

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Semakin maju suatu negara dan semakin banyak perusahaan yang membuka usaha jasa. tentu sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas, Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan, dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, terutama di sektor jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Kualitas merupakan tingkat keunggulan atau kecemerlangan suatu produk atau layanan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan yang meliputi aspek keandalan, kinerja, keamanan, dan kepuasan pengguna, kualitas sangat penting dalam dunia bisnis, terutama dalam menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan.

Menurut Lupiyoadi (2016:144), kualitas adalah segala keseluruhan karakteristik dan ciri-ciri dari suatu jasa atau produk dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sudah di tetapkan atau bersifat laten.

Secara umum kualitas pelayanan merupakan suatu organisasi yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam menyediakan produk atau layanan. Seperti responsifnya pelayanan terhadap kebutuhan pelanggan, kemudahan dalam berinteraksi dengan organisasi, keandalan produk atau layanan yang di sediakan, kecepatan dalam menanggapi masalah, serta tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Menurut Quick & InwinkI dalam jurnal Eduar Baene (2024:146) kualitas pelayanan di defenisikan sebagai hasil dari proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap suatu pelayanan yang di rasakan dengan apa yang di harapkan. Kualitas

pelayananan terdiri dari beberapa dimensi termasuk kualitas fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Menurut Kasmir (2017:47) bahwa: kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun karyawan. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses interaksi dan pengalaman yang di rasakan oleh pelanggan dan karyawan, dengan kata lain kualitas pelayanan mencakup semua aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan dan pengalaman pengguna dalam penerima layanan.

Sedangkan, menurut Priansa (2017:134) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi yang dinamis, yang berhubungan dengan jasa atau produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat perwujudan usaha pemenuhan berbagai kebutuhan konsumen atau pelanggan atau penerima jasa, di mana untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

2.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2013:37) menyatakan bahwa jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yakni :

1. *Intangibility (tidak berwujud)*

Jasa atau layanan berbeda secara signifikan dengan barang fisik, bila barang merupakan suatu objek, benda, material yang bisa dilihat, di sentuh dan di rasa dengan panca indra, maka jasa atau layanan justru merupakan suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha yang sifatnya abstrak. bila barang dapat dimiliki, maka jasa atau layanan cenderung hanya dapat di konsumsi tetapi tidak dapat di

miliki (*non-ownership*). jasa juga bersifat intangible, artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar atau di rasa sebelum di beli dan di konsumsi. seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.

2. *Inseparability*(tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian di produksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa layanan bersangkutan. keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa atau layanan bersangkutan. Hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektifitas staff layanan merupakan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi , pelatihan, dan pengembangan karyawan secara efektif

3. *Variability*

Layanan sangat bervariasi. kualitas sangat tergantung pada siapa yang menyediakan mereka dan kapan dan dimana kualitas layanan disediakan. Ada beberapa penyebab variabilitas layanan dimana jasa di produksi dan di konsumsi secara bersama-sama sehingga membatasi kontrol kualitas. permintaan yang tidak tetap membuat sulit untuk memberikan produk yang konsisten dan tetap selama permintaan tersebut berada di puncak. Tingginya tingkat kontak antara penyedia layanan dan tamu, berarti bahwa konsisten produk tergantung pada kemampuan penyedia layanan dan kinerja pada saat yang sama.

4. *perishability* (tidak tahan lama)

perishability berarti bahwa jasa atau layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat di simpan untuk pemakaian ulang diwaktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. permintaan jasa juga bersifat fluktuasi dan

berubah, dampaknya perusahaan jasa seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

2.1.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Dalam memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:141), yaitu:

- 1) Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
- 2) Pendidikan Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
- 3) Perencanaan Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya
- 4) Review Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku

organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

- 5) Komunikasi Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
- 6) Penghargaan dan pengakuan Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2014:282) menjelaskan bahwa ada lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik) kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu dan tempat informasi. indikator ini berkaitan dengan kemoderan peralatan yang digunakan, daya tarik fasilitas yang digunakan, kerapian aparatur serta kelengkapan peralatan penunjang.
2. *Reliability* (keandalan) kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. indikator ini berkaitan dengan janji menyelesaikan sesuatu seperti diinginkan, penanganan keluhan konsumen, kinerja pelayanan yang tepat, menyediakan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan serta tuntutan pada kesalahan pencatatan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap) kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. indikator *responsiveness* mencakup antara lain: pemberitahuan aparaturnya kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat, kesediaan aparaturnya memberi bantuan kepada konsumen serta aparaturnya tidak pernah merasa sibuk untuk melayani permintaan konsumen.
4. *Assurance* (jaminan) kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. indikator *assurance* berkaitan dengan perilaku aparaturnya yang tetap percaya diri pada konsumen, perasaan aman konsumen dan kemampuan (ilmu pengetahuan) aparaturnya untuk menjawab pertanyaan konsumen.
5. *Emphaty* (empati) sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. indikator *emphaty* memuat antara lain: pemberian perhatian individual kepada konsumen, ketepatan waktu pelayanan bagi semua konsumen, perusahaan memiliki aparaturnya yang memberikan perhatian khusus pada konsumen, pelayanan yang melekat di hati konsumen dan aparaturnya yang memahami kebutuhan spesifik dari pelanggannya.

Dari pendapat diatas dapat kita pahami bahwa dalam memperhatikan kelima indikator kualitas pelayanan ini, aspek-aspek kritis dalam menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen. tentu bukan hanya sekedar melaksanakan tugas dan berbagai rutinitas saja, namun perusahaan juga harus dapat mengidentifikasi area yang perlu di tingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun hubungan yang positif dengan konsumen atau pelanggan.

2.2 Konsep Pengiriman Barang

2.2.1 Pengertian Pengiriman Barang

Pengiriman barang adalah proses pemindahan atau pengalihan barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya, baik dalam jangkauan lokal, nasional, maupun internasional, dengan menggunakan berbagai jenis moda transportasi. Pengiriman barang bertujuan untuk memastikan barang sampai ke tujuan dengan aman, tepat waktu, dan dalam kondisi yang baik. Proses ini melibatkan berbagai aktivitas seperti pengemasan, pengangkutan, dan distribusi, serta memerlukan koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat, seperti pengirim, penerima, dan perusahaan logistik.

Menurut Haryanto (2020:43), Pengiriman barang adalah proses transportasi yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai moda transportasi untuk mengantarkan barang dengan aman, efisien, dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Proses ini melibatkan manajemen logistik yang efektif dan koordinasi antara berbagai pihak.

Menurut Kurniawan (2021:57), Pengiriman barang merupakan rangkaian kegiatan untuk memindahkan barang dari lokasi pengirim ke tujuan dengan memperhatikan faktor waktu, biaya, dan kondisi barang. Hal ini mencakup proses pemilihan jalur transportasi yang tepat, pengemasan, serta pelacakan status pengiriman.

Menurut Sutrisno (2022:126), pengiriman barang adalah kegiatan yang melibatkan pengangkutan barang dari satu tempat ke tempat lain yang memerlukan sistem manajemen yang baik, serta dukungan dari teknologi untuk memantau dan mengontrol setiap tahap pengiriman agar barang sampai ke tujuan dengan selamat.

Menurut Prasetyo (2021:71), Pengiriman barang adalah suatu kegiatan yang melibatkan perpindahan barang menggunakan berbagai jenis alat transportasi, dengan tujuan akhir yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam waktu yang telah ditentukan. Proses ini

melibatkan berbagai aspek seperti pemilihan moda transportasi, pengemasan, dan pengendalian kualitas barang.

Menurut Riana (2020:90), Pengiriman barang merupakan serangkaian aktivitas yang terdiri dari pengumpulan barang, pengemasan, penyimpanan sementara, dan pengantaran barang ke alamat tujuan dengan mempertimbangkan faktor efisiensi biaya dan ketepatan waktu. Hal ini memerlukan kerjasama antar berbagai pihak dalam rantai pasokan.

Menurut Setiawan (2023:69), Pengiriman barang adalah proses yang mencakup segala kegiatan yang diperlukan untuk mengalihkan barang dari titik asal ke tujuan akhir. Proses ini memerlukan koordinasi yang baik antar penyedia layanan, pengangkutan, serta sistem yang memadai untuk menghindari kerugian barang selama perjalanan.

Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengiriman barang merupakan proses penting dalam kegiatan distribusi yang melibatkan pemindahan barang dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berbagai definisi di atas menunjukkan bahwa pengiriman barang melibatkan banyak aspek seperti transportasi, pengemasan, waktu, biaya, dan kualitas layanan. Semua kegiatan ini harus dikelola dengan baik agar pengiriman barang dapat dilakukan secara efektif dan efisien, serta memenuhi harapan pelanggan terkait ketepatan waktu dan kondisi barang yang diterima.

