

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan pesatnya globalisasi, sektor logistik mengalami pertumbuhan yang signifikan. Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya aktivitas perdagangan internasional, pertumbuhan *e-commerce*, serta kebutuhan pelanggan akan layanan pengiriman yang cepat dan andal. Pertumbuhan ini tidak hanya mengubah lanskap bisnis secara global, tetapi juga mempengaruhi ekspektasi pelanggan terhadap mutu pelayanan yang disediakan oleh perusahaan logistik. Salah satu aspek penting yang menentukan pengalaman pelanggan dalam industri jasa pengiriman adalah responsivitas pelayanan karyawan dan proses dalam layanan yang mencakup keseluruhan interaksi pelanggan dengan perusahaan.

Dalam industri jasa pengiriman, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial yang menentukan keberlangsungan dan daya saing perusahaan. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya ekspektasi pelanggan, perusahaan jasa ekspedisi diharuskan untuk menyajikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan efisien. Salah satu elemen utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan karyawan, khususnya dalam aspek responsivitas dan efektivitas proses layanan yang mereka jalani. Responsivitas pelayanan merujuk pada sejauh mana karyawan mampu memberikan tanggapan yang cepat, tepat, dan efektif terhadap permintaan, pertanyaan, maupun keluhan pelanggan.

SPX Express sebagai salah satu penyedia jasa ekspedisi di Indonesia menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin sengit. Dalam industri ini, pelanggan tidak hanya menilai layanan berdasarkan kecepatan pengiriman, tetapi juga bagaimana perusahaan menangani permasalahan, merespons pertanyaan, serta memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi oleh pelanggan. Selain itu, proses dalam layanan pengiriman, yang merupakan bagian dari elemen "*Process*" dalam bauran pemasaran 7P, juga memainkan peran penting dalam menciptakan

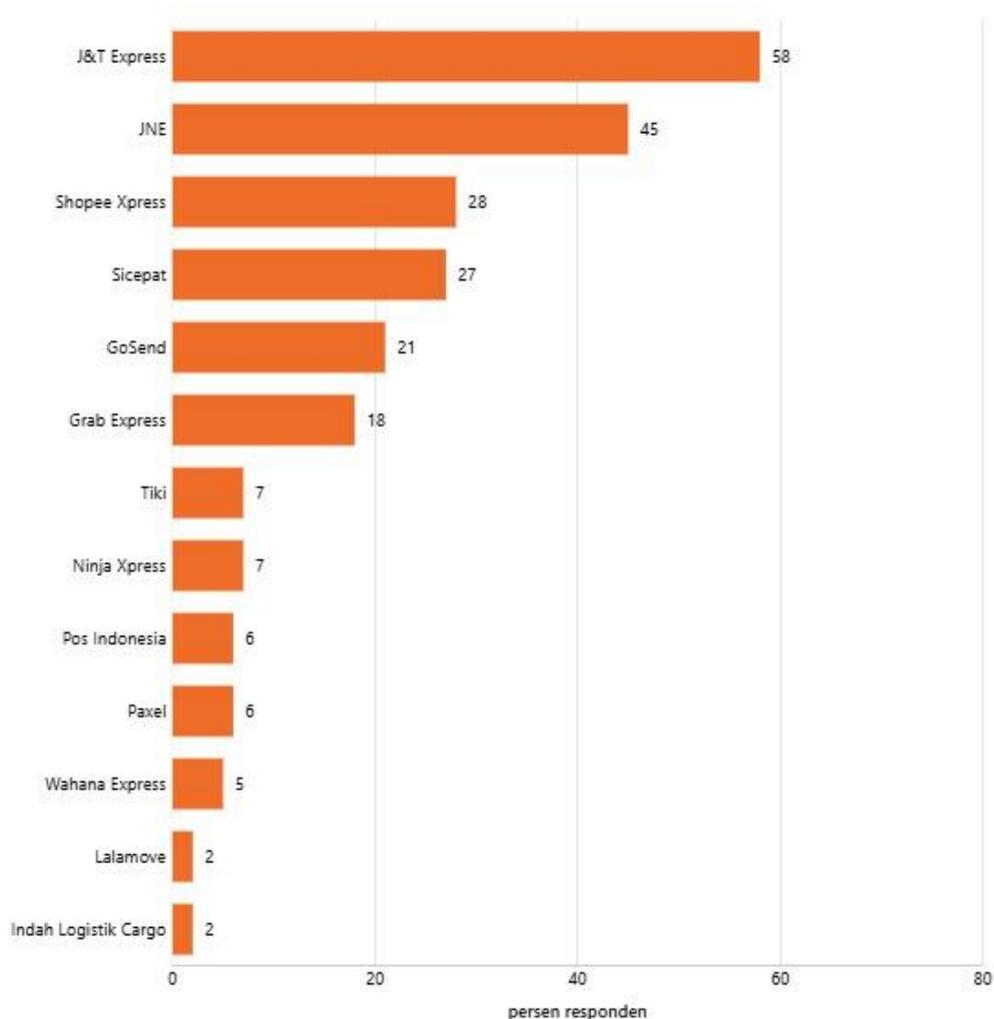
pengalaman pelanggan yang baik. Jika responsivitas pelayanan karyawan rendah dan proses layanan berjalan tidak efektif, pelanggan dapat merasa diabaikan, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepuasan mereka dan berpotensi menyebabkan hilangnya pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat responsivitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa dilayani dengan cepat dan profesional cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan lebih mungkin untuk tetap loyal terhadap suatu merek atau perusahaan jasa. Selain itu, proses dalam layanan, seperti kemudahan pelanggan dalam melakukan *drop-off*, kejelasan informasi pengiriman, serta penanganan komplain yang cepat dan efisien, juga berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, memahami sejauh mana pengaruh responsivitas pelayanan dan proses dalam bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan SPX Express menjadi penting agar perusahaan dapat mengevaluasi dan meningkatkan strategi layanannya.

