

Pengelolaan Logistik Dan Pengiriman Dalam Pasar Online Dan E-Commerce

Tiara Fitriani Fadilah¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

^{1&2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Manajemen,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email : tiarafitriani6002@gmail.com

Abstract: *Online marketplaces and e-commerce are sectors that continue to grow rapidly in the digital economy. In this context, logistics and delivery management plays a crucial role to ensure customer satisfaction, loyalty, and company profitability. This study aims to investigate the impact of logistics and delivery service quality on customer satisfaction in online and e-commerce markets in Indonesia. Involving 300 consumers transacting through e-commerce platforms, this study used the SERVQUAL and Kano models to measure logistics service quality and customer satisfaction. The results show that all aspects of logistics and delivery service quality, including reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence, have a positive and significant effect on customer satisfaction. The practical implication of this research is the importance of improving logistics and delivery service standards, through improving information systems, operational efficiency, as well as understanding customer needs to increase company satisfaction, loyalty, and profitability in online and e-commerce markets.*

Keywords: *Logistics Management, Shipping, Online Market, E-commerce, Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, Kano Model, Indonesia*

Abstrak: Pasar online dan e-commerce merupakan sektor yang terus berkembang pesat dalam ekonomi digital. Dalam konteks ini, manajemen logistik dan pengiriman memegang peranan krusial untuk memastikan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak kualitas layanan logistik dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di pasar online dan e-commerce di Indonesia. Dengan melibatkan 300 konsumen yang bertransaksi melalui platform e-commerce, penelitian ini menggunakan model SERVQUAL dan Kano untuk mengukur kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa semua aspek kualitas layanan logistik dan pengiriman, termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi praktis penelitian ini adalah pentingnya peningkatan standar layanan logistik dan pengiriman, melalui perbaikan sistem informasi, efisiensi operasional, serta memahami kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan profitabilitas perusahaan di pasar online dan e-commerce.

Kata kunci: Manajemen Logistik, Pengiriman, Pasar Online, E-commerce, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, Model Kano, Indonesia.

PENDAHULUAN

Manajemen logistik dan pengiriman memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan roda pasar online dan industri *e-commerce* yang terus berkembang pesat. Seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, pengelolaan rantai pasokan dan distribusi produk menjadi semakin kompleks. Proses ini melibatkan serangkaian tahap yang meliputi perencanaan teliti terkait persediaan, pengadaan barang, penyimpanan yang efisien, pengemasan yang memenuhi standar, serta pengangkutan dan distribusi produk atau jasa dari penjual hingga tangan konsumen, baik melalui saluran *online* maupun *offline*.

Dalam era digital, pasar online memberikan pelanggan akses mudah ke berbagai produk dan jasa, ditambah dengan fleksibilitas waktu yang tidak terbatas. Namun, di balik keunggulan ini, pasar online juga dihadapkan pada sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan kelancaran operasi. Tantangan-tantangan tersebut melibatkan ketidakpastian permintaan yang fluktuatif, variasi produk yang tak terbatas, persaingan global yang ketat, regulasi pemerintah yang kompleks, masalah lingkungan terkait pengemasan dan pengiriman, serta ekspektasi tinggi dari konsumen terhadap layanan pengiriman yang cepat dan akurat.

Oleh karena itu, manajemen logistik yang efisien tidak hanya menjadi elemen pendukung, tetapi juga kunci utama kesuksesan dalam dunia *e-commerce*. Dengan memastikan bahwa proses-proses logistik dijalankan dengan optimal, perusahaan *e-commerce* dapat memastikan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas mereka. Dalam konteks ini, pendahuluan ini dirinci dalam tiga bagian utama. Latar belakang menjelaskan konsep dasar dan perkembangan pasar online serta menggambarkan tantangan-tantangan unik yang dihadapi dalam manajemen logistik. Sementara itu, tujuan penelitian ditetapkan untuk mengeksplorasi aspek-aspek kunci dari manajemen logistik dalam *e-commerce*, sambil merumuskan hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Terakhir, kerangka penelitian menguraikan secara terperinci metode-metode yang akan digunakan dalam pengumpulan, analisis, dan penyajian data penelitian ini. Pendahuluan ini bertujuan tidak hanya memberikan gambaran luas, tetapi juga pemahaman mendalam tentang kompleksitas manajemen logistik dalam pasar online dan *e-commerce*, dengan tujuan kontribusi signifikan pada pengembangan teori dan praktik di bidang ini.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian: Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei untuk menginvestigasi dampak kualitas layanan logistik dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di pasar online dan *e-commerce* di Indonesia.

Populasi dan Sampel: Populasi penelitian mencakup semua individu yang pernah melakukan pembelian online melalui platform *e-commerce* di Indonesia. Sampel terdiri dari 300 konsumen yang dipilih secara acak menggunakan teknik *simple random sampling*. Kriteria inklusi sampel melibatkan konsumen berusia 18 tahun ke atas, memiliki akses

internet, dan telah melakukan transaksi online sekurang-kurangnya satu kali dalam enam bulan terakhir.