2.2.2 Proses Pengiriman Barang

Pengiriman barang adalah sebuah proses kompleks yang melibatkan berbagai tahapan untuk memastikan barang sampai ke tujuan dengan aman, tepat waktu, dan dalam kondisi yang baik. Setiap tahapan dalam pengiriman barang harus dilakukan dengan hati-hati dan terkoordinasi dengan baik agar mencapai efisiensi dan kepuasan pelanggan. Para ahli dalam bidang logistik dan manajemen pengiriman barang seringkali membahas berbagai aspek terkait proses ini, mulai

dari pengemasan, pengangkutan, hingga penerimaan barang oleh konsumen.

Menurut Sutrisno (2021), proses pengiriman barang adalah serangkaian aktivitas yang meliputi pengemasan, pengangkutan, distribusi, dan pengantaran barang ke tempat tujuan. Proses ini melibatkan koordinasi antara pengirim, penerima, serta perusahaan pengiriman untuk memastikan barang tiba dengan aman, tepat waktu, dan dalam kondisi yang tidak rusak. Selain itu, proses pengiriman barang juga mencakup berbagai kegiatan administratif seperti dokumentasi dan pelacakan status pengiriman untuk meningkatkan transparansi dan kontrol.

Proses Pengiriman Barang adalah sebagai berikut:

1. Penerimaan Barang (*Receiving*)

Proses pertama dalam pengiriman barang adalah penerimaan barang dari pengirim. Pada tahap ini, perusahaan pengiriman atau kurir akan memverifikasi barang yang diterima, memastikan kesesuaian antara barang dan dokumen yang disertakan, seperti surat jalan atau faktur. Haryanto (2020) menekankan pentingnya ketelitian pada tahap ini untuk menghindari kesalahan dalam proses selanjutnya.

2. Pengemasan (*Packaging*)

Setelah barang diterima, langkah berikutnya adalah pengemasan. Menurut Riana (2020), pengemasan yang tepat sangat penting untuk melindungi barang selama perjalanan. Pengemasan yang buruk dapat menyebabkan kerusakan pada barang, sehingga meningkatkan biaya pengembalian atau klaim. Jenis pengemasan yang digunakan harus disesuaikan dengan karakteristik barang, misalnya barang rapuh, cair, atau mudah pecah memerlukan pengemasan khusus.

3. Pemilihan Moda Transportasi (*Transportation Mode Selection*)

Pemilihan moda transportasi yang tepat sangat mempengaruhi kecepatan dan biaya pengiriman barang. Kurniawan (2021)

menyatakan bahwa pemilihan moda transportasi tergantung pada berbagai faktor, seperti jarak, waktu, biaya, serta jenis barang yang akan dikirim. Moda transportasi bisa berupa darat, laut, atau udara, yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya.

4. Proses Pengangkutan(*Transporting*)

Setelah barang dikemas dan moda transportasi dipilih, barang akan dipindahkan ke fasilitas pengangkutan. Proses pengangkutan ini mencakup pemuatan barang ke dalam kendaraan atau kapal, serta pengantaran barang sesuai dengan rute yang telah ditentukan. Setiawan (2023) menjelaskan bahwa pengangkutan ini harus dikelola dengan baik untuk meminimalkan keterlambatan dan kerusakan barang.

5. Pelacakan Pengiriman (*Tracking*)

Pelacakan pengiriman adalah salah satu tahapan penting dalam proses pengiriman barang. Dengan adanya sistem pelacakan, pelanggan dapat memonitor posisi barang secara real-time, yang meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap layanan pengiriman. Prasetyo (2022) menekankan bahwa pelacakan berbasis teknologi seperti aplikasi atau website dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan meminimalkan ketidakpastian terkait status barang.

6. Penerimaan dan Penyerahan Barang (*Delivery and Acceptance*)

Setelah sampai di tujuan, barang akan diserahkan kepada penerima. Penerima akan memeriksa kondisi barang untuk memastikan tidak ada kerusakan atau kehilangan. Pada tahap ini, penerima harus menandatangani dokumen penerimaan sebagai bukti barang telah diterima dengan baik. Sutrisno (2021) menambahkan bahwa komunikasi yang jelas antara pengirim dan penerima sangat penting pada tahap ini untuk menghindari masalah terkait penerimaan barang.