Dalam bauran pemasaran 7P "*Process*", merupakan salah satu elemen yang menentukan pengalaman pelanggan. Proses dalam layanan pengiriman mencakup berbagai tahapan interaksi antara pelanggan dengan perusahaan, mulai dari pemesanan layanan, *drop-off* paket, penyortiran, *tracking* pengiriman, hingga penerimaan paket. Dalam konteks SPX Express, beberapa aspek utama dari proses dalam layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

1. Kemudahan *Drop-off* Paket → Apakah pelanggan dapat dengan mudah mengakses layanan *drop-off* tanpa hambatan?
2. Kecepatan dan Akurasi Penyortiran Paket → Seberapa efisien proses penyortiran dalam hub sehingga mengurangi keterlambatan?
3. Ketersediaan Informasi *Tracking* → Apakah sistem pelacakan memberikan informasi yang akurat dan *real-time* kepada pelanggan?
4. Efektivitas Penanganan Keluhan → Bagaimana SPX Express menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat?

Jika aspek-aspek di atas berjalan dengan baik, maka proses layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas terhadap merek. Sebaliknya, ketidakefisienan dalam proses ini dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan beralih ke kompetitor lain yang menawarkan pengalaman layanan yang lebih baik.



Gambar 1.1 Data pengguna layanan ekspedisi di *e-commerce*

(Diakses pada 15 Februari 2025, Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id))

Pada tahun 2023, layanan ekspedisi yang kini dikenal sebagai SPX Express masih menggunakan nama Shopee Xpress. Shopee Xpress diluncurkan pada tahun 2018 sebagai bagian dari upaya Shopee untuk memberikan pengalaman belanja online yang lebih baik bagi penggunanya. Perubahan nama ini merupakan bagian

dari strategi perusahaan dalam memperkuat identitas brand SPX Express serta meningkatkan daya saing di pasar jasa ekspedisi.

Menurut laporan survei yang diterbitkan oleh Populix dalam Indonesia *Outlook on the Logistic Delivery Services* edisi Juni 2023, sebagian besar penjual *e-commerce* lokal cenderung memilih J&T Express sebagai layanan ekspedisi utama untuk pengiriman produk mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 58% responden penjual *e-commerce* memilih J&T Express sebagai layanan utama mereka. Pemilihan ini didasarkan pada reputasi J&T Express yang dikenal luas karena kecepatan pengiriman pakatnya, sehingga dianggap lebih efisien dan dapat memenuhi harapan pelanggan dalam hal waktu pengantaran. Di posisi kedua, JNE menjadi pilihan 45% responden yang menyatakan bahwa layanan pengiriman JNE memiliki keunggulan dalam kecepatan serta cakupan wilayah yang luas, sehingga dapat menjangkau berbagai daerah di Indonesia dengan lebih baik.

