, indikator pelayanan pelanggan, dan pengaruh positif pelayanan pelanggan pada ekspedisi J&T. Dari hasil yang telah ditelusuri mengatakan bahwa indikator dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan ekspedisi J&T diantaranya adalah fasilitas, harga, kecepatan pengiriman, keamanan pengiriman, tangible (berwujud), rehablity (kehandalan), responsiveness (tanggapan), assurance (jaminan), emphaty (empati), product quality (kualitas produk). Indikator tersebut dijadikan sebagai penunjang dalam menentukan seberapa puas pelanggan terhadap ekspedisi pengiriman J&T. Setiap indikator yang secara keseluruhan memiliki jumlah 10 indikator pada dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pelanggan ekspedisi J&T, secara keseluruhan menghasilkan atau memberikan nilai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi J&T. Dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai positif dari para pelanggan selama menggunakan ekspedisi J&T.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, literature review, logistik

Abstract

In the current era of globalization, the development of the business world is very rapid, one of which is the business of shipping. The expedition business is a business that is engaged in the delivery of goods between cities, between provinces, between islands, and even between countries. Expedition services include sending letters, valuable documents, sending goods with small to large capacities. Dimensions of the quality of service delivery of goods to customers, service quality has a positive effect on customer satisfaction on J&T expeditions. The method used is Systematic Literature Review. The results of a review of 15 journals regarding the dimensions of service quality have met the criteria, including journals 1-15 Journals published in the 2017-2022 period and the sources in it regarding the dimensions of service quality, customer service indicators, and the positive influence of customer service on J&T expedition. From the results that have been traced, it says that the dimensions of service quality indicators for delivery of goods to J&T Expedition customers include facilities, price, delivery speed, delivery security, tangible, rehablity, responsiveness, assurance, empathy, roduct quality. This indicator is used as a support in determining how satisfied customers are with J&T shipping expeditions. Each indicator which in total has a total of 10 indicators on the dimensions of the quality of service delivery for J&T xpedition customers, as a whole produces or provides a positive influence on customer satisfaction on J&T expeditions. And significantly to customer satisfaction the positive value of customers while using J&T expeditions.

Keywords: *Service quality, literature review, logistics*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang ekspedisi. Bisnis ekspedisi merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang layanan pengiriman barang antar kota, antar propinsi, antar pulau, bahkan antar negara. Layanan ekspedisi meliputi pengiriman surat, dokumen berharga, pengiriman barang dengan kapasitas kecil hingga besar (Denia Putri, 2019; Kristiani et al., 2020; Rahmatuloh & Revanda, 2022; Samapaty, 2015; Samudra & Mulada, 2022; Suwandi ; Putri, 2019).

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang ekspedisi. Bisnis ekspedisi mencakup layanan pengiriman barang antar kota, antar provinsi, antar pulau, bahkan antar negara. Layanan pengiriman ini sangat penting bagi perkembangan bisnis, terutama di era industri 4.0, karena dapat menghemat waktu dan mempercepat distribusi barang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Ghaliah & Ropianto, 2018; Huda et al., 2023; Nuriyana & Hermawansyah, 2022a, 2022b; Setiawan, 2023; Telaumbanua & Kurniawati, 2022; Widiyanti, 2023). Perkembangan bisnis online juga semakin memperbesar kebutuhan akan layanan pengiriman yang cepat dan efisien, yang mendorong munculnya banyak perusahaan ekspedisi seperti Pos Indonesia, TiKi, JNE, Wahana, dan J&T Express.

J&T Express, meskipun relatif baru, telah berhasil memperluas jaringan dan menempatkan dirinya sebagai salah satu pemain utama di Indonesia. Perusahaan ini mengedepankan sistem IT, sehingga mampu memberikan pelayanan pengiriman barang yang mencakup pengiriman domestik dan internasional. Selain itu, J&T Express juga fokus pada pengantaran cepat, terutama untuk mendukung perdagangan elektronik. Namun, dengan adanya persaingan yang semakin ketat, J&T Express harus bisa terus memberikan layanan terbaik agar tetap menjadi pilihan utama konsumen (Dewi & Yosepha, 2020; Kristyanto et al., 2022; Lestari et al., 2020; Nor Athierah bt Zainon et al., 2018; Sin, 2022).