7. Penyelesaian Administratif(*Administrative Completion*)

Tahapan terakhir dalam proses pengiriman barang adalah

penyelesaian administratif. Ini mencakup pembuatan laporan pengiriman, pengembalian dokumen atau faktur, dan pengelolaan data pengiriman untuk keperluan pencatatan dan evaluasi. Menurut Kurniawan (2021), kegiatan administratif ini memastikan bahwa semua prosedur telah dijalankan dengan benar dan meminimalkan potensi masalah hukum di kemudian hari.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengiriman Barang

Pengiriman barang adalah proses yang kompleks dan melibatkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kelancaran serta kualitas pengiriman. Faktor-faktor ini perlu diperhatikan oleh perusahaan pengiriman untuk memastikan barang sampai ke tujuan dengan kondisi yang baik dan tepat waktu. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengiriman barang antara lain adalah jarak, jenis barang, biaya pengiriman, moda transportasi, waktu pengiriman, serta faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi efektivitas proses pengiriman.

Menurut Kurniawan (2021) terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengiriman barang adalah sebagai berikut:

1. Jarak atau Lokasi Tujuan Pengiriman

Jarak atau lokasi tujuan pengiriman merupakan salah satu faktor yang paling mendasar dalam proses pengiriman barang. Semakin jauh jarak yang ditempuh, semakin besar kemungkinan terjadi keterlambatan atau biaya tambahan yang terkait dengan pengiriman. Jarak yang lebih jauh sering kali membutuhkan moda transportasi yang berbeda dan lebih kompleks, yang berujung pada peningkatan biaya dan waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman. Lokasi tujuan juga mempengaruhi apakah barang akan melalui jalur darat, laut, atau udara, yang masing-masing memiliki keunggulan dan tantangan tersendiri.

2. Jenis Barang yang Dikirim

Jenis barang yang dikirim sangat mempengaruhi cara pengemasan, perlakuan selama pengiriman, serta pemilihan moda transportasi yang tepat. Barang yang mudah rusak (seperti makanan atau barang elektronik) memerlukan perhatian khusus dalam pengemasan dan penanganan, sementara barang yang berukuran besar atau berat membutuhkan transportasi yang lebih kuat dan kapasitas besar. Barang yang lebih mahal atau bernilai tinggi juga mungkin memerlukan pengamanan ekstra dan asuransi, yang tentu saja mempengaruhi biaya dan proses pengirimannya.

3. Moda Transportasi

Pemilihan moda transportasi yang tepat adalah faktor penting dalam pengiriman barang. Moda transportasi yang dipilih akan mempengaruhi biaya dan waktu pengiriman. Penggunaan transportasi udara lebih cepat namun lebih mahal, sementara transportasi laut lebih murah namun lebih lama. Pilihan moda ini seringkali bergantung pada kebutuhan pelanggan, jenis barang, dan biaya yang ingin dikeluarkan oleh pengirim.

4. Biaya Pengiriman

Biaya pengiriman adalah salah satu faktor yang sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih jasa pengiriman. Biaya pengiriman dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk jarak, jenis barang, berat barang, serta jenis layanan yang dipilih. Biaya pengiriman dapat berbeda-beda tergantung pada seberapa cepat barang perlu sampai ke tujuan, dengan layanan ekspres cenderung lebih mahal dibandingkan dengan layanan reguler.

5. Waktu Pengiriman

Waktu pengiriman adalah faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan semakin mengharapkan pengiriman yang cepat dan tepat waktu. Keterlambatan pengiriman dapat menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

pengiriman dan berdampak pada reputasi perusahaan. Faktor-faktor seperti kemacetan lalu lintas, cuaca buruk, atau masalah lainnya dapat mempengaruhi waktu pengiriman.

6. Cuaca dan Faktor Eksternal

Faktor cuaca dan kondisi eksternal seperti bencana alam, politik, atau bahkan regulasi baru dapat mempengaruhi proses pengiriman barang. Cuaca ekstrem seperti hujan lebat, badai, atau salju dapat menyebabkan gangguan pada transportasi, sementara perubahan dalam regulasi pemerintah terkait impor atau ekspor barang dapat mempengaruhi kelancaran pengiriman barang antarnegara. Oleh karena itu, perusahaan pengiriman harus memiliki sistem yang fleksibel untuk mengatasi hal-hal yang tak terduga.

2.2.4 Jenis-Jenis Pengiriman Barang

Jenis-jenis pengiriman barang adalah berbagai kategori yang digunakan untuk menentukan cara atau metode pengiriman barang yang tepat, tergantung pada berbagai faktor seperti lokasi pengiriman, sifat barang, urgensi waktu, dan biaya. Pemilihan jenis pengiriman barang yang sesuai sangat penting untuk memastikan pengiriman barang berjalan efisien, aman, dan tepat waktu. Oleh karena itu, perusahaan logistik dan pengiriman barang harus memahami berbagai jenis pengiriman untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda.

