

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA KIRIM *J&T EXPRES*

Haedar¹, Tia Juliawati², dan Harmi³

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Palopo

tiajuliawati22@gmail.com

Abstrak

J&T Express adalah bisnis yang didirikan pada 20 Agustus 2015 dan bergerak di industri transportasi grosir Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan dan loyalitas pelanggan J&T Express saling mempengaruhi. Posisi penting diterapkan pada layanan pengiriman yang berkualitas. Memberikan apa yang diinginkan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan kualitas layanan; ini didefinisikan sebagai dampak negatif. Ketika kualitas layanan dianggap standar, hal ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dalam jumlah minimum. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Mayoritas dalam penelitian ini adalah pengguna J&T Express. Sebanyak 33 responden dijadikan sampel dengan menggunakan teknik Sampling Jenuh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang terdiri dari data kuesioner.

Kata-kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Jasa Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

Abstract

J&T Express is a business founded on August 20 2015 and operates in the Indonesian wholesale transportation industry. The purpose of this research is to find out how J&T Express customer satisfaction and loyalty influence each other. An important position is applied to quality delivery services. Providing what customers want is one of the factors that determines service quality; this is defined as a negative impact. When service quality is considered standard, this can result in customer dissatisfaction with the minimum amount of service provided. This research methodology uses a quantitative approach. The majority in this research are J&T Express users. A total of 33 respondents were sampled using the Saturated Sampling technique. The data used in this research is primary data consisting of questionnaire data.

Keywords: Service Quality, Delivery Services, Customer Satisfaction_____

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan jasa pengiriman semakin pesat. Hal ini disebabkan berkembangnya toko online yang menggunakan jasa pengiriman. Ada banyak perusahaan pelayanan di Indonesia, yang paling terkenal adalah J&T Express. J&T Express merupakan perusahaan Indonesia yang menyediakan layanan pengiriman paket. Didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. Perusahaan harus terus berinovasi agar mampu bersaing dan mempertahankan konsumen. suatu jenis inovasi dalam sistem dan layanan pengiriman yang memperkuat loyalitas pelanggan dan mendorong komunikasi terbuka guna memenuhi harapan pelanggan. Kualitas layanan pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Agar dunia usaha dapat bertahan dan terus mendapatkan kepercayaan konsumen, maka mereka harus memberikan pelayanan yang berkualitas. (Errissya Rasywir, 2022)

Sebuah bisnis harus mampu memberikan layanan berkualitas tinggi dan menunjukkan rasa hormat kepada pelanggannya. Untuk meningkatkan dan memperoleh loyalitas pelanggan dan selanjutnya menimbulkan loyalitas pelanggan, maka perlu diperhatikan kualitas pelayanan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

sangatlah signifikan. Kualitas layanan mengacu pada interaksi yang menyenangkan dengan produk atau layanan, lingkungan, manusia, dan proses yang dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan stres pelanggan. (Saputri et al., 2021)

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang fokus pada peningkatan kualitas layanan adalah J&T Express. J&T Express dapat menangani pengiriman lokal dan internasional dengan estimasi waktu dua hari kerja tujuh hari, tergantung tujuan. J&T Express mampu memfasilitasi pengiriman skala besar ke wilayah manapun di Indonesia melalui transportasi udara dan laut, dengan biaya pengiriman jauh lebih rendah. Satu lagi perusahaan jasa pengiriman untuk pengiriman antar pulau. Selain itu juga untuk lebih meningkatkan lagi Layanan J&T Express menyediakan fitur tracking paket, input data pengiriman online melalui website resmi J&T Express. Dengan cara ini, pelanggan bisa mengecek secara langsung waktu sebenarnya. (Meilia & Oktaviani, 2024)

Beberapa faktor yang mempengaruhi atau menentukan kualitas kerja adalah tangibles (berwujud), reliability (keandalan/akurat), responseveness (daya tanggap), assurance (jaminan), emphaty (empati). Pelanggan tengah yang diberikan kualitas pelayanan

yang maksimal pastinya akan merasa terpuaskan dan nantinya akan berpusat pada loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi perilaku pelanggan. Sebaliknya, pelanggan sering kali menerima layanan yang tidak menyenangkan atau menyesatkan, yang membuat mereka tidak dapat dipercaya dan dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan perusahaan.(Saputri et al., 2021)

