

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG AGEN SAP EXPRESS BINJAI UTARA DI MASA PANDEMI COVID-19

MUHAMMAD SUGIARTO, SUWARNO, DEWI NURMASARI PANE
Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
m.sugiarto296@gmail.com

Abstract: *Business people in Indonesia certainly know how courier services have a big influence on their business. Especially if the business is engaged in e-commerce or other sales. Especially if the business is done online, the delivery factor becomes very important. Only the process of sending goods is carried out manually. Not only that, e-commerce efforts which incessantly always offer promos including free shipping (postage), are believed to be able to increase the attractiveness of people to switch to online shopping. Accompanied by media and technology support that is increasingly adequate in the current era. Along with the increasing intensity of transactions through e-commerce, the number of shipments using its services also increased by 40%. Based on the results of the analysis of the data that has been obtained by the researcher, it can be concluded that the Service Quality variable (X1) and the Delivery Accuracy variable (X2) have an effect on Customer Satisfaction (Y) with a value of 41.2% while 58.8% is influenced by factors or other variables not examined by this study.*

Keywords: *Service Quality, Delivery Accuracy, Customer Satisfaction*

Abstrak: Pelaku bisnis di Indonesia pasti tahu bagaimana jasa kurir memiliki pengaruh yang besar bagi bisnisnya. Terutama jika bisnis tersebut bergerak dibidang e-commerce ataupun penjualan lainnya. Apalagi jika bisnis itu dilakukan secara online, faktor pengiriman itu menjadi sangat penting. Hanya proses pengiriman barang saja yang dilakukan secara manual, Tak hanya itu, upaya e-commerce yang dengan gencarnya selalu menawarkan promo termasuk gratis ongkos kirim (ongkir), diyakini dapat menambah daya tarik masyarakat untuk beralih ke belanja online. Disertai dukungan media dan teknologi yang semakin memadai di era sekarang. Seiring meningkatnya intensitas transaksi melalui e-commerce, jumlah pengiriman yang menggunakan layanannya pun ikut naik mencapai 40%. Berdasarkan hasil analisis dari data yang telah di peroleh oleh peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Ketepatan Pengiriman (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 41,2% sedangkan 58,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Pengiriman, Kepuasan Pelanggan.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan pesat, terutama yang berkaitan dengan transportasi. Transportasi adalah sarana penunjang penting dalam membantu masyarakat yang memiliki mobilitas sebagai aktifitasnya sehari-hari. Transportasi dapat membantu aktivitas masyarakat seperti perekonomian, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang, dan sebagainya.

Semakin banyaknya transportasi maka akan semakin banyak membantu masyarakat dalam perekonomian. Di Negara Indonesia terutama di Kota Medan saat

ini transportasi sudah termasuk salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Sehingga peran jasa transportasi pun semakin hari semakin dibutuhkan, baik untuk mobilitas masyarakat serta transportasi untuk pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia. Dalam hal ini transportasi pengiriman barang berbasis online sangat membantu masyarakat dalam mobilitas pergerakan barang. Mengenai pengiriman barang yang selalu meningkat karena semakin banyaknya pembelian online baik dalam bentuk paket, dokumen, atau parsel sehingga membutuhkan penyedia transportasi pengiriman barang yang efektif dan efisien.

Transportasi pengiriman barang berbasis online mendapatkan peluang lebih untuk ber-inovasi menyediakan jasa pengiriman yang selalu membuat masyarakat puas setiap menggunakan jasanya. SAP Express saat ini hadir sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi pengiriman barang berbasis online yang memiliki jargon jagonya COD, SAP Express sendiri melayani pengiriman barang hingga keseluruhan wilayah Indonesia, Bukan hanya itu pihak SAP Express sendiri menyediakan layanan penjemputan barang dan mengantarkannya.

Walapun terbilang baru akan tetapi SAP Express sudah melakukan inovasi dengan melakukan pelayanan kepada masyarakat melalui kerja sama dengan beberapa Toko-toko Online di Indonesia dan membuat masyarakat dapat dengan mudah melakukan pembelian online, dengan bergabungnya sistem SAP Express dengan Toko-toko Online secara sadar pihak penyedia jasa pengiriman barang berbasis online ini bersaing dengan banyak kompetitor dengan menunjukkan kemampuan masing-masing dalam penyedia jasa pengiriman barang dengan melakukan penawaran layanan (pengiriman regular, cargo, COD, pengiriman domestik dan internasional dan lain-lain).

