

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya teknologi sejak awal revolusi industri keempat tumbuh secara eksponensial, berbagai macam teknologi terbaru bertahap mulai diimplementasikan [1]. *E-commerce* menjadi salah satu bagian dari perkembangan teknologi, di mana seluruh transaksi jual beli barang dan jasa dilakukan melalui Internet [2]. Sejak itu, *e-commerce* berkembang untuk membuat produk menjadi lebih mudah untuk dicari dan dibeli melalui *marketplace*. Perusahaan besar, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), hingga *freelancer* mendapat manfaat dari munculnya *e-commerce*, yang memungkinkan mereka untuk menjual barang dan jasa dalam skala yang tidak mungkin dilakukan dengan ritel luring tradisional [3].

Dikutip dari Indonesia.go.id [4], *e-commerce* di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, hingga dapat diprediksi mengalami kenaikan sebesar 33,2 persen. Bain & Company dan Google Temasek merilis satu laporan pada Oktober 2020 yang menyatakan bahwa selama pandemi Covid-19 waktu penggunaan orang yang tergabung ke dalam platform dagang daring yang semula 3,7 jam/hari, meningkat menjadi 4,7 jam/hari ketika *lockdown*, dan 4,2 jam/hari setelah *lockdown* berakhir. Bank Indonesia pun memproyeksikan transaksi *e-commerce* naik menjadi Rp337 triliun pada tahun 2021. Menurut Gulc [5], meningkatnya popularitas belanja *online* telah menjadi salah satu pendorong utama dibalik berkembangnya layanan jasa kurir dalam beberapa tahun terakhir, membuat layanan jasa kurir menjadi elemen penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan tujuan masa depan, namun juga kesuksesan *e-retailer*.

Ada tiga platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia per kuartal III tahun 2021, antara lain Tokopedia (158,1 juta), Shopee (134,4 juta), dan Bukalapak (30,1 juta) [6]. Berdasarkan ulasan yang berada pada platform Google Maps dan Google Play, beberapa pelanggan mengeluhkan layanan ekspedisi kurir yang tergabung dengan platform *e-commerce*, antara lain

keterlambatan barang, alamat pengiriman yang tidak sesuai dengan resi, kerusakan barang [7]–[9]. Menurut Sasmita [10], hasil analisis kepuasan pelanggan menggunakan *topic modelling* dan analisis sentimen yang dilakukan, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pada dimensi *fulfilment* (salah satunya terdiri dari pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan) pada platform *e-commerce* masih rendah dan perlu ditingkatkan.

Terdapat beberapa metode untuk mengukur kualitas pelayanan antara lain Servqual, Servperf, *Importance/Performance analysis* (IPA), *Critical Incident Technique*, dan *Mystery Shopper* [11]. Metode Servqual banyak digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan industri berdasarkan kebutuhan industri. Namun, generalisasi terhadap alat ukur dan dimensi Servqual menuai kritik yang membuat dimensi serta alat ukur pada Servqual harus diubah berdasarkan sektor layanan yang akan diterapkan [12].

Hasil temuan empiris dan analisis statistik yang dilakukan oleh Gulc [5] menggunakan metode *exploratory factor analysis* (EFA), mengungkapkan faktor penentu kualitas layanan jasa kurir dalam *e-commerce* berdasarkan perspektif pelanggan dan diklasifikasikan menjadi 7 dimensi, antara lain keandalan, identifikasi visual, kompleksitas layanan, modal relasional, tanggung jawab sosial, daya tanggap, dan kualitas teknis.

Konsep dari kualitas layanan telah dianggap sebagai konsep multidimensi di mana karakteristik pentingnya perlu diukur. Faktor-faktor yang terkait dengan persepsi kualitas layanan dikaitkan dengan budaya negara dan di setiap negara hasilnya bisa berbeda, karena budaya nasional setiap negara adalah unik dan tidak identik dengan negara lain [13]. Maka dari itu, pendekatan akan model yang dibangun oleh Gulc [5] dengan metode *analytic hierarchy process* (AHP) digunakan untuk menemukan dimensi yang paling utama dari model yang dibangun oleh Gulc [5]. AHP memungkinkan untuk melakukan perbandingan berpasangan dengan kriteria dan sub-kriteria lainnya berdasarkan dimensi layanan [12], sehingga dapat membuat rekomendasi dalam menentukan kualitas pelayanan jasa kurir sehingga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan [12].

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan *e-commerce*, antara lain keterlambatan barang, alamat pengiriman yang tidak sesuai dengan resi, serta kerusakan barang yang disebabkan kelalaian kurir yang bekerja sama dengan penyedia layanan *e-commerce*. Oleh karena itu, dengan mengetahui hasil pemeringkatan melalui evaluasi terhadap dimensi kualitas layanan kurir pada sektor *e-commerce* menggunakan metode *analytic hierarchy process*, berdasarkan perspektif Asman Bagian Pelayanan Kantor POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat dapat menghasilkan sebuah tingkatan prioritas yang dapat digunakan sebagai tahapan awal dalam memberikan rekomendasi terhadap kualitas layanan jasa kurir pada platform *e-commerce*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Latar belakang masalah memberikan landasan untuk merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Kriteria dan sub kriteria apa yang paling perlu diperhatikan dalam penentuan kualitas pelayanan jasa kurir di *e-commerce*?
2. Bagaimana cara melakukan pemeringkatan terhadap kriteria dan sub kriteria dengan menggunakan AHP?
3. Bagaimana hasil pemeringkatan dari analisis hierarki menggunakan AHP dalam faktor kualitas layanan kurir sebagai rekomendasi untuk perusahaan jasa layanan pengiriman yang sesuai terhadap perspektif pelanggan?

1.4 Batasan Masalah/Ruang Lingkup

Hasil simpulan berikut menetapkan poin-poin batasan masalah/ruang lingkup yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian ini dilakukan pada penyelenggara layanan jasa kurir di POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat.
2. Studi *pair-wise comparison matrix* dilakukan berdasarkan perspektif dari ketiga Asman Bagian Pelayanan Kantor POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat.
3. Menggunakan metode AHP untuk menganalisis masalah pada MCDM.
4. Menggunakan metode RAD untuk mengembangkan perangkat lunak sistem pendukung keputusan (SPK).
5. Menggunakan metode *black box testing* untuk menguji fungsionalitas dari perangkat lunak SPK yang akan dibangun.
6. Menggunakan metode *confusion matrix* untuk membandingkan hasil pengerjaan perhitungan manusia dan komputer.

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah, maka tujuan penelitian yang akan dijalankan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses AHP yang digunakan sebagai penentu kualitas pelayanan jasa kurir pada platform *e-commerce* berdasarkan perspektif Asman Bagian Pelayanan Kantor POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat.
2. Untuk mengetahui tingkatan prioritas kriteria yang perlu diperhatikan dalam penentuan kualitas layanan jasa kurir di platform *e-commerce*.
3. Memberikan rekomendasi kepada perusahaan jasa kurir yang bermitra dengan perusahaan penyelenggara layanan *e-commerce* terhadap prioritas kualitas layanan melalui penerapan metode AHP.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Adanya referensi pembobotan dari analisis hierarki yang dilakukan menggunakan metode AHP yang membantu menjadi acuan untuk mengukur kualitas pelayanan kurir di POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat.
2. Adanya indikator penilaian kualitas layanan kurir berdasarkan perspektif Asman Bagian Pelayanan Kantor POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat.
3. Adanya dokumen rekomendasi bagi POS Indonesia Cabang Purwokerto Pusat dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan jasa kurir.
4. Adanya perluasan pemahaman peneliti mengenai penerapan AHP.