

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mengalami lonjakan yang signifikan beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin terbiasa melakukan transaksi secara online, menjadikan ekspedisi sebagai elemen penting dalam memastikan barang sampai ke tangan pelanggan dengan tepat waktu. Layanan pengiriman yang cepat, aman, dan efisien menjadi faktor utama dalam menjaga kepuasan pelanggan, melalui peningkatan transaksi *e-commerce* dari tahun ke tahun. Fenomena ini turut mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman barang, sehingga sektor logistik dan ekspedisi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam ekosistem *e-commerce*.

Hal ini berdampak langsung pada peningkatan peran logistik sebagai tulang punggung operasional industri ekspedisi di era digital saat ini. Perusahaan jasa pengiriman seperti *J&T Express* memegang peranan penting dalam kebutuhan logistik modern. Efisiensi sistem logistik dapat menentukan kecepatan pengiriman barang, akurasi pelacakan barang, hingga pengelolaan armada dan gudang. Sistem informasi logistik tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga menjadi penentu utama dalam efektivitas dan efisiensi layanan.

Menurut Laudon & Laudon (2023), sistem informasi yang terstruktur dan *real-time* dapat meningkatkan ketepatan dalam pengambilan keputusan pada proses logistik, yang akan berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ditengah persaingan yang semakin ketat antara perusahaan jasa pengirim barang seperti, JNE, SiCepat, AnterAja, dan Shopee Express. J&T Express perlu meningkatkan sistem informasi logistik yang dimilikinya agar mampu bersaing dalam kecepatan, ketepatan informasi, dan koordinasi distribusi, serta meningkatkan akurasi layanan. Sehingga J&T Express mampu mendukung kualitas layanan secara menyeluruh.

Pelanggan yang merasa puas cenderung akan tetap setia menggunakan layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, untuk mempertahankan eksistensinya, J&T Express perlu memastikan bahwa sistem informasi logistik yang digunakan mampu mendukung kualitas layanan secara penuh, agar dapat membangun kepuasan pelanggan yang akhirnya dapat berdampak pada loyalitas pelanggan mereka. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam oleh konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran dapat berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2016).

Loyalitas pelanggan akan membantu perusahaan dalam menggunakan produk maupun jasa dengan jumlah yang banyak dan pembelian secara berulang (Sunyoto, 2013). Menurut Saputri, *et al* (2021) kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Wade (2023) menyebutkan bahwa komitmen konsumen untuk secara konsisten kembali ke suatu jasa logistik karena lebih memilih berbelanja dengan menggunakan jasa logistik tersebut daripada harus beralih ke jasa logistik yang lain sebagai loyalitas sebagai pelanggan. Loyalitas pelanggan juga merupakan aset berharga bagi perusahaan, terutama dalam bidang logistik yang kompetitif seperti jasa pengiriman. Menurut Santoso, (Havidz, *et al* 2022 ; 2019) loyalitas pelanggan sangat penting bagi keberlangsungan bisnis dan keberlangsungan suatu perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan variabel yang dapat diteliti lebih lanjut, menggunakan *Theory of Customer Satisfaction and Loyalty* yang menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan dapat terbentuk melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator dari faktor-faktor eksternal seperti kualitas layanan dan sistem informasi logistik itu sendiri. Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan keputusan mereka puas cenderung memiliki kepercayaan lebih tinggi, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain sehingga membangun loyalitas jangka panjang.

Pelanggan yang royal adalah seseorang yang sangat tertarik dengan suatu produk atau jasa tertentu, sehingga mereka ingin merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakannya juga. Meningkatkan loyalitas pelanggan menjadikan fokus utama bagi semua perusahaan di era sekarang ini (Hamid, A. *et al.*, 2022). Menurut pandangan Mansori yang dikutip oleh (Amir & Taufan., 2024) pelanggan yang loyal adalah orang-orang yang akan terus memanfaatkan suatu produk atau jasa yang telah disediakan oleh suatu perusahaan. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri jasa pengiriman barang.

Diera digital saat ini, perusahaan logistik dituntut untuk mampu mengelola sistem informasi yang efektif dan memberikan kualitas layanan yang prima guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin tinggi dan menuntut kecepatan serta keakuratan pengiriman. Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya aktivitas *e-commerce* yang membutuhkan layanan pengiriman barang yang handal dan efisien. J&T *Express* sebagai salah satu penyedia layanan pengiriman barang di Indonesia menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan loyalitas pelanggan ditengah persaingan sengit.