Menurut Tjiptono (2014), fokus kualitas pelayanan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan bimbingan yang meningkatkan kepuasan pelanggan. J&T Express terkadang lalai dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. seperti keterlambatan pengiriman paket, kerusakan paket atau menjatuhkan paket dan kerusakan kemasan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas layanan pelanggan baik, maka dapat menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Masyarakat harus meningkatkan standar pelayanan konsumen agar masa depan menjadi lebih baik. Menurut penelitian sebelumnya, Rohman dan Abdul (2021) mengatakan bahwa kualitas material tidak berpengaruh signifikan terhadap pengalaman pengguna. Selain kualitas pelayanan, citra merek

merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kotler & Keller (2016:153) menyatakan ketidakpuasan konsumen bermula dari ketidakmampuan masyarakat membandingkan produk atau jasa yang diterimanya dengan harapannya. Jika memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Konsumen diperkirakan akan merasa tidak tenang. Definisi ini dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa sentimen konsumen mengacu pada sejauh mana persepsi individu terhadap suatu produk atau layanan yang diterima setiap pelanggan.(Anita Nurjanah, Nurul Aulia, Errissya Rasywir, 2022)

LITERATUR REVIEW

J&T Expres

J&T Express merupakan perusahaan yang bergerak di pasar pengiriman barang Indonesia. Didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. J&T Express melayani pengiriman ke seluruh pedalaman kota, luar kota, maupun luar negeri. Bukan hanya itu pihak J&T Express juga menyediakan layanan pengambilan barang dan mengantar dengan cepat ke konsumennya, pada waktu yang bersamaan. (Salasiah, 2020)

J&T Express adalah perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi, dan tentunya telah mendapatkan banyak feedback dari para pelanggannya, seperti

dalam hal ini mengenai J&T Express, sebuah brand jasa pengiriman yang berfokus pada bisnis e-commerce yang kami miliki mendapatkan kepercayaan Anda. Indonesia, menunjukkan layanan mencapai hingga 100 juta pelanggan (Tribun News, 2021). ini mengungkapkan bahwa konsumen yang ada memiliki tingkat kepercayaan tertentu terhadap Ekspedisi karena kualitas dan kepuasan yang diberikan dengan menggunakan layanan yang diberikan. Tentu saja hal ini dilakukan untuk menjangkau 100 juta pelanggan. Perusahaan melakukan beberapa survei pasar terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen yang ada. Dalam hal ini, merupakan perkembangan yang sangat penting bagi J&T Express. Apalagi sekarang kita punya program baru bernama J&T Premium, yaitu mengirimkan barang hanya dalam 3 hari dan diambil langsung dari toko. Kami juga menjamin keamanan 100% produk yang dikirim, dijamin oleh produsen atau pengirim. (Aleron & Nurhadi, 2022)

Kualitas Pelayanan

Dalam bisnis, pelayanan sangat penting. Layanan berkualitas bersifat dinamis dan dapat disesuaikan, tidak tetap atau tidak berubah. (Sulistiyowati, 2018) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memusatkan pada upaya untuk memenuhi

kebutuhan dan harapan pelanggan serta dengan ketepatan dalam menyampaikannya maka terwujud kesesuaian yang berimbang dengan keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman, dkk dalam (Sulistiyowati, 2018) indikator dasar yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan oleh bisnis yakni : Empati (empathy), Jaminan (assurance), Daya tanggap (responsiveness), Reliabilitas (reliability), and Bukti fisik (tangibles). Pengendalian kualitas dan praktik bisnis mengacu pada proses suatu produk atau layanan yang dibeli oleh pelanggan. (Tjiptono, 2015:59) (Rosyida & Fatmawati, 2021) (Fatonah et al., 2023)

Kotler & Armstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah cara kerja bisnis yang terus berupaya melakukan perbaikan terhadap proses, produk, dan layanan yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan harus mendapat banyak perhatian dari perusahaan karena mempunyai hubungan yang erat dengan profitabilitas dan skalabilitas perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mempunyai dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ketika kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan pun akan

meningkat. Ketidakpuasan konsumen terhadap penyedia layanan digambarkan sebagai situasi di mana harapan pelanggan terhadap layanan tertentu selaras dengan informasi yang diungkapkan kepada mereka atas layanan yang mereka terima (panjaitan & yuliati,2016). (Salasiah, 2020)

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik pelayanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Lewis dan Booms (1983). Kualitas layanan dapat diartikan sebagai tolok ukur pengguna atau pelanggan. Di sisi lain, tingkat kepuasan pelanggan dapat ditentukan dengan membandingkan jenis layanan yang diterima pelanggan dari suatu penyedia dengan jenis layanan yang diharapkan pelanggan.(Jaya Sakti & Manajemen, 2018)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah komponen yang terkait dengan nilai penciptaan pelanggan. Karena itu, ada manfaat bagi bisnis, seperti hubungan yang harmonis antara bisnis dan pelanggannya, kebijakan layanan pelanggan yang baik, atau rekomendasi dari satu pelanggan ke pelanggan lain yang menguntungkan bisnis.(Sambodo Rio Sasongko, 2021)

Kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan kinerja produk atau hasil melalui harapan perasaan puas atau

kecewa pemakai(Kotler & Keller, 2013). Apabila kinerjanya rendah dari harapannya maka pengguna akan kecewa dan apabila setara harapan pengguna akan merasa puas.(Ramadhani et al., 2021)

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis yang lebih maju guna meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Djaslim Saladin (2003), Perasaan senang atau kecewa seseorang yang ada adalah pengertian kepuasan pelanggan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang bersangkutan dengan kinerja yang diharapkan, sebagaimana Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007). Menurut Tjiptono (2012), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang dipicu oleh kesadaran konsumen bahwa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dengan cara yang wajar dan pantas.

