

El-Mubarak:
Islamic Studies Journal

Volume 2, Nomor 1,
Juni 2025

Authors
Risa Monika, Zuul Fitriani
Umari, Yudi Rudi

Affiliation
^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden
Fatah Palembang
³STAI Baturaja

Email
¹risa.monikaa07@gmail.com
²zuulfitriani_uin@radenfatah.ac.id
³yudi_rudi@gmail.com

EVALUASI SISTEM LAYANAN J&T EXPRESS DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM: STUDI TENTANG PENGARUH PELACAKAN ONLINE DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MAHASISWA

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pelacakan online dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam. Objek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang yang merupakan pelanggan aktif jasa pengiriman J&T Express cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pelacakan online dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam perspektif ekonomi Islam, kepuasan pelanggan tercermin melalui prinsip keadilan, keterbukaan informasi, dan kemaslahatan. Oleh karena itu, sistem pelacakan yang transparan dan harga yang adil dinilai sesuai dengan nilai-nilai dalam ekonomi Islam dan berkontribusi dalam membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci

Kepuasan Pelanggan, Pelacakan Online, Penetapan Harga

Pendahuluan

Kotler menjelaskan bahwa pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing (Diasari, 2016). Situasi yang ideal tersebut akan terwujud apabila pemasaran atau perusahaan

mengetahui kebutuhan dan hal apa yang diinginkan oleh pelanggan itu sehingga ia dapat mengambil langkah yang tepat.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan penulis kepada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang sebanyak 40 mahasiswa sebagai responden secara random pada bulan september 2022 yang menggunakan layanan J&T Express dan juga melihat ulasan pelanggan pada aplikasi J&T Express Indonesia dari *Google Playstore*, hasil yang penulis dapatkan bahwa terdapat beberapa masalah atau keluhan yang sering dialami pelanggan diantaranya kesalahan nomor resi pengiriman, status pada nomor resi tidak bergerak/datanya tidak update, kesalahan pengiriman atau salah alamat, status pengiriman reschedule, kelamaan tidak diantar kurir, paket yang diterima diluar jangka waktu estimasi, dan juga pelanggan menerima barangnya dalam keadaan rusak. Terlepas dari segi harga yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan yang cukup terbilang murah akan tetapi menjadi tolak ukur konsumen dengan melihat dari segi harga dan layanan yang diterima membandingkannya dengan ekspedisi lainnya.

Dengan semakin meningkatnya kompetisi di dalam dunia bisnis, membuat perusahaan berpikir untuk membuat atau memikirkan sebuah strategi yang tepat, bagaimana mereka dapat memenangkan kompetisi tersebut, salah satu caranya adalah dengan membuat hubungan yang sedekat mungkin antara perusahaan dengan konsumennya, dengan memberikan sistem pelayanan yang cepat dan tepat administrasi (Hidayat, 2014). Dapat diketahui bahwa harga pengiriman dari J&T memiliki harga yang ekonomis dibandingkan dengan harga jasa kurir yang lainnya. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab lakunya tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2011). Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak hanya dari segi pelayanan saja tapi dapat dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan penjual, karena harga merupakan penentu seorang konsumen dalam melakukan pembelian.

Mahasiswa sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik yang masih labil, spesifik dan mudah dipengaruhi. Diberbagai kesempatan di lingkungan sosial mahasiswa lebih bersikap aktif memperbincangkan mengenai berbelanja online. Hal tersebut tentunya juga tidak terlepas dari jasa ekspedisi pengiriman yang sering digunakan. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Sebelum menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan, peneliti akan terlebih dahulu menjelaskan definisi per variabel, yaitu sistem pelacakan online, penetapan harga, dan kepuasan pelanggan. Menurut Sukisno dan Winda (2017), *Tracking System* atau sistem pelacakan adalah suatu sistem yang digunakan untuk memastikan bahwa semua proses telah berjalan sebagaimana mestinya, sehingga dapat dihasilkan informasi yang akurat. Layanan sistem pelacakan online merupakan fitur yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang dapat memberikan informasi terkini barang atau dokumen yang dikirim atau diterima dengan nomor resi sebagai identitas jasa yang diberikan.

Adapun harga menurut Kotler dan Amstrong (2012) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga pembayaran ongkos angkut dan berbagi variabel yang bersangkutan. Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen merupakan situasi yang di tunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas (Fandy, 2012).

Pada penelitian ini penulis menggunakan model penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM). Model penelitian TAM ini diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 yaitu suatu adaptasi dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai terhadap teknologi. TAM merupakan sebuah metode yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*beliefs*), sikap (*attitude*), minat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*User Behavior Relationship*). Tujuan model ini adalah untuk dapat menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengguna teknologi informasi itu sendiri (Tri *et.al.*, 2019).