Jenis-jenis pengiriman barang menurut Kotler (2020:45), adalah sebagai berikut:

1. Pengiriman Berdasarkan Jarak (Lokal, Nasional, dan Internasional)

➤ Lokal

Pengiriman barang dalam satu kota atau wilayah tertentu. Pengiriman lokal biasanya membutuhkan waktu yang lebih singkat dan biaya yang lebih rendah. Kualitas layanan ditentukan oleh kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman.

➤ Nasional

Pengiriman barang antar kota atau antar wilayah dalam satu negara. Pengiriman jenis ini lebih kompleks dibandingkan lokal karena mencakup jarak yang lebih jauh dan mungkin melibatkan berbagai moda transportasi.

➤ Internasional

Pengiriman barang antar negara. Pengiriman internasional memerlukan perencanaan yang lebih matang, termasuk penanganan dokumen bea cukai, tarif internasional, serta ketentuan khusus untuk berbagai negara. Pengiriman internasional dapat melalui jalur udara, laut, atau darat.

2. Pengiriman Berdasarkan Waktu (Reguler dan Ekspres)

➤ Reguler

Pengiriman barang yang dilakukan dengan jadwal pengiriman yang lebih fleksibel dan waktu pengiriman yang lebih panjang. Pengiriman reguler lebih ekonomis, namun membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan pengiriman ekspres.

➤ Ekspres

Pengiriman barang dengan layanan cepat yang mengutamakan waktu pengiriman yang singkat. Biasanya, pengiriman ekspres digunakan untuk barang yang sifatnya mendesak, dan biaya pengirimannya lebih tinggi dibandingkan reguler.

3. Pengiriman Berdasarkan Jenis Barang (Barang Umum, Barang Berbahaya, dan Barang Mudah Rusak)

➤ Barang Umum

Barang yang tidak memerlukan penanganan khusus dan dapat dikirim dengan moda transportasi biasa. Barang ini umumnya tidak membutuhkan perlindungan tambahan.

➤ Barang Berbahaya

Pengiriman barang yang mengandung bahan berbahaya seperti bahan kimia, gas, atau barang mudah terbakar. Pengiriman jenis

ini memerlukan prosedur khusus dan sertifikasi dari pihak yang berwenang.

➤ **Barang Mudah Rusak**

Barang seperti makanan atau produk farmasi yang mudah rusak selama pengiriman. Pengiriman jenis ini memerlukan pengemasan yang khusus serta kontrol suhu yang ketat untuk menjaga kualitas barang hingga sampai ke tujuan.

4. Pengiriman Berdasarkan Moda Transportasi (Darat, Laut, Udara)

➤ **Darat** Pengiriman barang menggunakan kendaraan darat, seperti truk, mobil van, atau sepeda motor. Pengiriman darat umumnya digunakan untuk pengiriman lokal atau dalam jangkauan negara yang berbatasan langsung.

➤ Pengiriman barang melalui jalur laut menggunakan kapal, biasanya untuk pengiriman internasional. Pengiriman laut lebih ekonomis untuk barang dalam jumlah besar, namun memerlukan waktu yang lebih lama.

➤ Pengiriman barang menggunakan pesawat terbang. Pengiriman udara biasanya digunakan untuk barang yang mendesak dan mahal, serta membutuhkan pengiriman cepat antar negara atau kota.

5. Pengiriman Berdasarkan Sistem Pembayaran (Prepaid dan Collect)

➤ *Prepaid*

Sistem pengiriman dimana biaya pengiriman dibayar oleh pengirim di awal. Biasanya, pengirim akan membayar seluruh biaya pengiriman sebelum barang dikirim.

➤ *Collect*

Sistem pengiriman dimana biaya pengiriman dibayar oleh penerima barang setelah barang sampai di tujuan. Sistem ini sering digunakan dalam transaksi bisnis antara perusahaan yang memiliki kesepakatan pembayaran tertentu.

6. Pengiriman Berdasarkan Jenis Layanan (Door-to-Door, Port-to-Port, dan Terminal-to-Terminal)

➤ *Door-to-Door*

Layanan pengiriman dimana barang diambil langsung dari alamat pengirim dan dikirimkan langsung ke alamat penerima. Layanan ini sangat nyaman bagi pelanggan karena tidak perlu pergi ke tempat pengiriman.

