

ANALISIS KINERJA LOGISTIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE DI INDONESIA

Saskia Maharani Dewi¹, Erwin Permana²

saskia.maharani.dewi.an23@stu.pnj.ac.id¹, erwin.permana@univpancasila.ac.id²

Politeknik Negeri Jakarta¹, Universitas Pancasila²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kinerja logistik dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada industri e-commerce. Dengan menggunakan pendekatan kajian komprehensif berbasis literatur dan data sekunder, penelitian ini mengevaluasi dimensi inti penyelesaian pesanan (order fulfillment) yang meliputi kecepatan pengiriman, akurasi pemenuhan pesanan, perlindungan kondisi fisik barang, serta transparansi informasi pelacakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja logistik bukan sekadar elemen operasional, melainkan faktor strategis yang menentukan daya saing dan keberlangsungan platform e-commerce. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa seluruh dimensi penyelesaian pesanan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Sementara itu, kualitas pelayanan kurir tidak lagi menjadi indikator dominan, seiring pergeseran preferensi konsumen urban Indonesia yang lebih mengutamakan efisiensi dan otomatisasi digital. Lebih lanjut, Kepercayaan Pelanggan (Customer Trust) terbukti berperan sebagai mediator penuh yang mengonversi kinerja teknis logistik menjadi tingkat kepuasan yang optimal. Dengan demikian, optimalisasi sistem logistik berbasis kecepatan, akurasi, keamanan, dan transparansi informasi menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan memperkuat posisi kompetitif platform e-commerce di pasar digital.

Kata Kunci: Kinerja Logistik, Order Fulfillment, Kepuasan Konsumen, Customer Trust, E-Commerce.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of logistics performance in enhancing customer satisfaction within the e-commerce industry. Using a comprehensive review approach based on literature and secondary data, the study evaluates the core dimensions of order fulfillment, including delivery speed, order accuracy, protection of the physical condition of goods, and transparency of tracking information. The analysis indicates that logistics performance is not merely a secondary operational element, but a strategic determinant of competitiveness and platform sustainability in the e-commerce sector. The findings reveal that all core order fulfillment dimensions have a positive and significant correlation with increased customer satisfaction. Meanwhile, courier service quality is no longer the primary indicator, reflecting a shift in the preferences of urban Indonesian consumers who prioritize efficiency and digital automation. Furthermore, Customer Trust is shown to play a crucial role as a full mediator, converting technical logistics performance into optimal customer satisfaction. Therefore, optimizing logistics systems through speed, accuracy, security, and information transparency is essential for building customer trust and strengthening the competitive position of e-commerce platforms in the digital market.

Keywords: Logistics Performance, Order Fulfillment, Customer Satisfaction, Customer Trust, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Seiring dengan membesarnya valuasi ekonomi digital, persaingan antar platform e-commerce di Indonesia menjadi semakin nyata, hiper-kompetitif, dan terfragmentasi ke dalam berbagai model bisnis. Pemetaan pangsa pasar saat ini menunjukkan adanya dominasi yang jelas oleh beberapa pemain utama yang berhasil memonopoli lalu lintas transaksi digital. Berdasarkan pola akses dan preferensi pengguna yang terus berevolusi, data terbaru menunjukkan hierarki platform yang bergeser secara dinamis dari tahun 2024 ke 2025.

Toko Online Paling Sering Diakses



Gambar 1. E-commerce yang paling sering diakses 2025

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2025

Di tahun 2025, Shopee memimpin platform e-commerce dengan akses pengguna tertinggi dan meraih 53,22%. Kemudian, dilanjut oleh TikTok Shop yang merebut posisi kedua dengan pangsa 27,37%. Kemudian peringkat selanjutnya ditempati oleh Tokopedia sebesar 9,57%, Lazada 9,09%, Blibli 0,29%, Facebook Marketplace 0,25%, dan lainnya sebesar 0,21%.