Menurut hasil survei yang telah dilakukan oleh *Supply Chain* Indonesia, pertumbuhan sektor *e-commerce* dan peningkatan masyarakat dalam dalam hal daya beli untuk kebutuhan rumah tangga, telah memberikan dorongan untuk industri transportasi logistik dan pelayaran. Asosiasi *e-Commerce* Indonesia (idEA) memperkirakan bahwa nilai transaksi pada bisnis *e-commerce* pada tahun 2023 telah mencapai Rp 700 triliun, prediksi dari Bank Indonesia juga menyebutkan transaksi *e-commerce* dapat meningkat sebanyak 13% ditahun yang sama. Hal ini dapat berpotensi mendorong perusahaan logistik untuk terus berkembang dan dapat menjangkau lebih banyak area untuk meningkatkan layanan mereka.

Dengan peningkatan layanan jasa logistik perlu diperhatikan untuk memberikan layanan dengan efisien dan dapat memuaskan pelanggan jasa dengan baik. Berdasarkan *Top Brand* pada industri jasa pengiriman barang Indonesia dikuasi oleh beberapa jasa pengiriman yang memiliki merk besar, seperti Pos Indonesia, JNE, J&T, Tiki, DHL, dan berbagai perusahaan logistik lainnya. Berikut adalah data menurut hasil survei dari *Top Brand Award* Indonesia kategori jasa kurir di Indonesia tahun 2024.

Tabel 1.1 Data *Top Brand* Jasa Kurir 2024

<i>Brand</i>	TBI
<i>J&T Express</i>	50.90%
<i>JNE Express</i>	11.50%
TIKI	10.20%
Pos Indonesia	9.40%
DHL	4.10%

Sumber : *Top Brand Award* Indonesia (2025)

Dengan sistem informasi logistik yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi, yang berpotensi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sistem informasi logistik adalah suatu teknologi informasi yang digunakan untuk mengelola dan mengoptimalkan aliran barang, jasa, dan informasi dalam suatu perusahaan logistik, mencakup manajemen persediaan, transportasi, pergudangan, dan distribusi. Sistem ini dirancang untuk mempermudah manajemen data dan mempercepat pekerjaan secara efektif dan efisien, terutama dalam pencarian informasi terkait item dalam database sehingga pencarian menjadi lebih mudah dan cepat (Sri Febri Mayona & Sunaryo, 2024).

Menurut Manengal (2021) kualitas layanan adalah keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan. Armaniah, *et al* (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas dari layanan jasa pengiriman barang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas layanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Kepuasan pelanggan sering dianggap sebagai bagian penting dari loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang puas akan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian secara berulang, dan dapat merekomendasikan layanan jasa logistik kepada orang lain (*word-of-mouth positif*). Namun ada sebagian pelanggan yang sudah merasa puas tetapi tidak loyal, dan adanya faktor lain seperti tentang biaya, kebiasaan, dan daya tarik para pesaing. Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui suatu perilaku (pembelian berulang) dan sikap (rekomendasi, preferensi merek).

Hubungan antara sistem informasi logistik dan kualitas layanan cenderung akan memenuhi harapan pelanggan, hal ini akan meningkatkan nilai yang dirasakan dan pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Saat pelanggan merasa puas dengan sistem informasi logistik dan kualitas layanan jasa pengiriman barang, kemungkinan para pelanggan tersebut akan menjadi loyal. Pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Siti Sahara dan Fadly Auliano Romadona (Sahara & Romadona, 2024), menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara sistem informasi logistik dengan efisiensi pengiriman barang, dengan nilai R sebesar 0,816 dan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,666.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Havidz, *et al.*, (2022) menyatakan bahwa faktor-faktor yang menenteukan loyalitas pelanggan pada layanan J&T Express di JABODETABEK, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, dimana kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan variabel sistem informasi logistik, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan digunakan dalam penelitian ini, yang selanjutnya akan dibentuk menjadi model kerangka konseptual yang merupakan pengembangan dalam penelitian ini dengan menggunakan prespektif dari *Theory of Customer Satisfaction and Loyalty*.

Model kerangka konsep tual ini akan diujikan kedalam sebuah perusahaan jasa pengiriman barang J&T *Express* diwilayah Surabaya Utara. Penelitian ini sejalan dengan Asta Cita Pemerintah Indonesia, dalam upaya memperkuat daya saing ekonomi nasional melalui pengembangan pada infrastruktur logistik dan transformasi digital, serta meningkatkan kualitas pelayanan publik di sektor jasa pengiriman barang.

Keterkaitan penelitian ini dengan Asta Cita, terdapat pada poin ke-6 yaitu, mewujudkan Indonesia sebagai negara maritime yang mandiri, maju, kuat, dan berbasis nasional. Hal ini dapat mendukung upaya peningkatan efisiensi dan daya saing logistik nasional dalam memperkuat konektivitas antarwilayah di Indonesia, terutama dalam *e-commerce* dan distribusi barang yang berkembang pesat.