➤ *Port-to-Port*

Layanan pengiriman yang hanya mencakup pengiriman barang dari satu pelabuhan ke pelabuhan lainnya. Penerima bertanggung jawab untuk mengambil barang di pelabuhan tujuan.

➤ *Terminal-to-Terminal*

Pengiriman barang yang dilakukan dari satu terminal ke terminal lainnya, di mana penerima atau pengirim harus mengurus proses pengambilan barang di terminal tujuan.

2.2.5 Tantangan dalam Pengiriman Barang

Pengiriman barang adalah proses penting dalam sistem logistik yang melibatkan pemindahan barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Meskipun teknologi dan infrastruktur pengiriman telah berkembang pesat, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh perusahaan pengiriman. Tantangan ini dapat berupa faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi kelancaran dan efektivitas pengiriman barang. Beberapa tantangan dalam pengiriman barang yang sering dijumpai di antaranya adalah keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, biaya tinggi, dan kesalahan dalam pengelolaan data.

Berikut adalah beberapa tantangan dalam; pengiriman barang Menurut Prasetyo (2021:50) adalah sebagai berikut

1. Keterlambatan Pengiriman

keterlambatan pengiriman barang adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi perusahaan pengiriman. Hal ini sering disebabkan oleh faktor cuaca buruk, kemacetan lalu lintas, serta

masalah operasional lainnya yang mempengaruhi waktu pengiriman. Keterlambatan ini berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan dapat merusak reputasi perusahaan pengiriman.

2. Kerusakan Barang Selama

kerusakan barang selama pengiriman dapat terjadi karena pengemasan yang tidak sesuai atau penanganan yang buruk selama proses transportasi. Barang yang mudah rusak atau barang dengan ukuran besar dan berat rentan terhadap kerusakan jika tidak ditangani dengan hati-hati. Perusahaan pengiriman harus memastikan bahwa proses pengepakan dan penanganan barang dilakukan dengan standar yang ketat untuk meminimalisir kerusakan.

3. Tingginya Biaya Pengiriman

biaya pengiriman menjadi tantangan besar bagi banyak perusahaan pengiriman. Tingginya biaya operasional, termasuk bahan bakar, pemeliharaan kendaraan, serta biaya tenaga kerja, menyebabkan perusahaan sering kali menaikkan tarif pengiriman. Hal ini bisa menjadi hambatan bagi pelanggan yang menginginkan layanan dengan harga yang lebih terjangkau.

4. Masalah Dalam Pengelolaan Data dan Pelacakan

pengelolaan data dan pelacakan pengiriman barang yang kurang efisien dapat menjadi masalah serius. Kegagalan dalam memperbarui status pengiriman secara real-time, kesalahan dalam input data, atau kurangnya sistem pelacakan yang transparan dapat menyebabkan kebingungan di pihak konsumen dan meningkatkan tingkat ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengelolaan data yang lebih baik sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengiriman barang.

5. Keterbatasan Infrastruktur dan Jaringan Transportasi

terbatasnya infrastruktur dan jaringan transportasi yang ada, terutama di daerah-daerah terpencil, merupakan tantangan utama dalam pengiriman barang. Infrastruktur yang kurang memadai

dapat menyebabkan pengiriman barang menjadi lebih lambat dan lebih mahal. Perusahaan pengiriman harus berinovasi dengan memilih jalur transportasi alternatif atau menggunakan teknologi baru untuk mengatasi keterbatasan ini.

6. Persaingan yang Ketat dalam Industri Pengiriman
 persaingan dalam industri pengiriman barang semakin ketat, terutama dengan banyaknya perusahaan baru yang menawarkan tarif lebih rendah atau layanan lebih cepat. Persaingan ini memaksa perusahaan pengiriman untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menawarkan inovasi agar tetap kompetitif. Hal ini dapat meningkatkan tekanan pada perusahaan untuk menjaga biaya operasional tetap rendah sambil meningkatkan kualitas layanan.

2.2.6 Indikator Pengiriman Barang

Menurut Haryanto (2020) terdapat beberapa indikator pengiriman barang adalah sebagai berikut:

- 1) Kecepatan Pengiriman (*Delivery Speed*)

Kecepatan pengiriman merupakan salah satu indikator yang paling penting dalam penilaian pengiriman barang. Kecepatan pengiriman mencakup waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan barang dari titik asal hingga tujuan. Kecepatan pengiriman sering kali menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengiriman yang lebih cepat, terutama untuk layanan ekspres, dapat memberikan nilai lebih bagi pelanggan.