Instrumen Penelitian: Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mencakup pertanyaan tentang karakteristik demografis responden, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan, serta frekuensi pembelian online. Bagian kedua mencakup pertanyaan seputar kualitas layanan logistik dan pengiriman, serta tingkat kepuasan pelanggan. Pertanyaan mengenai kualitas layanan logistik dan pengiriman didasarkan pada model SERVQUAL yang mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan mengacu pada model Kano yang mencakup atribut dasar, atribut prestasi, dan atribut kegembiraan. Skala penilaian menggunakan skala Likert lima poin, berkisar dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).

Prosedur Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui survei online yang disebar melalui media sosial, email, dan pesan singkat kepada calon responden yang memenuhi kriteria inklusi. Responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan jujur dan mandiri dalam waktu maksimal 15 menit. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan, dimulai dari 1 November 2023 hingga 30 November 2023.

Analisis Data: Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai hubungan antara kualitas layanan logistik dan pengiriman dengan kepuasan pelanggan. Sebelumnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan koefisien korelasi item-total dan koefisien *alpha Cronbach*. Selain itu, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi juga dilakukan.

Etika Penelitian: Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, termasuk menghormati hak-hak responden, menjaga kerahasiaan data, memberikan informasi yang akurat tentang tujuan penelitian, memberi kesempatan kepada responden untuk menolak atau keluar dari penelitian tanpa tekanan, serta tidak melakukan manipulasi atau pemalsuan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data: Data yang diperoleh dari 300 responden yang mengisi kuesioner online telah disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan persentase untuk variabel demografis, serta tabel rata-rata dan deviasi standar untuk variabel kualitas layanan logistik dan pengiriman, serta kepuasan pelanggan. Tabel-tabel ini terdapat pada lampiran paper ini. Analisis frekuensi dan persentase menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (60%), berusia 18-25 tahun (40%), memiliki gelar sarjana (50%), bekerja sebagai pegawai swasta (30%), dan melakukan transaksi online 1-2 kali dalam sebulan (40%). Dari tabel rata-rata dan deviasi standar, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata kualitas layanan logistik dan pengiriman adalah 3,72 dengan deviasi standar 0,65, sementara nilai rata-rata kepuasan pelanggan adalah 3,85 dengan deviasi standar 0,58. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, responden merasakan kepuasan terhadap kualitas layanan logistik dan pengiriman yang diberikan oleh platform e-commerce di Indonesia.

Uji Hipotesis: Sebelum dilakukan uji hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item kuesioner memiliki koefisien korelasi item-total di atas 0,3, menunjukkan validitas semua item kuesioner. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki koefisien alpha Cronbach di atas 0,7, menunjukkan reliabilitas semua variabel penelitian. Selain itu, uji asumsi klasik juga telah dilakukan dan menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, atau autokorelasi pada data penelitian. Selain itu, data penelitian juga terdistribusi secara normal, seperti yang terkonfirmasi oleh uji Kolmogorov-Smirnov.

Setelah memenuhi syarat-syarat tersebut, dilakukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
Konstanta	0,52	2,34	0,02
Keandalan	0,21	3,76	0,00
Daya tanggap	0,18	3,21	0,00
Jaminan	0,16	2,89	0,00
Empati	0,14	2,54	0,01
Bukti fisik	0,12	2,17	0,03

Berdasarkan data yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa semua faktor-faktor yang menjadi variabel independen, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dalam layanan logistik dan pengiriman, memiliki dampak positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan logistik dan pengiriman yang disediakan oleh platform e-commerce di Indonesia, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Model regresi linier berganda ini memiliki koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,65, menunjukkan bahwa 65% variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen ini, sementara faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini juga turut memengaruhi sisanya.

Dalam konteks implikasi teoritis, temuan penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang manajemen logistik dan pemasaran. Hasil ini mendukung dan meluaskan model SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (1988), yang mengukur kualitas layanan logistik dan pengiriman melalui lima dimensi yang telah disebutkan sebelumnya. Penelitian ini juga mengonfirmasi dan memperluas model Kano oleh Kano et al. (1984), yang mengidentifikasi tiga kategori kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan logistik dan pengiriman memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pasar online dan e-commerce di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya kualitas layanan logistik dan pengiriman sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik implikasi praktis bagi pelaku bisnis di industri pasar online dan e-commerce di Indonesia. Temuan ini menegaskan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan logistik dan pengiriman. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu meningkatkan standar pelayanan logistik dan pengiriman yang mereka berikan kepada konsumen. Beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- Memperbaiki keandalan layanan logistik dan pengiriman dengan memastikan pengiriman barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan, melalui peningkatan sistem informasi, optimalisasi operasional, kerjasama yang kuat dengan mitra logistik, serta melakukan evaluasi rutin.
- Meningkatkan daya tanggap layanan logistik dan pengiriman dengan mengurangi waktu tunggu, meningkatkan efisiensi, menyediakan opsi pengiriman yang beragam, dan memberikan respons cepat serta ramah kepada pelanggan.
- Memperkuat jaminan layanan logistik dan pengiriman melalui peningkatan kualitas produk, penerapan kontrol mutu, menyediakan garansi atau asuransi, dan menanggapi keluhan pelanggan dengan profesionalisme.
- Meningkatkan empati layanan logistik dan pengiriman dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, melalui segmentasi pasar, penyesuaian produk, personalisasi layanan, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan.
- Menyempurnakan bukti fisik layanan logistik dan pengiriman dengan desain produk yang menarik, kemasan yang rapi, fasilitas pendukung seperti sistem pelacakan dan pusat layanan pelanggan, serta penggunaan teknologi terkini dalam proses logistik dan pengiriman.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui oleh pembaca. Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini membatasi kemampuan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang persepsi, sikap, dan perilaku

