

BAB I

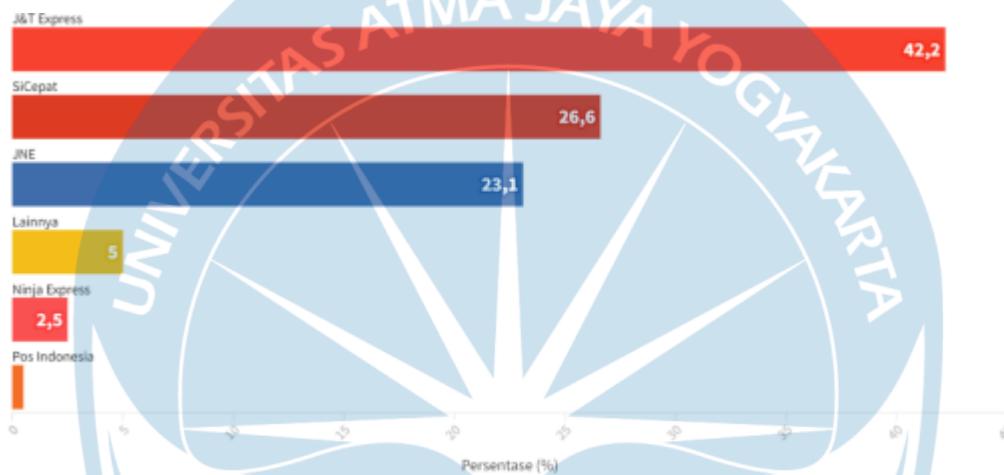
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi ini, ditambah setelah terjadinya pandemi Covid-19 memberikan dampak ke masyarakat yang secara tidak langsung banyak mengubah perilaku dan kebutuhan, dengan menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis dalam melakukan transaksi secara *online*. Menurut MediaIndonesia.com (2023) dalam kuartal 1 2023 belanja *online* masih menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia, hal ini sesuai dengan laporan yang menunjukkan sekitar 80% masyarakat bertansaksi secara *online*. Dengan perubahan yang terjadi, perusahaan jasa juga harus mengoptimalkan berbagai sistem, khususnya dalam hal pemenuhan kebutuhan dan pengiriman barang hingga sampai ke konsumen, pada saat ini pengiriman barang menjadi hal yang tidak asing lagi karena konsumen banyak bertransaksi secara online (Uzir et al., 2021).

Industri jasa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat akan berbagai jenis produk dan jasa dalam berbagai bidang kehidupan (Uzir et al., 2021). Jasa ekspedisi memungkinkan untuk mengirimkan barang dari satu kota ke kota lain dengan aman dan terpercaya. Barang dapat berupa dokumen, logistik, barang elektronik, dan lain-lain. Barang dapat dikirim melalui darat, laut, atau udara. Jarak menjadi hal penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan di gunakan untuk mengangkut barang (DataIndonesia.id, 2022).

Menurut Chung & Welty Peachey (2022) dalam melakukan transaksi atau belanja secara *online* biasanya menawarkan berbagai pilihan jasa ekspedisi untuk mengirimkan produk yang dibeli, masing-masing ekspedisi memiliki berbagai keunggulan, mulai dari harga yang terjangkau hingga kecepatan pengiriman. Berdasarkan hasil survei DataIndonesia.id (2022) ada beberapa jasa ekspedisi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia saat berbelanja *online*.