- 2) Keamanan Barang (*Safety and Security*)

Ini mencakup perlindungan barang selama proses pengangkutan, termasuk risiko kerusakan atau kehilangan. Perusahaan pengiriman perlu memastikan bahwa barang dilindungi dengan cara yang sesuai selama perjalanan, baik melalui pengemasan yang baik maupun pengawasan yang ketat selama proses pengiriman.

3) Biaya Pengiriman (*Shipping Cost*)

mengungkapkan bahwa biaya pengiriman adalah faktor yang memengaruhi pilihan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman. Biaya yang efisien dan transparan sangat penting untuk menarik pelanggan. Biaya pengiriman harus mencerminkan kualitas layanan yang diberikan, dan perusahaan harus memastikan bahwa harga yang ditawarkan bersaing dengan perusahaan lain di industri yang sama.

4) Tepat Waktu (*On-Time Delivery*)

Pengiriman tepat waktu adalah indikator kualitas layanan yang sangat penting. Tepat waktu berarti barang sampai pada tujuan sesuai dengan estimasi waktu yang telah disepakati. Keterlambatan dapat merusak reputasi perusahaan dan mengurangi kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan pengiriman harus dapat mengelola proses logistik dengan baik agar dapat memenuhi komitmen waktu pengiriman.

5) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

kepuasan pelanggan adalah indikator yang paling menentukan keberhasilan dalam pengiriman barang. Kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada faktor kecepatan dan biaya, tetapi juga pada pengalaman keseluruhan pelanggan, termasuk kemudahan dalam melakukan pemesanan, responsivitas layanan pelanggan, dan kualitas barang saat diterima. Survei dan umpan balik pelanggan sering digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pengiriman.

2.3 Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. pada bagian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait

dengan penelitian yang hendak dilakukan. berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang peneliti kaji.

1. Penelitian oleh Rina & Irawati (2021) dengan judul "Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Layanan Pengiriman pada J&T Express di Kota Surabaya" (Rina & Irawati, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara kepada 15 pelanggan J&T Express yang sering menggunakan layanan pengiriman. Lokasi penelitian adalah di kota Surabaya, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan pengiriman barang yang disediakan oleh J&T Express. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap kualitas layanan pengiriman J&T Express, terutama dalam hal ketepatan waktu dan kecepatan pengiriman. Namun, beberapa pelanggan merasa kurang puas dengan sistem pengembalian barang dan layanan pelanggan yang tidak selalu responsif. Penelitian ini menyarankan agar J&T Express memperbaiki sistem pengembalian barang dan meningkatkan pelayanan purna jual untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan teknik semi-struktural untuk menggali pandangan pelanggan lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan.
2. Hendri (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Kualitas Layanan Pengiriman Barang di JNE Bandung*" (lokasi: Bandung, Jawa Barat) menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara kepada pelanggan dan manajer cabang. Hasil penelitian menemukan bahwa pelanggan menilai pengiriman barang yang cepat dan aman sebagai faktor utama yang menentukan kualitas layanan. Faktor lain yang berpengaruh adalah keterbukaan informasi terkait status pengiriman dan ketersediaan tracking system yang memudahkan pelanggan untuk mengetahui posisi barang.
3. Putri (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Evaluasi Kualitas Pelayanan Pada JNE Surabaya*" (lokasi: Surabaya, Jawa Timur)