Sementara itu, layanan ekspedisi Shopee Xpress (Kini SPX Express) dipilih oleh 28% responden, sedikit lebih tinggi dibandingkan SiCepat, yang memperoleh preferensi dari 27% responden. Kedua ekspedisi ini tetap menjadi pilihan yang cukup populer di kalangan penjual *e-commerce* karena berbagai faktor, seperti biaya pengiriman yang kompetitif serta kemudahan integrasi dengan platform *e-commerce* tertentu. Survei yang dilakukan oleh Populix melibatkan sebanyak 1.577 responden, yang kemudian disaring menjadi 322 responden dengan status sebagai penjual *e-commerce*. Mayoritas responden berada di Pulau Jawa (76%), diikuti Pulau Sumatra (15%), dan pulau-pulau lainnya (19%). Responden didominasi oleh kelompok usia 18-25 tahun (41%), dan usia 26-35 tahun (39%).

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa distribusi layanan atau aktivitas yang diamati memiliki kecenderungan yang sangat dominan di Pulau Jawa dibandingkan dengan wilayah lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar aktivitas atau layanan yang menjadi fokus penelitian masih terpusat di daerah tersebut, sementara wilayah lain seperti Sumatera, Kalimantan, Bali & Nusa Tenggara, serta Sulawesi memiliki persentase yang jauh lebih kecil. Meskipun

demikian, kehadiran layanan atau aktivitas di luar Jawa tetap signifikan, menunjukkan adanya perkembangan dan potensi ekspansi ke berbagai daerah di Indonesia, termasuk Maluku, Papua, serta luar negeri yang memiliki persentase lebih rendah. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih mendalam untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi perbedaan dalam distribusi ini, termasuk infrastruktur, jumlah populasi, serta potensi pasar di masing-masing wilayah

Dari sisi tren pengiriman, data internal menunjukkan bahwa jumlah paket yang dikirim melalui Service Point Studio Alam Cilodong mengalami peningkatan dari rata-rata 1.587 paket per bulan pada tahun 2023 menjadi 1.715 paket per bulan pada tahun 2024.

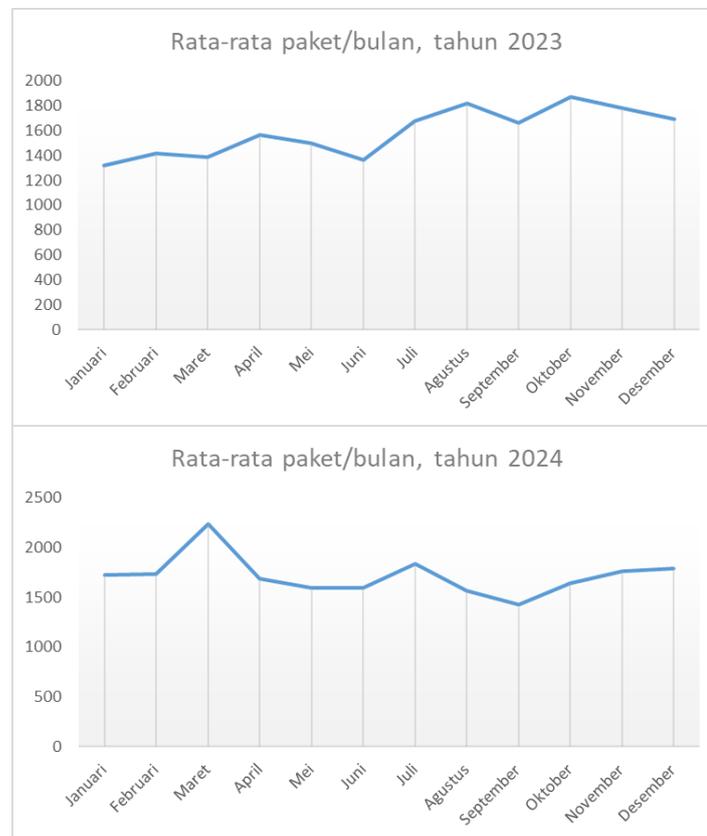
Tabel 1.1 Data Rata-rata *seller drop-off* Service Point Studio Alam Cilodong