Layanan pengiriman sangat dibutuhkan pada perkembangan bisnis di era industri 4.0 ini (Anatan, 2022; Cisila, 2019; Yogaswara, 2019). Dengan adanya layanan pengiriman berupa pengiriman barang akan memberikan manfaat seperti penghematan waktu dalam mengirim paket sesuai dengan kebutuhan. Adanya perkembangan bisnis di bidang online sangat berdampak pada munculnya beberapa perusahaan ekspedisi seperti Pos Indonesia, TiKi, JNE, Wahana, dan J&T Express. Beberapa perusahaan ekspedisi tersebut bersaing dalam memperoleh pasar yang lebih luas. J&T Express termasuk dalam perusahaan ekspedisi yang tergolong baru dalam perluasan jaringan di Indonesia. J&T Express bergerak dengan mengedepankan sistem IT. Pelayanan pengiriman dari J&T Express mencakup kota, domestik dan internasional serta perdagangan elektronik. Selain itu, J&T Express memberikan pelayanan ambil barang dan pengantaran cepat yang dianggap sebagai pendukung perkembangan perdagangan elektronik.

Dengan munculnya persaingan yang ketat antara perusahaan yang ada saat ini, perusahaan selain harus dapat memberikan layanan yang terbaik dan berkualitas, di sisi lain konsumen juga memiliki sebuah peluang yang lebih luas untuk dapat menentukan dan memilih produk yang ditawarkan dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bahkan konsumen mendapatkan kepuasan atas produk asuransi yang telah dibeli (Ahmad Zikri, 2022; Kurniasari

& Hastuti, 2023; Ningtiyas, 2020; Prasetijowati et al., 2023; Saputra & Riyadi, 2023).

Salah satu faktor penting yang menentukan pilihan konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ekspedisi. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sebagai perusahaan jasa, J&T Express harus terus melakukan survei dan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan agar dapat mempertahankan kualitas yang memuaskan bagi konsumen (Andini & Ningsih, 2020; Mardikaningsih, 2021; Wawan, 2017). Teknologi 4.0 yang digunakan J&T Express dari awal proses penyortiran hingga pengantaran barang, ditambah dengan fitur real-time tracking, memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen dalam memantau proses pengiriman. Keunggulan ini menjadikan J&T Express lebih unggul dibandingkan dengan ekspedisi lainnya.

Namun, dengan semakin banyaknya pilihan jasa ekspedisi yang tersedia, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana kualitas pelayanan J&T Express mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Contoh konkret dari tantangan yang dihadapi J&T adalah ketika terjadi keterlambatan pengiriman yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang kemudian berpotensi menurunkan loyalitas. Misalnya, pada kasus tertentu di Jakarta, adanya penundaan pengiriman selama beberapa hari akibat kendala sistem, yang membuat beberapa pelanggan kecewa. Hal ini menjadi titik perhatian penting bagi J&T Express untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Beragam jenis layanan pengiriman barang diberikan untuk menarik minat konsumen, baik mencakup kota bahkan antar negara. Hal ini dianggap sebagai patokan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar perusahaan menjadi pilihan utama konsumen dalam pemilihan layanan pengiriman barang.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan hal tersebut perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan dan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan.

Pelayanan yang cepat, tepat, aman dan harga terjangkau yang ada pada layanan J&T Express yaitu teknologi terkhusus Teknologi 4.0 dapat mendukung layanan pengiriman dengan visi “Express Your Online Bisnis”. Teknologi ini telah digunakan oleh J&T Express dari awal proses penyortiran hingga barang diterima konsumen. Dengan adanya fitur realtime trace & tracking memberikan konsumen keamanan lebih untuk mengetahui status proses pengiriman. Kelebihan itu menjadikan J&T Express lebih unggul daripada layanan pengiriman ekspedisi lainnya.