Gambar 1.1

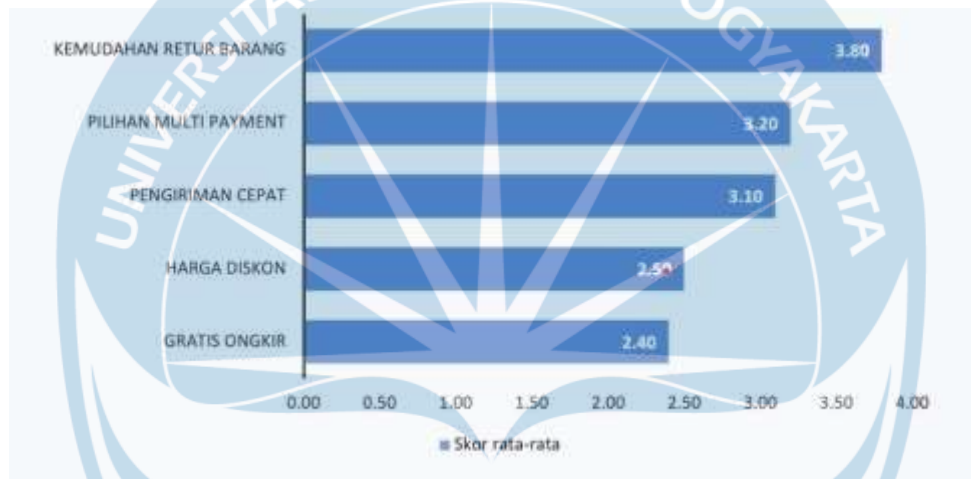
Data Pengguna Ekspedisi di Indonesia Tahun 2022

Sumber: DataIndonesia.id (2022)

Pemilihan pengiriman jasa ekspedisi adalah hal krusial bagi para konsumen maupun pedagang *online*, karena bisa memengaruhi kepuasan dan efektivitas operasional mereka (Ahmed et al., 2023). Untuk memudahkan pengiriman barang logistik dan memenuhi permintaan pengiriman dari skala kecil hingga skala besar, jasa pengiriman logistik menawarkan jenis layanan pengiriman yang diinginkan konsumen dan harga yang disesuaikan dengan berat barang serta jarak yang

ditempuh. Biaya pengiriman biasanya proporsional dengan berat produk dan jarak antara lokasi awal dan tujuan pengiriman (Uzir et al., 2021).

Menurut Uzir et al. (2021) jasa pengiriman ekspedisi terbukti memegang peranan penting dalam berlangsungnya kelancaran produk atau barang hingga sampai ke konsumen. Berdasarkan hasil survei dari Poslogistic.co.id (2022) bahwa sebanyak 70% masyarakat menyatakan mereka lebih memprioritaskan kemudahan dalam pengiriman barang jika berbelanja secara *online* di *e-commerce*.



Gambar 1.2

Data Konsumen Dalam Berbelanja Online 2022

Sumber: Poslogistic.co.id (2022)

Berdasarkan publikasi survei Statistik pada Februari 2022, konsumen lebih menyukai fitur pengiriman cepat dan kemudahan retur barang. Data menunjukkan bahwa jasa pengiriman sangat penting bagi bisnis atau wirausaha untuk mengirimkan barang belanjaan ke konsumen serta dengan pengiriman yang cepat dan mudah, konsumen biasanya juga mendapat harga diskon atau gratis biaya

pengiriman dengan menggunakan jasa ekspedisi tertentu yang mereka anggap nyaman (Al Halbusi et al., 2021).

Dengan adanya layanan elektronik, menjadi salah satu cara untuk melihat sejauh apa sebuah website mampu memfasilitasi kegiatan konsumen yang meliputi transaksi pembelian dan pengiriman produk secara efisien dan efektif. Selain itu tidak hanya produk yang menjadi fokus utama dalam berbelanja online, konsumen tidak perlu khawatir tentang barang yang dikirim melalui jasa pengiriman paket karena mereka dapat melihat bagaimana barang sedang berjalan sejak masuk dan sampai ke tempat tujuan (Prasetyo et al., 2023).

Menurut Puriwat & Tripopsakul (2017) penyedia layanan harus memenuhi harapan konsumen, maka dari itu dalam hal pengiriman tepat waktu, penanganan khusus terhadap produk yang mudah rusak, interaksi yang menyenangkan dengan petugas pengiriman. Oleh karena itu, kepercayaan atau saling ketergantungan antara dua pihak, dapat menjadi faktor penentu karena kepercayaan bertindak sebagai pembuat hubungan antara pembeli dan penjual (Balinado et al., 2021). Faktor kepercayaan yang merupakan faktor penting dalam memastikan keterlibatan pelanggan dalam layanan ekspedisi jasa sehingga transaksi yang dilakukan tidak memiliki hambatan (Haron et al., 2020).