Selain itu, penelitian ini juga mendukung Asta Cita ke-1 dan ke-5, yakni dapat menghadirkan negara dalam melindungi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia. Melalui peningkatan mutu pada layanan logistik berbasis teknologi informasi, dimana masyarakat mendapatkan akses layanan pengiriman lebih cepat, akurat, dan aman. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga mencerminkan peran strategis sektor swasta dalam mendukung pelayanan publik yang efektif. J&T *Express* merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia. J&T *Express* didirikan pada 20 Agustus 2015 dibawah naungan PT Global Jet *Express* yang berkantor pusat di Pluit, Jakarta Utara.

Dalam waktu singkat, J&T *Express* mulai dikenal oleh para pelanggan dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Kehadirannya membuat persaingan pasar logistik semakin ketat, karena keunggulannya yang tidak bisa dipungkiri. Infrastruktur yang telah dibangun oleh J&T *Express* dirancang untuk melakukan layanan yang cepat, aman dan meminimalisir kesalahan kerja (*human error*) yang dapat menurunkan kualitas layanan. Salah satu J&T *Express* yang berkembang pesat adalah J&T *Express* Cabang Surabaya Utara. Perusahaan ini buka setiap hari, pada pukul 08.00 WIB sampai dengan 20.00 WIB.

Meskipun *J&T Express* menunjukkan performa yang kuat dan berhasil memperoleh peringkat tertinggi dalam ajang *Top Brand Award* kategori jasa kurir pada tahun 2024, dimana kondisi ekspedisi di Indonesia tetap memberikan tantangan yang dinamis dan kompetitif. Perusahaan-perusahaan seperti JNE, SiCepat, AnterAja, dan Shopee *Express* terus berinovasi dan memperkuat posisinya melalui strategi harga, kecepatan pengiriman, serta pengembangan layanan berbasis teknologi. Hal ini menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan ekspektasi yang semakin tinggi terhadap penyedia jasa pengiriman. Keberhasilan perusahaan tidak lagi diukur dari banyaknya paket yang dikirim, tetapi dari seberapa besar perusahaan mampu membangun dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Ditengah upaya *J&T Express* untuk memperkuat sistem dan layanan, masih terdapat kesenjangan yang perlu dianalisis secara ilmiah. Belum diketahui secara pasti seberapa besar kontribusi sistem informasi logistik dan kualitas layanan yang diterapkan oleh *J&T Express* terhadap pembentukan loyalitas pelanggan, dan sejauh mana kepuasan pelanggan menjadi faktor mediasi yang menjembatani hubungan antara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam untuk memahami mekanisme hubungan antara sistem informasi logistik, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini fokuskan pada J&T *Express* Cabang Surabaya Utara, sebagai salah satu cabang operasional yang aktif dan memiliki volume pengiriman yang tinggi, guna memberikan gambaran yang lebih spesifik dan aplikatif terhadap fenomena yang sedang berlangsung. Berdasarkan uraian yang disampaikan oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan konsep penelitian dengan judul “Analisis Sistem Informasi Logistik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi pada J&T *Express*”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah sistem informasi logistik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah sistem informasi logistik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah sistem informasi logistik melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
7. Apakah kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan yang sudah ditetapkan, agar fokus dan ruang lingkup kajian menjadi lebih terarah. Pertama, objek penelitian dibatasi hanya pada perusahaan jasa pengiriman J&T Express, sehingga hasil penelitian tidak dapat meluas ke perusahaan jasa pengiriman lain. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T Express yang telah menggunakan layanan pengiriman minimal dua kali dalam enam bulan terakhir, untuk memastikan bahwa mereka telah memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas layanan dan sistem informasi logistik yang digunakan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan, menguji, dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis sistem informasi logistik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara sistem informasi loyalitas pelanggan.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem informasi logistik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan wawasan akademik, khususnya dalam bidang manajemen, sistem informasi logistik, dan perilaku konsumen. Mahasiswa dapat memahami bagaimana variabel-variabel seperti sistem informasi logistik, dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi sarana penerapan ilmu yang didapat saat di bangku kuliah kedalam kasus nyata di dunia industri jasa logistik.

2. Bagi Perusahaan (J&T Express)

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi J&T Express dalam meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas sistem informasi logistik. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat menyusun strategi untuk meningkatkan layanan, guna mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru ditengah persaingan industri logistik yang semakin ketat.

3. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dibidang manajemen pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

1. **BAB 1 PENDAHULUAN**, terdiri dari latar belakang, tujuan, manfaat, rumusan dan batasan masalah.
2. **BAB II LANDASAN TEORI**, berisi teori mengenai penelitian ini dan hipotesis.
3. **BAB III METODE PENELITIAN**, terdiri dari variabel, populasi, sampel, serta teknik analisis data.

4. **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**, berisi gambaran umum objek penelitian dan analisis data.
5. **BAB V PENUTUP**, terdiri dari kesimpulan dan saran.