Urgensi penelitian ini semakin jelas mengingat dampak langsung yang dimiliki kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan pengiriman yang cepat, aman, dan tepat waktu, mereka akan cenderung setia dan memilih J&T Express lagi di masa depan. Sebaliknya, ketidakpuasan akibat keterlambatan atau kesalahan dalam pengiriman dapat membuat pelanggan beralih ke perusahaan ekspedisi lain. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang dapat langsung berdampak pada loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan pengiriman

barang pada pelanggan J&T Express berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai tambahan, penelitian ini juga akan membahas indikator-indikator penting dalam dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap perusahaan ekspedisi ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi J&T Express untuk meningkatkan pelayanan mereka, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan jasa ekspedisi lainnya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang saat ini dilakukan bertujuan untuk melakukan review atau analisis terhadap penelitian-penelitian yang berhubungan dengan beberapa variabel, yakni pengaruh kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan Ekspedisi J&T. Fokus utama dari review ini adalah untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang mempengaruhi variabel-variabel tersebut, serta untuk menggali lebih dalam tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Indikator-indikator ini dapat diketahui melalui data yang diperoleh dari kuisioner yang disajikan dalam beberapa jurnal yang relevan.

Dalam penelitian ini, digunakan metode systematic literature review (SLR) yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan kualitas pelayanan pengiriman barang dengan kepuasan pelanggan pada Ekspedisi J&T. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini menganalisis dan merangkum temuan-temuan dari berbagai sumber yang relevan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap layanan ekspedisi ini.

Selain itu, dalam proses analisis data, penelitian ini juga akan mempertimbangkan konteks dan perbedaan yang muncul dari masing-masing jurnal yang ditinjau. Beberapa jurnal mungkin memberikan penekanan yang lebih besar pada faktor-faktor teknis seperti kecepatan pengiriman atau akurasi pelacakan, sementara yang lain mungkin lebih menekankan pada interaksi manusiawi antara pelanggan dan kurir. Untuk itu, dilakukan analisis komparatif yang akan memperlihatkan bagaimana berbagai faktor dalam kualitas pelayanan dapat berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan, serta seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Review ini juga akan mengidentifikasi keterbatasan dalam penelitian-penelitian terdahulu, untuk memberikan arah yang lebih jelas bagi penelitian selanjutnya dalam konteks industri ekspedisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Quality Assesment

Hasil review 15 jurnal mengenai dimensi kualitas pelayanan telah memenuhi kriteria di antaranya jurnal 1-15 dapat menjawab semua pertanyaan dari Q1, Q2, dan Q3. Jurnal yang diterbitkan pada rentang waktu tahun 2017-2022 dan sumber didalamnya mengenai dimensi kualitas pelayanan, indikator pelayanan pelanggan, dan pengaruh positif pelayanan pelanggan pada ekspedisi J&T.

Data Analisis

Tahap Data Analisis ini sumber yang sudah ditemukan dan sudah menjalani proses pemilihan akan dianalisis dan hasilnya nanti dapat menjawab Review Question (RQ) yang sebelumnya sudah ditentukan:

Hasil dari Review Question 1 (RQ)

Berdasarkan Review Question 1 atau RQ1 mengenai dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan ekspedisi J&T semua sumber yang diambil sebagai acuan dalam pembuatan artikel ilmiah ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pelanggan pada ekspedisi J&T berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan beberapa indikator yang berhubungan dengan tercapainya kualitas pelayanan pengiriman barang pelanggan. Sehingga apabila persepsi pelanggan atas kualitas layanan tinggi, maka kepuasan pelanggan juga akan tinggi, demikian juga sebaliknya. Ketika kepuasan pelanggan tercapai maka loyalitas pelanggan akan terpenuhi. Ekspedisi harus memenuhi kualitas pelayanan pelanggan dalam pengiriman barang agar pelanggan tidak beralih pada kompetitor ekspedisi lain.

Hasil dari Review Question 2 (RQ2)

Berdasarkan Review Question 2 atau RQ2 mengenai indikator dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan ekspedisi J&T.

Dari hasil yang telah ditelusuri mengatakan bahwa indikator dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan ekspedisi J&T diantaranya adalah fasilitas, harga, kecepatan pengiriman, keamanan pengiriman, tangible (berwujud), reliability (kehandalan), responsiveness (tanggapan), assurance (jaminan), empathy (empati), product quality (kualitas produk). Indikator tersebut dijadikan sebagai penunjang dalam menentukan seberapa puas pelanggan terhadap ekspedisi pengiriman J&T. Semakin banyak indikator yang terpenuhi maka kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh ekspedisi bernilai tinggi. Kepuasan pelanggan yang bernilai tinggi dapat menciptakan pelanggan yang loyal.