Berdasarkan pendapat para ahli yang dikemukakan oleh umat Islam, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu perasaan jahat yang timbul dari keinginan atau kebutuhan terdalam seseorang untuk dipenuhi. Umpan balik yang diterima pelanggan adalah hasil evaluasi, penilaian, analisis, atau fitur produk atau layanan yang mereka gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka, itulah sebabnya kinerja

mereka sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Metode analisis kuantitatif. Fokus penelitian ini adalah dampak kepuasan dan loyalitas pelanggan pada J&T Express. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di J&T Express. Data yang digunakan dalam proyek penelitian ini adalah data primer. Fokus utama proyek penelitian ini adalah pada teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dengan 33 sampel proyek penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua langkah yaitu validasi data dan reabilitas data menggunakan uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian menggambarkan temuan utama penelitian. Data/informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian hanya untuk hasil dalam hasil dan tulisan ditulis secara sistem. Pembahasan dalam artikel penelitian menjelaskan temuan penelitian.

UJI VALIDITAS

variabel	r hitung	r tabel	sig	ket
X01	0,709	0,344	0,000	Valid
X02	0,608	0,344	0,000	Valid
X03	0,817	0,344	0,000	Valid
X04	0,631	0,344	0,000	Valid
X05	0,632	0,344	0,000	Valid
X06	0,606	0,344	0,000	Valid
X07	0,711	0,344	0,000	Valid
X08	0,744	0,344	0,000	Valid
X09	0,679	0,344	0,000	Valid
X10	0,790	0,344	0,000	Valid

Pembandingan nilai r hitung dan nilai r tabel

- Jika nilai r hitung > r tabel = valid
- Jika nilai r hitung < r tabel = tidak valid cara mencari nilai r tabel dengan N= 34 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai statistic. Maka di peroleh nilai r tabel sebesar 0,339

Melihat nilai signifikansi (sig)

- Jika nilai signifikansi < 0,05= valid
- Jika nilai signifikansi > 0,05= tidak valid

UJI REABILITAS

Koefisien reliabilitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan Cronbach Alpha dengan software SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versi 24. Cronbach Alpha merupakan metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan korelasi atau hubungan antara skala yang dibangun dengan seluruh skala variabel yang tersedia. Instrumen yang digunakan pada variabel ini dikatakan reliabel apabila Cronbach Alpha-nya lebih dari 0,06.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	12

UJI T

1. Jika nilai sig $0,000 < 0,05$ atau t hitung $1,110 > 1,696$ t table maka terdapat pengaruh variable X terhadap Y
2. Jika nilai sig $0,000 > 0,05$ atau t hitung $1,110 < 1,696$ t table maka tidak terdapat pengaruh variable X terhadap Y
 $t_{table} = t_{(at/2;n-k-1)}$ $t = (a;33-2)/t = (0,05; 31) = 1,696$

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan (x) dengan kepuasan pelanggan (y). Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji hipotesis dengan uji t. Sedangkan hasil yang diperoleh dengan t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu thitung (1,110) > t tabel (1,696). Dengan demikian, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

DAFTAR PUSTAKA

- Aleron, B., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa ekspedisi j&t express yang dimoderasi oleh garansi. *Forum Ekonomi*, 24(2), 375–385. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10815>
- Anita Nurjanah, Nurul Aulia, Errissya Rasywir, A. F. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Ekspedisi J & T Express Dengan Metode Algoritma Naive Bayes *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*. 1(April), 78–88.
- Fatonah, H., Rani, & Purwatiningsih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 186–201.
- Jaya Sakti, B., & Manajemen, J. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Meilia, K. D., & Oktaviani, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan J & T Express Terhadap Kepuasan Pelanggan. 10(3), 1683–1691.
- Ramadhani, R. N., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2021). Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Surakarta. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 136–147.

- Rosyida, A., & Fatmawati, R. (2021). Kualitas Pelayanan Perusahaan J&T Express Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Administrasi*, 24(2), 152–157.
- Salasiah, S. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Di Kabupaten Banjar. 1.*
<http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1313/>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Saputri, A. A., Ambarwati, D., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(01), 41–48.
<https://doi.org/10.57084/jmb.v3i01.764>