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Metode Kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan dalam penelitian ini, maka peneliti selanjutnya melakukan besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari data Rekapitulasi Kualitas Pelayanan pada variabel (X1) didapatkan hasil rata-rata sebesar 4,17 dengan nilai baik. Akan tetapi masih ada 3 indikator yang masih di bawah nilai rata-rata sebagai berikut :

- a) Pihak SAP Express cepat dalam melayani pelanggan dengan nilai 4,16.
- b) Pihak SAP Express menjamin keamanan data pelanggan dengan nilai 4,03.
- c) Pihak SAP Express bersedia mengantarkan barang dengan nilai 4,08.

Hal ini menunjukkan bahwa pihak SAP Express harus meningkatkan Kualitas Pelayanan agar indikator yang berada dibawah rata-rata ini bisa meningkat. Selanjutnya adalah hasil Rekapitulasi Ketepatan Pengiriman pada variabel (X2) didapat nilai rata-rata sebesar 4,27 dengan nilai sangat baik. Akan tetapi masih ada 3 indikator yang berada dibawah nilai rata-rata sebagai berikut :

- a) Penyediaan informasi Tracking dengan nilai 4,25.
- b) Pihak SAP Express memberikan informasi ke pelanggan dengan nilai 4,06.
- c) Informasi yang Update dan Realtime melalui Internet dengan nilai 4,25.

Selanjutnya adalah hasil Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan pada variabel (Y) didapat nilai rata-rata sebesar 4,15 dengan nilai baik. Akan tetapi masih ada 3 indikator yang berada dibawah nilai rata-rata sebagai berikut :

- a) Apa anda berminat untuk menggunakan layanan SAP Express kembali dengan nilai 4,06.
- b) Apakah anda bersedia merekomendasikan jasa SAP Express tersebut ke teman dengan nilai 4,03.
- c) Apakah anda bersedia merekomendasikan jasa SAP Express tersebut ke keluarga dengan nilai 4,13.

D. Penutup

Berdasarkan hasil analisis dari data yang telah di peroleh oleh peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Ketepatan Pengiriman (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 41,2% sedangkan 58,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Dan dapat disimpulkan bahwa juga nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan juga Nilai F hitung 21,709F tabel 3.16 dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Ketepatan Pengiriman (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Daftar Pustaka

- Andriansyah. (2015). *Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr. Moestopo Beragama.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian.)*, Yogyakarta : Andi ,2014).
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariaget dengan Program SPSS*. Semarang :UNDIP.
- Hurriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Elek Media Komputindo.
- Kotler dan Armstrong 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Sindoro Alexander dan Molan Benyamin. Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip (2000), *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall. Inc
- McDonald Macolm H.B dan Keegan Warren J.(1999). *Marketing Plans that work: kiat mencapai pertumbuhan dan profabilitas melalui perencanaan pemasaran yang efektif*. Alih bahasa: Sihombing Damos dan Sinaga Herman. Cetakan 1. Jakarta Erlangga
- Purba, R. B. (2018). Pengaruh penerapan sistem akuntansi keuangan daerah, transparansi publik dan aktivitas Pengendalian terhadap akuntabilitas keuangan

- pada badan keuangan daerah kabupaten tanah datar. *Jurnal Akuntansi bisnis dan Publik*, 8(1).
- Lewis & Boom (2012). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3*. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Jacky Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa. edisi 7*. Erlangga: Jakarta.
- Ratnasari T. Ririn., Mastuti H Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Setia, Ria. (2018). Pengaruh Biaya dan Kualitas Administrasi Terhadap Pemenuhan Pembeli Pada Lfamart JL. Kabag Hukum Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri.
- Setiadi, N.J. (2017). Perilaku Pembeli dan Saran untuk Prosedur dan Eksplorasi Periklanan, Pencetakan Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Stephen, S. (2018). *Pembelanja yang Terpisah Dalam Pertunjukan Bantuan*. Versi kesepuluh, Prentice Corridor, Ohio College Press.
- Sugiyono. 2019. *Teknik Eksplorasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2019. *Mempromosikan Dewan*. Yogyakarta: UST Press.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana. Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Galiyah Indonesia. Bogor. Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Afabeta.