Pertumbuhan pasar digital ini menempatkan sektor logistik pada posisi yang sangat sentral sebagai penentu keberhasilan transaksi. Menurut Pramudita dan Guslan (2025), efisiensi layanan logistik saat ini telah berevolusi menjadi tulang punggung (backbone) utama bagi ekosistem e-commerce di Indonesia. Lebih lanjut, Amril dkk. (2025) menyatakan bahwa kinerja perusahaan logistik tidak hanya memastikan barang berpindah tempat secara fisik, tetapi juga memiliki efek limpahan yang secara langsung menentukan daya saing, membentuk loyalitas, dan memengaruhi penilaian konsumen terhadap platform e-commerce itu sendiri.

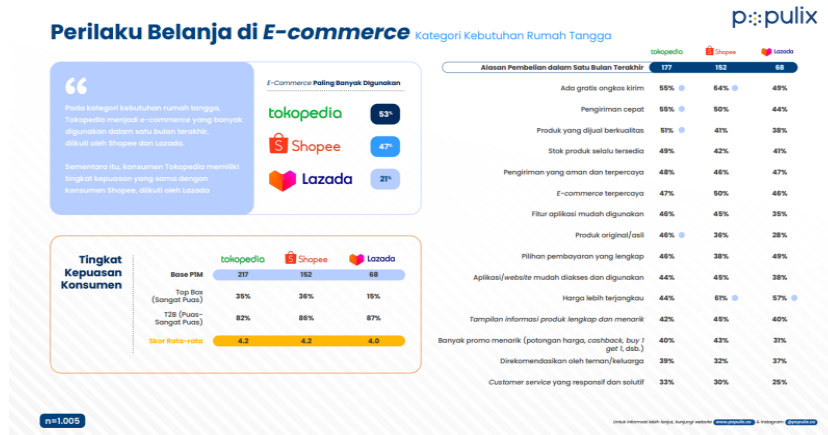


Gambar 2. Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Mengirimkan Barang

Sumber: Survei Populix, 2023

Tingginya ketergantungan ekosistem e-commerce terhadap sektor logistik tercermin secara nyata dari pola perilaku konsumen, khususnya pada kelompok demografi Generasi Z dan Milenial. Berdasarkan laporan survei Populix (2023) pada Gambar 2, perputaran arus logistik saat ini secara absolut digerakkan oleh aktivitas belanja daring. Data menunjukkan bahwa 88% dari Generasi Z dan 76% dari Milenial menggunakan layanan pengiriman barang secara spesifik untuk kebutuhan online shopping, dengan frekuensi transaksi yang

cukup tinggi, yakni rata-rata 2 hingga 3 kali dalam sebulan. Tingginya frekuensi pemakaian ini memicu persaingan pangsa pasar yang ketat di antara penyedia jasa ekspedisi. Lanskap preferensi konsumen didominasi oleh beberapa pemain utama, di mana J&T Express menempati posisi puncak (digunakan oleh 58% responden Gen Z untuk belanja online), disusul oleh JNE, Shopee Xpress, SiCepat, dan GoSend.



Gambar 3. Perilaku Belanja dan Ekspektasi Konsumen di E-commerce
Sumber: Survei Populix, 2023

Lebih lanjut lagi, tingginya intensitas penggunaan layanan logistik ini sejalan dengan ekspektasi layanan yang sangat spesifik. Berdasarkan data lanjutan dari Populix pada Gambar 3 terkait perilaku belanja e-commerce, alasan utama pelanggan dalam memilih dan merasa puas terhadap suatu platform sangat bergantung pada instrumen distribusinya. Konsumen menuntut adanya penawaran gratis ongkos kirim serta jaminan pengiriman yang cepat. Selain kecepatan, kemudahan prosedur pengembalian barang (retur) ketika terjadi ketidaksesuaian pesanan serta jaminan kondisi produk yang tiba dengan aman menjadi pertimbangan yang krusial.