Hasil dari Review Question 3 (RQ3)

Berdasarkan Review Question 3 atau RQ3 mengenai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Ekspedisi J&T. kualitas pelayanan pengiriman barang pada ekspedisi J&T berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. jika ditinjau dari indikator fasilitas berpengaruh positif terhadap penjualan. Pada jasa pengiriman jika pelayanannya baik dan sesuai apa yang pelanggan harapkan maka kepuasan pelanggan pun akan tercipta.

Ringkasan Hasil Analisis Data

Review Question telah menunjukkan hasil informasi yang dibutuhkan mengenai bagaimana dimensi kualitas pelayanan, indikator, dan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

No	Aspek	Kategori
1	Dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang konsumen pada ekspedisi J&T	Berdasarkan hasil <i>review question</i> menunjukkan bahwa semua jurnal yang telah dipelajari mencakup aspek- aspek dari kualitas pelayanan pengiriman barang.
2	Indikator dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada ekspedisi J&T	Dari indikator terhadap kualitas pelayanan pengiriman barang mewakili hasil <i>survey</i> kualitas pelayanan pengiriman barang pada ekspedisi J&T.

3	Pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi J&T	Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif terhadap kinerja ekspedisi J&T.
---	---	---

Pembahasan

Perbandingan Layanan Ekspedisi Indonesia (JNE, SiCepat, Anteraja vs J&T)

Berbagai ekspedisi di Indonesia bersaing ketat dalam hal kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. J&T Express yang baru berdiri 2015 segera menantang dominasi JNE. Data Google Trends 2018–2019 menunjukkan J&T sudah menjadi pesaing terdekat JNE dan bahkan mengungguli ekspedisi lain dalam popularitas pencarian. Dalam konteks belanja online 2022, J&T tercatat sebagai jasa pengiriman paling sering digunakan, diikuti SiCepat di peringkat kedua dan JNE ketiga. Anteraja yang diluncurkan 2019 juga tumbuh pesat – pengirimannya naik ~40% di awal pandemi 2020 dan menargetkan >500 ribu paket/hari pada 2021– menambah pilihan bagi konsumen.

Persaingan ini mendorong masing-masing perusahaan meningkatkan layanan. JNE, misalnya, menyatakan kemunculan banyak kurir baru sebagai tantangan positif untuk terus berinovasi demi memenuhi kebutuhan pelanggan. Ekspedisi berlomba memperbaiki kecepatan dan keandalan: SiCepat mengklaim layanan 15-jam tiba dengan tingkat ketepatan 95% di Jabodetabek dan kota besar. Jaminan layanan seperti asuransi ganti rugi juga ditawarkan (misal oleh Anteraja) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, keluhan pelanggan masih kerap muncul. Analisis sentimen media sosial menunjukkan *reliability* (keandalan waktu antar) sebagai sumber utama ketidakpuasan – contohnya, 41% twit tentang SiCepat bernada negatif terkait keterlambatan, dibanding 32% positif. Temuan ini menegaskan bahwa menjaga konsistensi layanan (tepat waktu, paket aman sampai) di semua ekspedisi sangat krusial demi kepuasan pelanggan.

Dimensi Kualitas Layanan dalam Industri Logistik (Studi Nasional & Internasional)

Riset terkini banyak membahas dimensi kualitas pelayanan (*service quality*) di sektor logistik/ekspedisi. Secara klasik, kerangka SERVQUAL dengan lima dimensi – tangible (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan/kepercayaan), dan *empathy* (empati) – sering dijadikan acuan. Dalam konteks ekspedisi, kelima dimensi ini berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Studi internasional (159 responden di Malaysia & Kuwait) menemukan bahwa *reliability*, *responsiveness*, dan terutama *empathy* memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan, di mana empati menjadi faktor paling dominan. Hal senada tergambar pada penelitian lokal Indonesia: kualitas layanan logistik terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi. Artinya, makin tinggi kualitas layanan yang dirasakan (misalnya tepat janji, cepat tanggap, pelayanan ramah), makin puas pelanggan dan cenderung loyal.