Venkatakrishnan et al. (2023) menyatakan perusahaan dengan bisnis yang baik akan sadar pentingnya perkembangan dengan keunggulan seperti konsumen yang ditargetkan, tren selera, pilihan dan preferensi di antara konsumen, dan identifikasi konsumen potensial dengan beberapa platform- platform *online*, hal

ini dapat memberikan akses lebih cepat ke konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan dan kepuasan dalam melakukan transaksi *online* dengan menggunakan jasa pengiriman ekspedisi hingga sampai ke konsumen dengan baik.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu peneliti menggabungkan dua penelitian dimana penelitian yang pertama dilakukan Uzir et al. (2021) dan Prasetyo et al. (2023). Maka dari itu peneliti menambahkan variabel *independent* yaitu kualitas layanan elektronik dari penelitian Prasetyo et al. (2023) yang dapat menjadi pembeda dari penelitian ini dengan sebelumnya dari segi variabelnya.

1.2 Perumusan Masalah

Transaksi *online* dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup drastis guna memenuhi kebutuhan *primer*, *sekunder*, dan *tersier* konsumen. Dengan perubahan yang terjadi, pengiriman jasa ekspedisi menjadi salah satu kebutuhan yang yang diperlukan karena memudahkan pengiriman barang logistik dan memenuhi permintaan pengiriman dari skala kecil maupun skala besar, serta memiliki peranan penting dalam berlangsungnya kelancaran produk atau barang hingga sampai ke kosumen.

Oleh karena itu, dengan pelayanan elektronik konsumen dapat melihat proses transaksi yang dikirim melalui jasa pengiriman mulai dari awal proses pengiriman hingga sampai ke tujuan, baru setelah itu konsumen dapat melakukan penilain secara menyeluruh karena telah merasakan nilai berdasarkan pengalaman yang

mereka rasakan. Kemudian disini kepercayaan yang merupakan faktor penting dalam memastikan keterlibatan pelanggan dalam layanan ekspedisi jasa sehingga transaksi yang dilakukan tidak memiliki hambatan dan dapat menciptakan kepuasan di antaranya menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan pelangganya. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah kepercayaan memediasi hubungan antara nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian diatas dapat diuraikan beberapa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mempelajari apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Untuk mengetahui dan mempelajari apakah nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

3. Untuk mengetahui dan mempelajari apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Untuk mengetahui dan mempelajari apakah kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen?
5. Untuk mengetahui dan mempelajari apakah kepercayaan memediasi hubungan antara nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu dalam hal akademis ataupun praktis untuk berbagai pihak, yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan elektronik, nilai yang dirasakan dan kepercayaan sebagai mediasi berdampak pada kepuasan konsumen, kemudian terhadap penelitian selanjutnya dibidang yang relavan.

- b. Manfaat praktis bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam menanggapi situasi dan dapat memberikan solusi sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan strategi penjualan khususnya dalam tingkat kenyamanan dan kepuasan dari konsumen itu sendiri.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca mengetahui pembahasan pada tesis ini.

Adapun sistematika penulisan dibagi menjadi beberapa bagian diantaranya:

- BAB I : Dalam bab ini memberikan uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II : Bab ini memberikan uraian mengenai definisi kualitas layanan elektronik, kualitas nilai yang dirasakan, kepercayaan, kepuasan konsumen, pengembangan hipotesis serta model penelitian.
- BAB III : Dalam bab ini memberikan uraian mengenai metode penelitian terdiri dari lingkup penelitian, metode sampling, teknik pengumpulan data serta definisi operasional, uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data terdiri dari analisis deskriptif, model regresi serta model regresi berganda.
- BAB IV : Bab ini akan membahas mengenai pengaruh stimulus yaitu mengetahui apakah ada hubungan atau pengaruh dari kualitas layanan, kualitas nilai yang dirasakan dengan kepercayaan sebagai mediasi terhadap kepuasan konsumen penggunaan jasa ekspedisi.
- BAB V : Bab ini memberikan uraian mengenai kesimpulan atas permasalahan di dalam penelitian serta implikasi manajerial.