

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital telah mendorong perkembangan pesat sektor *e-commerce* di Indonesia. Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di era digital telah memberikan dampak signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat Indonesia, yang kini lebih mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam berbelanja *online* (Zafira, 2023). Shopee mencatat 295 juta pengguna secara global pada 2023, dengan Indonesia sebagai kontributor terbesar sebanyak 103 juta pengguna, menjadikannya pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara (Curry, 2025). Puskomedia Indonesia (2024) menyatakan bahwa pertumbuhan ini turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap layanan pengiriman yang cepat, transparan dan andal guna menjaga kepuasan pelanggan dalam proses pengiriman barang.

Seiring dengan dominasi Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, kebutuhan akan sistem logistik yang mendukung performa layanan menjadi semakin penting (Harlan dkk., 2025). Fitur *real-time tracking* merupakan inovasi logistik yang memungkinkan pelanggan memantau status pengiriman secara langsung, sehingga meningkatkan transparansi, kepercayaan, dan kepuasan pengguna layanan, seperti yang diterapkan oleh Shopee Express (Jozuna & Dewi, 2020). Menurut laporan *Ecommerce in Southeast Asia 2024* oleh *Momentum Works*, lebih dari 50% pesanan Shopee dikirim dengan Shopee Express, menandakan peran strategisnya dalam ekosistem logistik *e-commerce* regional (Septiani, 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Shopee Express. Taba dan Suarna (2024) menemukan bahwa ketepatan waktu dan pengalaman pelanggan berkontribusi sebesar 75,2% terhadap kepuasan pengguna. Budiawan dkk. (2024) menunjukkan bahwa kualitas penggunaan (*usability*) layanan Shopee Express menjadi faktor dominan dengan kontribusi sebesar 88,35%. Penelitian Wijaya dan Rizani (2022) menemukan bahwa meskipun tingkat kepuasan pelanggan Shopee Express cukup

tinggi yakni mencapai rata-rata 96,65%, aspek empati masih menjadi dimensi yang paling rendah, menandakan perlunya peningkatan komunikasi dan interaksi dalam pelayanan.

Faktor-faktor tersebut menegaskan bahwa transparansi informasi dan kepercayaan pelanggan merupakan dua elemen kunci dalam membentuk kepuasan pengguna layanan pengiriman. Transparansi informasi, khususnya melalui fitur pelacakan dan pembaruan status secara *real-time*, berkontribusi besar dalam menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan (Rafique dkk., 2020). Sementara itu, kepercayaan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai aspek layanan logistik, seperti ketepatan waktu dan akurasi informasi yang disampaikan (Yeronica & Laulita, 2024). Kepercayaan yang tumbuh dari pengalaman layanan yang andal tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berdampak pada loyalitas pengguna dalam jangka panjang (Saribanon dkk., 2025; Yuniarta dkk., 2019).

Kajian mengenai pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan, terutama dengan mempertimbangkan peran mediasi transparansi informasi dan kepercayaan pelanggan, belum banyak terangkat secara komprehensif dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini bertujuan mengisi gap penelitian tersebut dengan menelaah peran fitur tersebut sebagai mediator dalam kepuasan pelanggan. Hasilnya diharapkan dapat menjadi dasar strategis bagi perusahaan logistik untuk meningkatkan layanan yang lebih adaptif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen, sekaligus memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik di bidang ini.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah fitur *real-time tracking* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah transparansi informasi memediasi pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan?

Mohamad Fauzan Yaqdhan, 2025

PENGARUH FITUR REAL-TIME TRACKING PADA JASA EKSPEDISI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELACAKAN PENGIRIMAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan tujuan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui peran transparansi informasi sebagai variabel mediasi dalam pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mengetahui peran kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh fitur *real-time tracking* terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen logistik dan perilaku konsumen, khususnya terkait pemanfaatan teknologi *real-time tracking*. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai peran transparansi informasi dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara fitur teknologi logistik dan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas layanan logistik berbasis teknologi dalam konteks *e-commerce*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Selain memberikan kontribusi secara teoritis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak terkait. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini antara lain ditujukan bagi peneliti, Shopee Express, serta masyarakat pengguna layanan pengiriman.

a. Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman empiris dalam mengkaji pengaruh fitur teknologi logistik terhadap kepuasan pelanggan, serta melatih kemampuan dalam merancang dan menganalisis data menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasilnya dapat menjadi dasar dalam mengembangkan kajian ilmiah lebih lanjut di bidang logistik digital dan pelayanan konsumen.

b. Shopee Express

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan strategis bagi manajemen Shopee Express dalam mengevaluasi dan meningkatkan kinerja fitur *real-time tracking*. Temuan mengenai transparansi informasi dan kepercayaan pelanggan dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya transparansi dan keandalan dalam layanan pelacakan pengiriman. Konsumen dapat lebih kritis dalam menilai kualitas layanan logistik dan memiliki ekspektasi yang realistis terhadap fitur-fitur yang ditawarkan oleh penyedia jasa ekspedisi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang dibatasi agar fokus penelitian menjadi lebih terarah dan hasil yang diperoleh dapat dianalisis secara mendalam. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada layanan *real-time tracking* yang disediakan oleh Shopee Express sebagai bagian dari proses pengiriman barang kepada pelanggan di Kota Bandung.
2. Subjek penelitian ini adalah pengguna Shopee di Kota Bandung yang telah menggunakan fitur *real-time tracking* pada layanan Shopee Express sebanyak minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir.
3. Penelitian ini mengkaji pengaruh fitur *real-time tracking* (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan dalam pelacakan pengiriman (variabel Y), dengan transparansi informasi (M1) dan kepercayaan pelanggan (M2) sebagai variabel mediasi.
4. Penelitian ini hanya mencakup proses pengiriman barang dari penjual kepada pelanggan dan tidak mencakup proses pengembalian barang (Retur).