Selain lima dimensi SERVQUAL, literatur menyoroti faktor-faktor spesifik industri logistik. Kualitas pelayanan ekspedisi banyak ditentukan oleh ketepatan waktu pengiriman, kemudahan komunikasi dengan kurir, informasi pelacakan (*tracking*), penanganan paket (tidak rusak/hilang), harga pengiriman, opsi pembayaran, hingga keamanan data pelanggan. *Delivery timeliness* sering tercatat sebagai faktor paling krusial yang meningkatkan kepuasan. Sebaliknya, hal-hal seperti fleksibilitas jadwal dan moda pengiriman berpengaruh lebih kecil.

Dengan demikian, dimensi keandalan (tepat waktu, paket utuh) dan kepastian informasi/jaminan cenderung menjadi tolok ukur utama kualitas layanan kurir. Penelitian e-logistics juga mengindikasikan bahwa konsumen kini menuntut kemudahan teknologi dan transparansi; kemampuan melacak kiriman secara real-time dan respon layanan pelanggan yang cepat turut membentuk persepsi kualitas. Secara keseluruhan, literatur terkini sepakat bahwa berbagai dimensi kualitas layanan di atas secara simultan menentukan kepuasan pelanggan dalam jasa kurir.

Studi di Negara Berkembang (Malaysia, India, Filipina)

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi juga ditegaskan melalui penelitian di negara berkembang lain. Malaysia: Sebuah survei lintas negara (Malaysia-Kuwait) tahun 2022 menegaskan tiga dimensi SERVQUAL – keandalan, daya tanggap, empati – berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa kurir, dengan empati sebagai faktor paling signifikan. Temuan ini menyoroti pentingnya kurir memahami kebutuhan pelanggan (bersikap ramah dan peduli) selain sekadar mengantar tepat waktu. Penelitian lain di Malaysia berfokus pada inovasi layanan; misalnya, adopsi teknologi drone untuk pengiriman diteliti sebagai upaya meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi layanan kurir di area terpencil. Hal ini menunjukkan perhatian pada dimensi *tangible* (fasilitas teknologis) dan *responsiveness* terhadap tren baru demi kepuasan pelanggan.

India: Riset di sektor kurir pos India (India Post) pada masa disrupsi pandemi menemukan bahwa kualitas layanan tetap menjadi penentu kunci kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan sampel 408 pengguna, studi 2025 tersebut menguji model hubungan kualitas layanan, kepuasan, loyalitas, dan harga. Hasilnya: kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, yang lalu meningkatkan loyalitas pelanggan. Menariknya, meski di masa sulit konsumen sangat sensitif pada harga, pelanggan bersedia membayar lebih jika layanan pos konsisten terjaga kualitasnya. Ini menegaskan bahwa di pasar berkembang seperti India, upaya meningkatkan mutu layanan (kecepatan, keamanan, kehandalan) dapat menghasilkan kepuasan tinggi hingga pengguna mau tetap setia dan bahkan toleran terhadap biaya lebih. Angka empiris dari studi terkait menunjukkan kontribusi kualitas layanan terhadap kepuasan hampir sebanding dengan faktor harga (masing-masing sekitar 60%), sehingga keduanya perlu dikelola bersama demi mempertahankan kepuasan pelanggan jasa ekspedisi.

Filipina: Penelitian di Western Visayas, Filipina (2024) mengevaluasi kualitas layanan operator kargo ekspres (Air Express Cargo Operators/AECO) dan kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Dengan 91 responden, hasilnya menunjukkan pelanggan menilai kualitas layanan AECO secara umum “sangat penting” dan merasa puas terhadap layanan tersebut. Menurut studi ini, dimensi empathy dari layanan AECO memiliki korelasi positif sangat kuat dengan kepuasan pelanggan (terutama terhadap aspek reliability yang diharapkan pelanggan). Dimensi assurance dari pihak kurir juga berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dalam hal rasa aman/percaya terhadap layanan. Temuan tersebut sejalan dengan pentingnya faktor empati dan jaminan di industri kurir negara berkembang – pelanggan Filipina sangat menghargai keramahan, perhatian, dan kredibilitas layanan di samping faktor kecepatan. Ketersediaan sarana fisik yang baik (*tangibles*) pun terbukti berasosiasi kuat dengan kepuasan, sehingga peningkatan teknologi dan fasilitas disarankan untuk meningkatkan pelayanan AECO. Kesimpulannya, studi-studi di Malaysia, India, dan Filipina sama-sama menggarisbawahi bahwa kualitas layanan yang unggul (reliabel, tanggap, amanah, empatik) akan berujung pada

pelanggan lebih puas dan loyal, bahkan di pasar negara berkembang dengan karakter dan tantangan berbeda.