Meskipun volume pengiriman melonjak tajam, operasional logistik di Indonesia masih dihadapkan pada kendala kualitas layanan yang memicu ketidakpuasan. Fiana (2025) dalam riset di skripsinya mengungkapkan bahwa masalah seperti keterlambatan pengiriman, kurangnya informasi kronologis ketika terjadi kendala (seperti paket tersasar), dan sulitnya akses ke pusat layanan pelanggan masih menjadi keluhan utama yang mendominasi di masyarakat. Apabila kinerja layanan ini gagal memenuhi harapan dasar konsumen, maka pelanggan modern yang memiliki tingkat loyalitas rendah akan dengan sangat mudah beralih ke penyedia layanan ekspedisi kompetitor (Pramudita dan Guslan, 2025). Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis dimensi-dimensi kinerja logistik yang secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan secara komprehensif.

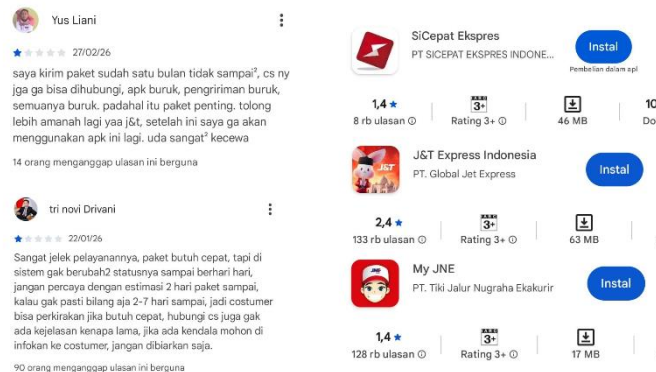
METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif didefinisikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada kondisi alamiah suatu objek, di mana data yang dihasilkan dan dianalisis bersifat naratif serta mendeskripsikan suatu fenomena secara detail dan mendalam, alih-alih menggunakan angka numerik (Sugiyono, 2023). Kemudian dielaborasi dengan pendekatan studi literatur. Menurut Danial dan Warsiah (2009), Kajian pustaka atau studi literatur merupakan suatu pendekatan riset di mana peneliti menghimpun dan menelaah berbagai sumber referensi tertulis, seperti buku maupun terbitan berkala, yang memiliki relevansi langsung dengan fokus permasalahan serta sasaran studi. Data utama diekstraksi dari berbagai sumber data

signifikan antara kualitas kontak personel dengan kepuasan pelanggan dalam ekosistem distribusi e-commerce Indonesia. Hipotesis tradisional tersebut secara statistik ditolak karena tingginya adopsi teknologi robotika (chatbot) (Pramudita dan Guslan, 2025). Hal ini dipertegas oleh Harlan dkk. (2024) yang menjelaskan bahwa konsumen urban modern memandang layanan last-mile delivery murni transaksional, mereka jauh lebih menghargai efisiensi waktu, kecepatan, dan pengiriman minim kontak (contactless) dibandingkan dengan upaya kurir untuk melakukan komunikasi atau basa-basi.

Transparansi Informasi Operasional

Kemampuan berbagi informasi operasional, khususnya keberadaan fitur pelacakan pesanan (tracking), memegang peranan yang sangat esensial. Pramudita dan Guslan (2025) menyatakan bahwa pembagian informasi operasional secara aktual dan real-time berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena dinilai sangat ampuh dalam mereduksi kecemasan konsumen atas lokasi barang mereka. Namun, meskipun fitur pelacakan kini mulai dianggap sekadar sebagai standar wajib, Fiana (2025) menemukan bahwa absennya atau kegagalan sistem pelacakan dalam mendeteksi penyebab spesifik dari suatu kendala di lapangan justru terbukti menjadi pemicu utama meroketnya keluhan dan komplain pelanggan. Pernyataan ini secara empiris divalidasi oleh studi Yani dkk. (2026) yang mengonfirmasi bahwa meskipun sebuah aplikasi pelacakan mudah diakses oleh pengguna, keterlambatan sistem dalam memperbarui status pengiriman (delay in updates) tetap menjadi pemicu munculnya rasa ketidakpuasan dan keluhan dari konsumen. Selain itu, data observasi industri menunjukkan bahwa lebih dari 90% komplain dan umpan balik negatif dari pelanggan e-commerce berkaitan erat dengan minimnya komunikasi proaktif terkait status pengiriman mereka (Roosevelt dkk., 2024).