No	Bulan	Tahun	
		2023	2024
1	Januari	1.321	1.727
2	Februari	1.412	1.730
3	Maret	1.389	2.235
4	April	1.565	1.686
5	Mei	1.498	1.593
6	Juni	1.367	1.596
7	Juli	1.674	1.839
8	Agustus	1.818	1.561
9	September	1.659	1.424
10	Oktober	1.868	1.636
11	November	1.781	1.759
12	Desember	1.687	1.788
Rata-rata/tahun		<b>1.587</b>	<b>1.715</b>

Sumber: Peneliti (2025)

Data dalam Tabel 1.1 diperoleh dari SPX Express Cabang Service Point Studio Alam Cilodong, yang merupakan lokasi penelitian ini. Data ini menggambarkan jumlah rata-rata paket yang dikirim oleh *seller* melalui cabang tersebut selama tahun 2023 dan 2024. Berdasarkan data tersebut, rata-rata jumlah paket yang dikirim per bulan pada tahun 2023 mencapai 1.587 paket, sedangkan pada tahun 2024 mengalami peningkatan menjadi 1.715 paket. Kenaikan ini

menunjukkan adanya peningkatan aktivitas layanan pengiriman di cabang tersebut, yang dapat disebabkan oleh bertambahnya jumlah *seller* yang menggunakan layanan SPX Express, meningkatnya frekuensi pengiriman, serta faktor-faktor lain seperti efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan. Dengan semakin tingginya volume pengiriman, kualitas pelayanan karyawan dalam menangani pelanggan menjadi aspek yang semakin penting untuk diperhatikan guna menjaga kepuasan pelanggan dan kelancaran operasional di cabang tersebut. Peningkatan ini mencerminkan semakin banyaknya pelanggan atau *seller* yang menggunakan layanan SPX Express.



Gambar 1.2 Chart rata-rata paket tahun 2023 & 2024

Sumber: Peneliti (2025)

Dari grafik yang ditampilkan, terlihat bahwa meskipun terdapat fluktuasi pada jumlah paket yang dikirim setiap bulannya, tren pertumbuhan tetap terlihat. Pada tahun 2023, jumlah paket mengalami peningkatan bertahap dengan lonjakan signifikan pada bulan Oktober dan November. Sementara itu, pada tahun 2024,

kenaikan drastis terjadi di bulan Maret, setelah itu terjadi sedikit penurunan sebelum kembali mengalami peningkatan menjelang akhir tahun. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk promosi *e-commerce*, momen belanja besar seperti Harbolnas dan *event* tanggal kembar, serta kualitas layanan yang diberikan oleh SPX Express.

Seiring dengan meningkatnya volume pengiriman, beban kerja karyawan SPX Express juga semakin bertambah, yang menuntut efisiensi dan ketepatan dalam memberikan pelayanan. Dalam kondisi ini, responsivitas pelayanan karyawan dan efektivitas proses layanan menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan. Jika responsivitas tinggi dan proses layanan berjalan dengan baik, pelanggan akan lebih puas dan cenderung menggunakan layanan SPX Express kembali. Namun, jika terjadi hambatan dalam salah satu aspek ini, maka kepuasan pelanggan dapat menurun.

Responsivitas yang tinggi ditunjukkan dengan kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan dapat menciptakan pengalaman layanan yang lebih positif, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap layanan SPX Express. Sebaliknya, jika responsivitas karyawan proses layanan rendah, pelanggan dapat mengalami keterlambatan dalam mendapatkan informasi atau penyelesaian masalah, yang dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak pada persepsi negatif terhadap perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini tidak hanya berisiko menurunkan loyalitas pelanggan tetapi juga dapat memengaruhi reputasi SPX Express di tengah persaingan industri jasa pengiriman yang semakin kompetitif. Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan jasa pengiriman di masa mendatang. Jika pelanggan merasa pelayanan karyawan responsif dan efisien, maka kemungkinan besar mereka akan tetap menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, apabila terjadi kendala dalam pelayanan, seperti waktu tunggu yang lama atau kurangnya informasi yang diberikan oleh karyawan, pelanggan mungkin akan mencari alternatif lain.