konsumen terkait layanan logistik dan pengiriman di pasar online dan e-commerce. Selain itu, sampel penelitian terbatas pada konsumen yang melakukan transaksi di platform e-commerce di Indonesia, sehingga hasilnya tidak dapat menggambarkan variasi karakteristik konsumen dari negara lain. Penelitian ini juga terbatas pada variabel kualitas layanan logistik dan pengiriman sebagai satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti harga, promosi, citra merek, atau kualitas produk.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya: Dalam rangka mengatasi keterbatasan ini, penelitian mendukung penggunaan metode kualitatif atau pendekatan campuran (kombinasi kuantitatif dan kualitatif) untuk menggali informasi yang lebih komprehensif. Metode seperti wawancara, observasi, studi kasus, atau diskusi kelompok fokus dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam dari berbagai negara atau wilayah untuk meningkatkan representativitas hasil. Penggunaan teknik sampling yang lebih representatif, seperti stratified random sampling atau cluster sampling, juga disarankan.

Pentingnya mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan juga harus diakui. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat menggabungkan faktor-faktor seperti harga, promosi, citra merek, atau kualitas produk sebagai variabel independen atau variabel moderating, untuk menyempurnakan kerangka konseptual dan hipotesis penelitian

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menilai dampak kualitas layanan logistik dan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di pasar online dan *e-commerce* di Indonesia. Metode survei digunakan dengan melibatkan 300 konsumen yang pernah bertransaksi melalui platform *e-commerce* di Indonesia. Model SERVQUAL digunakan untuk mengukur kualitas layanan logistik dan pengiriman, sementara model Kano digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik dan pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pasar *online* dan *e-commerce* di Indonesia. Semua aspek kualitas layanan logistik dan pengiriman, termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha di industri pasar online dan e-commerce di Indonesia untuk meningkatkan standar layanan logistik dan pengiriman. Hal ini dapat dicapai melalui perbaikan sistem informasi, peningkatan efisiensi operasional, kerjasama yang erat dengan mitra logistik, serta evaluasi secara teratur.

Pelaku usaha juga harus memperhatikan kebutuhan, harapan, dan preferensi pelanggan dalam menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Dengan cara ini, mereka dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan.

Untuk penelitian dan tindakan selanjutnya, disarankan agar pelaku usaha melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala. Ini akan membantu mereka dalam mengevaluasi kualitas layanan logistik dan pengiriman yang diberikan, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan metode kualitatif atau pendekatan campuran untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi, sikap, dan perilaku konsumen terkait kualitas layanan logistik dan pengiriman di pasar *online* dan *e-commerce*. Selain itu, melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam dari berbagai negara atau wilayah, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga, promosi, citra merek, atau kualitas produk, dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dalam penelitian mendatang..

DAFTAR PUSTAKA.

- Masriansyah, L. (2020). Go Digital and Customer Relationship Marketing sebagai Strategi Pemulihan Bisnis UMKM yang Efektif dan Efisien di Masa Adaptasi New Normal. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 8(4), 126-140.
- Syamil, A., Subawa, S., Budaya, I., Munizu, M., Darmayanti, N. L., Fahmi, M. A., ... & Dulame, I. M. (2023). *Manajemen Rantai Pasok*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firdaus, S. A., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi COVID-19 pada saat new normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46-62.
- Maulida, I. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah).
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 4(2), 36-53.
- Yasmin, G. N. S. A. (2019). Peran logistik dalam kemajuan e-commerce di Indonesia. *Supply Chain Indonesia*, 60-63.
- Pamungkas, B. P., Yamanda, S. C., Permana, B., Hendrawan, B., & Sahara, S. (2023). Analisis Dari Dampak Yang Terlihat Pada Perkembangan E-Commerce Di Era Digitalisasi Dan Rantai Pasok Logistik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 616-621.
- Anandhita, V. H., & Dwiardi, A. R. (2018). Peran Teknologi Informasi dalam Menunjang Proses Logistik bagi Penyelenggara Pos di Era Digital (Kasus di Batam, Semarang, Jakarta, dan Mataram). *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 8(1), 77-94.