Gambar 5. Ulasan dan Penilaian Buruk pada Aplikasi Jasa Ekspedisi

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Manifestasi dari rasa frustrasi akibat kegagalan sistem informasi operasional ini dapat dilihat secara nyata pada Gambar 5. Tangkapan layar dari berbagai ulasan aplikasi penyedia jasa ekspedisi di Indonesia memperlihatkan rendahnya peringkat (rating) rata-rata yang diberikan oleh pengguna. Keluhan yang mendominasi kolom ulasan sangat berkorelasi dengan kegagalan aplikasi dalam memberikan pembaruan status pelacakan secara real-time, ketidakjelasan estimasi waktu tiba, hingga sulitnya akses untuk menghubungi pusat bantuan (customer service) saat paket mengalami kendala. Bukti visual ini semakin mempertegas bahwa ketiadaan transparansi dan buruknya kinerja aplikasi digital perusahaan logistik merupakan katalis utama yang meruntuhkan kepuasan serta memicu gelombang komplain dari pelanggan. Kegagalan pembaruan informasi ini terbukti menciptakan ketidakpastian tinggi yang memaksa pelanggan untuk melacak aplikasi secara berulang-ulang atau menghubungi layanan pelanggan, yang pada akhirnya memberikan beban psikologis dan merusak kenyamanan berbelanja secara keseluruhan.

Peran Mediasi Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas E-Service

Natsya dkk. (2024) dalam studinya pada platform e-commerce membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik (e-service quality) secara sukses memediasi penuh pengaruh operasional logistik terhadap kepuasan pengguna. Lebih lanjut, Nursalim dkk. (2025) menegaskan bahwa kepercayaan pelanggan (customer trust) juga bertindak secara absolut sebagai variabel mediasi penuh (full mediator). Mekanisme psikologis ini mengartikulasikan bahwa pengiriman logistik yang dikerjakan secara akurat dan profesional akan terlebih dahulu membangun benteng kredibilitas di benak konsumen (Nursalim dkk., 2025). Rasa percaya inilah yang pada akhirnya mengubah kualitas pengiriman yang baik menjadi kepuasan pelanggan yang maksimal dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan yang sudah disajikan, penulis menyimpulkan bahwa kinerja logistik dalam industri e-commerce secara esensial bukan sekadar elemen operasional sekunder, melainkan penentu daya saing strategis yang menentukan keberlangsungan hidup sebuah platform. Berdasarkan tinjauan komprehensif, penelitian ini menyimpulkan bahwa dimensi penyelesaian pesanan inti meliputi kecepatan pengiriman, akurasi pemenuhan pesanan, perlindungan kondisi fisik barang, dan transparansi informasi pelacakan, serta berkorelasi positif secara signifikan terhadap eskalasi kepuasan konsumen. Di sisi lain, kualitas pelayanan kurir tidak lagi menjadi indikator utama akibat pergeseran preferensi konsumen urban Indonesia yang mengutamakan efisiensi dan otomatisasi digital. Selanjutnya, Kepercayaan Pelanggan (Customer Trust) terbukti menduduki peran esensial sebagai mediator penuh yang mengonversi kinerja teknis logistik menjadi kepuasan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, S., & Urgan, M. C. (2022). E-commerce logistics service quality: Customer satisfaction and loyalty. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 20(1), 1-19.
- Amril, M. A. B., Santosa, W., & Dewayana, T. S. (2025). The Effect of Logistic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in E-Commerce in Indonesia: A Study on Generation Z. *International Journal of Islamic Economics*, 8(3).
- Chenglai, A. (2025). Enhancing Logistics Efficiency for Customer Satisfaction in E-commerce. *International Journal of Development Administration Research*, 8(2), 63-82.
- Fiana, P. (2025). Analisis Pelayanan Pada Jasa Pengiriman Barang Dalam Era E-Commerce Berbasis Metode Servqual Di Kabupaten Bogor. Skripsi Politeknik Negeri Jakarta.
- Harlan, F. B., Tarigan, Y., Riadi, S., & Sitompul, A. M. (2024). Analysis of E-Commerce Logistic Service Quality on Customer Satisfaction, Loyalty, and Brand Image in Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 15(1), 118-127.
- Koesmariadi, F. A., & Agusinta, L. (2024). Logistics Dimensions and Their Influence on Online Shopping Satisfaction: Evidence from Bandung, Indonesia. *Logistica: Journal of Logistic and Transportation*, 2(2), 103-114.
- Muhamad, N. (2025). E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025. Databoks Katadata. Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Natsya, A. F., Hurriyanti, R., & Widiajanta, B. (2024). Optimizing Customer Satisfaction on the Shopee E-Commerce Platform: A Comprehensive Analysis of E-Logistics Mediated by Electronic Service Quality and Feature Utilization. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 151-156.
- Nguyen, T. M. A., Tran, T. T. H., & Tong, T. T. (2025). Research on The Impact of E-Logistics Service Quality on Customer Satisfaction in E-Commerce. *International Journal of Research (IJR)*, 12(5), 166-184.
- Nursalim, C. P., Tannia, T., & Robert, A. (2025). Service Quality and Perceived Value Toward