Dengan mempertimbangkan pentingnya responsivitas pelayanan karyawan dan efektivitas proses layanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan SPX Express. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan untuk memperbaiki strategi layanannya, meningkatkan kualitas interaksi karyawan dengan pelanggan, serta mengoptimalkan proses layanan agar lebih efisien dan dapat memenuhi harapan pelanggan secara lebih baik.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Beberapa pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh SPX Express.
2. Responsivitas pelayanan karyawan dalam menangani pelanggan masih kurang optimal.
3. Sebagian pelanggan mengeluhkan sikap karyawan yang kurang ramah dan tidak komunikatif.
4. Pelanggan mengeluhkan adanya kendala dalam proses layanan, mulai dari paket stuck di Gudang, paket rusak, paket hilang.
5. Karyawan mengalami keterbatasan dalam memberikan solusi langsung terhadap permasalahan pelanggan.
6. Keterbatasan akses informasi bagi karyawan dalam menangani keluhan pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada tujuan utama, beberapa batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh hubungan antara responsivitas pelayanan karyawan dan proses layanan dalam bauran pemasaran terhadap

kepuasan pelanggan di SPX Express, tanpa meneliti faktor lain seperti harga layanan, promosi, atau kualitas infrastruktur operasional.

2. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui survei kepada pelanggan yang telah menggunakan layanan SPX Express dalam periode tertentu, sehingga hasil penelitian terbatas pada pengalaman pelanggan dalam kurun waktu tersebut.
3. Penelitian ini tidak mencakup aspek operasional lain seperti manajemen rantai pasok atau teknologi logistik yang digunakan, tetapi hanya menyoroti interaksi antara pelanggan dan karyawan serta alur proses dalam memberikan layanan.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berusaha menjawab beberapa pertanyaan utama yang menjadi dasar analisis, yaitu:

1. Adakah pengaruh responsivitas pelayanan karyawan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan SPX Express?
2. Adakah pengaruh proses dalam bauran pemasaran secara parsial terhadap kepuasan pelanggan SPX Express?
3. Adakah pengaruh responsivitas pelayanan karyawan dan proses dalam bauran pemasaran secara simultan terhadap kepuasan pelanggan SPX Express?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan yaitu untuk:

1. Menganalisis pengaruh responsivitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan SPX Express. Fokus pada seberapa besar pengaruh kecepatan dan ketepatan layanan karyawan dalam menangani pelanggan terhadap kepuasan mereka.
2. Menganalisis pengaruh proses dalam bauran pemasaran secara parsial terhadap kepuasan pelanggan SPX Express. Meneliti bagaimana efisiensi

dan efektivitas proses layanan (*drop-off*, *tracking*, *sorting*, dll.) berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan.

3. Menganalisis seberapa besar pengaruh responsivitas pelayanan dan proses dalam bauran pemasaran secara simultan terhadap kepuasan pelanggan SPX Express. Melihat apakah kombinasi kedua faktor ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi Perusahaan SPX Express
  1. Memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
  2. Menjadi dasar dalam merancang strategi peningkatan kualitas dalam pelayanan.
2. Bagi Akademisi
  1. Menambah literatur mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan dan responsivitas pelayanan karyawan.
  2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Untuk meneliti faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Bagi Pelanggan
  1. Memberikan pemahaman mengenai pentingnya responsivitas pelayanan dan proses dalam bauran pemasaran untuk meningkatkan kepuasan.
  2. Mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Agar keluhan dari beberapa pelanggan bisa terpenuhi.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembahasan, penelitian ini disusun dalam beberapa bab, yaitu:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk teori kepuasan pelanggan, responsivitas pelayanan, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan serta analisis mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan dengan responsivitas pelayanan karyawan SPX Express.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.