Tren Pelanggan Ekspedisi di Indonesia (Nielsen, Katadata, Google Trends)

Beberapa data tren menunjukkan bagaimana persepsi dan loyalitas pelanggan ekspedisi berkembang di Indonesia. Penggunaan layanan meningkat pesat: Survei MarkPlus yang dikutip Katadata pada 2020 mencatat 78% responden meningkatkan frekuensi penggunaan jasa kurir selama masa pandemi. Hanya sekitar 17% yang frekuensinya stagnan atau menurun, sisanya mayoritas mengandalkan pengiriman paket lebih sering. Lonjakan ini didorong boom e-commerce, terbukti 70–80% kiriman JNE kini berasal dari transaksi online marketplace dan toko daring. Dengan tingginya permintaan, ekspedisi berlomba merebut pangsa pasar dan hati pelanggan. Popularitas merek juga tercermin dari data Google Trends dan survei. Menurut Google Trends 2017–2018, JNE dan J&T adalah kata kunci jasa pengiriman paling banyak dicari di Indonesia (peringkat 1 dan 2), mengungguli nama-nama lama seperti TIKI, Pos Indonesia, dan pendatang baru SiCepat. Tren pencarian menunjukkan keduanya mengalami peningkatan minat yang tajam, terutama sekitar pertengahan 2018. JNE tampak dominan di beberapa wilayah (misal Kalimantan Utara, Kep. Riau, Banten) dilihat dari volume pencarian regional, sementara J&T secara nasional menanjak cepat seiring agresifnya ekspansi dan kemitraan e-commerce.

Persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap merek ekspedisi turut dipengaruhi pengalaman layanan. Laporan dan survei dari sumber seperti Nielsen atau Katadata sering menempatkan JNE dan J&T sebagai ekspedisi dengan brand awareness dan *top of mind* tertinggi, namun loyalitas pelanggan sangat ditentukan kepuasan layanan. Pelanggan cenderung tetap setia menggunakan kurir yang pengirimannya konsisten tepat waktu, tarif bersaing, dan responsif menangani keluhan. Data riset UIN Jakarta menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan berbanding lurus dengan loyalitas: semakin baik servis dan puas pelanggan, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk repeat order dan merekomendasikan ekspedisi tersebut. Beberapa perusahaan mulai menerapkan program loyalitas dan promo (misal gratis ongkir Anteraja di Jabodetabek) untuk mempertahankan pelanggan. Sementara itu, tren sentimen online memberi wawasan persepsi publik: ekspedisi yang sering bermasalah (terlambat atau paket rusak) mendapat sentimen negatif tinggi, berpotensi menggerus loyalitas jika tak dibenahi. Sebaliknya, peningkatan pelayanan yang terbukti (misal ketepatan waktu naik, komplain turun) dapat memperkuat reputasi dan kepercayaan pelanggan.

Secara keseluruhan, tren menunjukkan pelanggan Indonesia semakin pilih-pilih dan loyal secara selektif terhadap jasa pengiriman. Mereka akan loyal apabila kualitas layanan konsisten sesuai harapan. Kombinasi data survei dan tren digital mengonfirmasi bahwa ekspedisi dengan pelayanan terbaik (cepat, andal, dan customer-centric) akan memenangkan preferensi pelanggan dalam jangka panjang. Upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas pelayanan inilah yang pada akhirnya memperdalam kepuasan dan loyalitas pelanggan ekspedisi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari beberapa jurnal yang telah direview, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan pengiriman barang pada pelanggan ekspedisi J&T memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat sepuluh