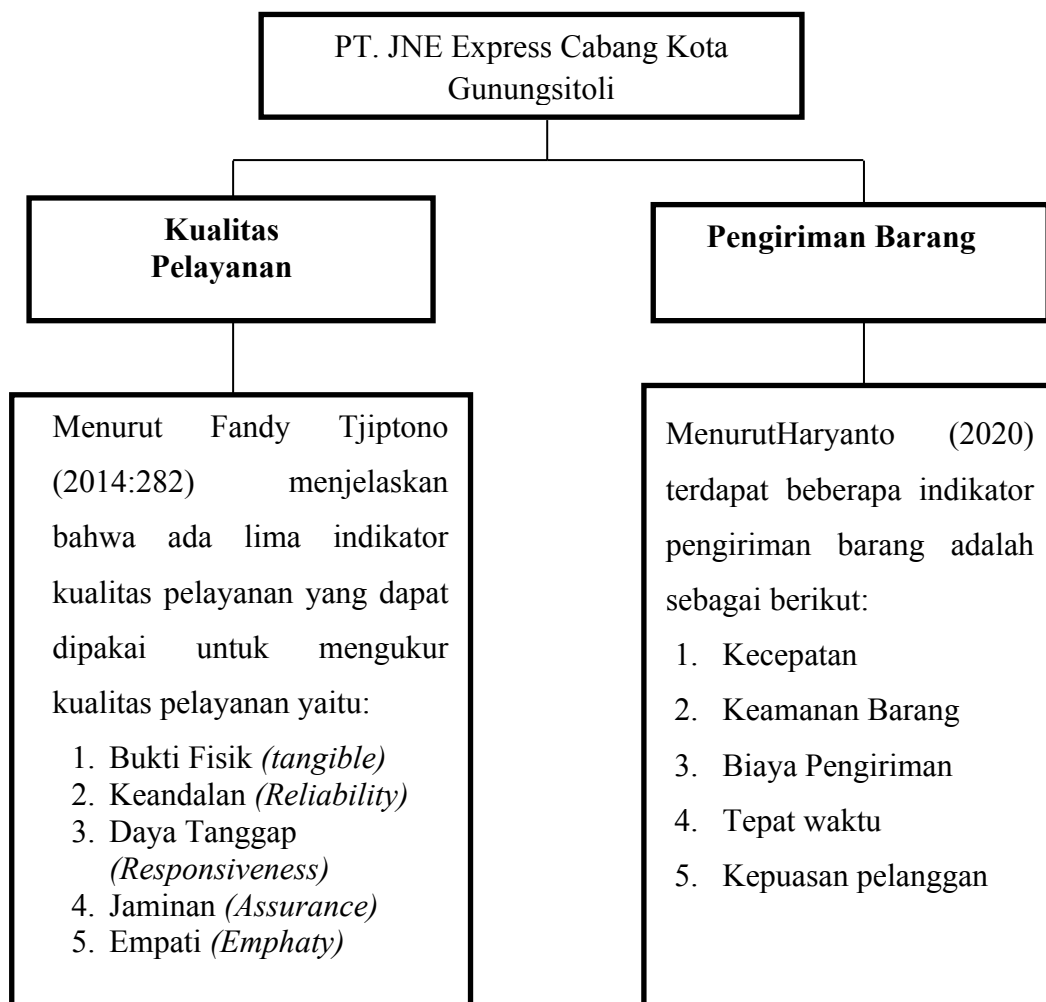
menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data untuk menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan pengiriman barang. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang memuaskan berkaitan erat dengan kemampuan petugas dalam menangani keluhan serta kesiapan armada untuk pengiriman tepat waktu. Pelanggan cenderung merasa lebih puas dengan layanan pengiriman yang responsif dan dapat diandalkan.

4. Prasetyo (2021), dengan penelitian berjudul "Analisis Kualitas Layanan pada JNE Express di Kota Semarang". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam kepada pelanggan dan manajer cabang JNE Semarang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan JNE sangat bergantung pada pengelolaan waktu pengiriman dan kejelasan informasi kepada pelanggan. Namun, terdapat beberapa keluhan mengenai ketidaktepatan estimasi waktu dan kerusakan barang yang diterima oleh pelanggan. Meskipun demikian, sebagian besar pelanggan tetap memilih JNE karena jangkauan yang luas dan harga yang terjangkau.
5. Siregar, 2021 Judul: Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang pada J&T Express di Kota Medan Lokasi Penelitian: Kota Medan, Sumatera Utara
Metode Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam terhadap manajer dan pelanggan J&T Express Hasil Penelitian: Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan di J&T Express di Kota Medan dipengaruhi oleh kecepatan pengiriman, komunikasi yang jelas antara staf dan pelanggan, serta kesediaan untuk mengatasi keluhan pelanggan. Pelanggan menilai bahwa ketepatan waktu pengiriman dan respon terhadap keluhan sangat memengaruhi kepuasan mereka. Rekomendasi yang diberikan adalah perlunya peningkatan pelatihan untuk karyawan dalam aspek komunikasi dan manajemen keluhan.

2.4 Kerangka Berpikir

Didalam sebuah penelitian, kerangka berpikir menjadi aspek penting yang digunakan sebagai model konseptual mengenai penelitian yang di lakukan. Hal ini seperti yang di sampaikan oleh Sugiyono (2019:95), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasi sebagai masalah yang penting. Maka penulis dapat menggambarkan kerangka berpikir penelitian, sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti, 2025