- Customer Satisfaction in E-Commerce Delivery: The Role of Trust. *International Journal of Applied Business & International Management*, 10(1), 103-120.
- Survei Populix: Platform E-commerce Masih Jadi Pilihan untuk Belanja. (2023, August 29). Populix | Platform Analisis Riset Pasar Dan Survei Online Berbayar. <https://info.populix.co/articles/platform-e-commerce/>
- Pramudita, A. S., & Guslan, D. (2025). The Impact of Logistics Service Quality on Consumer Satisfaction in E-Commerce Distribution Channels in Indonesia. *Journal of Distribution Science*, 23(2), 109-118.
- Salmaa. (2023, March 17). Studi Literatur: Pengertian, Ciri, Teknik Pengumpulan Datanya. Penerbit Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/tutorial-menulis/menulis-karya-ilmiah/studi-literatur/>
- Serang, S., Arfah, A., Ramlawati, R., & Aulia, N. (2025). The Influence of Digital Logistics Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Loyalty. *Jurnal Inovasi Sistem (JIS)*, 3(1).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Redaksi. (2023, August 4). Survei Populix: 88% Gen Z Indonesia Menggunakan Layanan Pengiriman untuk Berbelanja Online - csr-indonesia.com. *Csr-Indonesia.com*. <https://csr-indonesia.com/survei-populix-88-gen-z-indonesia-menggunakan-layanan-pengiriman-untuk-berbelanja-online/>
- Roosevelt, M., & Pahala, Y. (2024). MJIT 2024 Malaysian Journal of Industrial Technology LOGISTICS TRANSFORMATION IN INDONESIA FOR THE E-COMMERCE MARKET INDUSTRY. *Malaysian Journal of Industrial Technology (MJIT)*, 8(3). <https://mitec.unikl.edu.my/wp-content/uploads/2024/09/6-LOGISTICS>
- Yani, I., Al-Isra, M. F., & Yeni, H. (2026). The Effect of Information Quality of Tracking System on Customer Complaints in Shopee Express. *JITIFNA*, 2(1).