indikator dalam dimensi kualitas pelayanan yang keseluruhannya memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, seperti kecepatan, keamanan, ketepatan waktu, tanggapan layanan, serta kualitas interaksi dengan kurir. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan secara umum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh J&T, yang tercermin dari nilai-nilai positif yang mereka berikan selama menggunakan layanan pengiriman tersebut. Hal ini menandakan bahwa J&T berhasil memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang andal dan responsif, sehingga mampu mempertahankan kepuasan dan potensi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1).
- Anatan, L. (2022). Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Era Industri 4.0. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1). <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.14971>
- Andini, M., & Ningsih, R. H. (2020). Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Sukabumi. *Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*.
- Cisila, S. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar*.
- Denia Putri, A. (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Ekspedisi (Studi Pada Herona Express) Suwandi. In *Management, and Industry (JEMI)* (Vol. 2, Issue 1).
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1).
- Ghaliah, Y. H. N., & Ropianto, M. (2018). Aplikasi Layanan Pengiriman Barang Dengan Metode Basis Data. *Academia.Edu*.
- Huda, D. N. I., Prianto, C., & Awangga, R. M. (2023). Analisis Sentimen Perbandingan Layanan Jasa Pengiriman Kurir Pada Ulasan Play Store Menggunakan Metode Decision Tree Dan Random Forest. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 11(02). <https://doi.org/10.33884/jif.v11i02.7952>
- Kristiani, E., Salsabila, T. V., & ... (2020). Rencana Bisnis Pengembangan Produk" Catering Healty Food". *Journal of ...*
- Kristyanto, V. S., Yuanta, N., & Budiarsi, S. Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing TikTok terhadap Brand Loyalty J&T Express. *Majalah Ekonomi*, 27(1). <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no1.a5532>
- Kurniasari, R. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Di Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(8). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.710>
- Lestari, D. C., Andayani, S., & Nasution, U. C. (2020). AnalisisKomparatifTingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap KepuasanKonsumen (Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang di J&T Express dan JNE di Surabaya)No Title. *Dinamika ADBIS UNTAG Surabaya, Vol 6 No 2*.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1). <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Ningtiyas, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.551>
- Nor Athierah bt Zainon, Angel Oon, & Stefanus Rumangkit. (2018). Operation management

- in J&T Express. *International Conference on Information Technology and Business (ICITB)*, 0(0).
- Nuriyana, A., & Hermawansyah, A. (2022a). Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang pada Aplikasi Shopee Indonesia. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(4). <https://doi.org/10.58344/jii.v1i4.58>
- Nuriyana, A., & Hermawansyah, A. (2022b). Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang pada Aplikasi Shopee Indonesia. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(4). <https://doi.org/10.36418/jii.v1i4.58>
- Prasetijowati, T., Kurniawan, B. A., & Irawan, A. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di PT. Kereta Api Logistik Express Gubeng Surabaya. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(2). <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i2.1674>
- Rahmatuloh, M., & Revanda, M. R. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Haluan Indah Transporindo Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1).
- Samapaty, N. (2015). Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Ekspedisi Barang Antar Pulau Pada Pt. Bumi Indah Lines Di Surabaya. *Agora*, 3.
- Samudra, W., & Mulada, D. A. (2022). Penerapan Klausul Force Majeure Dalam Kontrak Bisnis Jasa Ekspedisi Di Masa Pandemi Covid-19B(Studi Pada PT. Pos Indonesia Cabang Selong). *Commerce Law*, 2(2). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i2.2058>
- Saputra, M. R., & Riyadi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Pada Pt Surya Jaya Cargo Di Sandul. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2).
- Setiawan, R. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Layanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode Simple Additive Weighting. *Rabit : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 8(2). <https://doi.org/10.36341/rabit.v8i2.3375>
- Sin, L. G. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction at J&T Express in Malaysia. *International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pasific*, 5(3). <https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i3.1878>
- Suwandi; Putri, A. D. (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Ekspedisi. *Journal Of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(1).
- Telaumbanua, D., & Kurniawati, I. (2022). Penerapan Algoritma C4.5 Untuk Klasifikasi Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Layanan Pengiriman. *JoMMiT : Jurnal Multi Media Dan IT*, 6(1). <https://doi.org/10.46961/jommit.v6i1.524>
- Wawan, N. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Jurusan Sintang – Pontianak Pada Pt. Tiki Cabang Sintang. *Jurnal Produktivitas*, 4(2). <https://doi.org/10.29406/jpr.v4i2.810>
- Widiyanti, W. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Layanan Pengiriman Barang Ke Mancanegara Melalui Media Sosial. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i3.28736>
- Yogaswara, R. (2019). Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah dan Swasta. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.144>