Metodologi

Dalam menyelesaikan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Maksudnya, menggunakan data yang berbentuk numerik atau angka. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa J&T Express, tanpa membedakan jenis kelamin dengan sasaran yaitu Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2019-2022. Adapun pertimbangan dalam penelitian, sampel yang diambil di penelitian ini berdasarkan:

- 1) Responden adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang;
- 2) Responden adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang pernah dan masih menggunakan layanan jasa ekspedisi J&T Express Cabang Kota Palembang.

Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti semua pelanggan J&T Express Cabang Palembang di FEBI UIN Raden Fatah yang jumlahnya banyak, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Peneliti mereduksi objek penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai sampel penelitian dengan taraf kepercayaan 90% (taraf signifikan 0,10). Dalam penelitian ini terdapat 33 item pertanyaan dengan jumlah sampel yang diambil adalah 97.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal dan layak digunakan.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,00679329
Most Extreme Differences	Absolute		,078
	Positive		,078
	Negative		-,050
Test Statistic			,078
Asymp. Sig. (2-tailed)			,176 ^c

Berdasarkan tabel 1 tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig* (2-tailed) sebesar $0,176 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas sudah terpenuhi.

2. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Sistem Pelacakan Online	Between (Combined) Groups	3124,479	30	104,149	8,775	,000
	Linearity	2657,721	1	2657,721	223,926	,000
	Deviation from Linearity	466,758	29	16,095	1,356	,154
	Within Groups	783,336	66	11,869		
	Total	3907,814	96			

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Penetapan Harga	Between (Combined) Groups	3295,554	30	109,852	11,842	,000
	Linearity	2935,331	1	2935,331	316,420	,000
	Deviation from Linearity	360,223	2	12,42	1,3	,
			9		1	39
						164

Within Groups	612,261	66	9,277
Total	3907,814	96	

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai sig *linearity* sistem pelacakan online sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai sig *deviation from linearity* sebesar $0,154 > 0,05$. Kemudian berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai sig *linearity* penetapan harga tersebut sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai sig *deviation from linearity* sebesar $0,164 > 0,05$. Jadi bahwasanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linear dengan cukup baik untuk kedua variabel tersebut yaitu sistem pelacakan online dan penetapan harga karena nilai sig *linearity* lebih kecil dari tingkat kepercayaan $0,05$ dan nilai sig *deviation from linearity* lebih besar dari $0,05$.

3. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada toleransi antar variabel independen pada model regresi. Jika terdapat hubungan signifikan maka dapat dikatakan ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,641	1,891		1,397	,166		
Sistem Pelacakan Online	,230	,068	,313	3,365	,001	,272	3,672
Penetapan Harga	,480	,075	,599	6,434	,000	,272	3,672

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel independen < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yang berupa ketidaksamaan varian dari residual pengamatan pada model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
(Constant)	3,636	1,192		3,050	,003	
Sistem Pelacakan Online	-,049	,043	-,221	-1,134	,260	
Penetapan Harga	,021	,047	,087	,446	,657	

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa sig sistem pelacakan online dan penetapan harga > 0,05 maka uji heteroskedastisitas pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Linear Berganda

Analisis uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen sistem pelacakan online dan penetapan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t Sig.
(Constant)	2,641	1,891		1,397 ,166
Sistem Pelacakan Online	,230	,068	,313	3,365 ,001
Penetapan Harga	,480	,075	,599	6,434 ,000

Berdasarkan tabel 6 dapat diuraikan persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2,641 + 0,230X_1 + 0,480X_2 + e$$

- Dari persamaan regresi linear berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:
- Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 2,641. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi sistem pelacakan online (X_1) dan penetapan harga (X_2) bernilai 0 persen, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 2,641.
 - Nilai koefisien regresi untuk variabel sistem pelacakan online (X_1) memiliki nilai positif sebesar 0,230 yang berarti setiap sistem pelacakan online mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,230 (23%) dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstanta. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen.
 - Nilai koefisien regresi untuk variabel penetapan harga (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0,480 yang berarti setiap penetapan harga mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,480 (48%) dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstanta. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen.

6. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
(Constant)	2,641	1,891		1,397
Sistem Pelacakan Online	,230	,068	,313	3,365
Penetapan Harga	,480	,075	,599	6,434

Maka dapat dijelaskan masing-masing pengaruh variabel sistem pelacakan online dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang sebagai berikut:

- Berdasarkan tabel 7 diperoleh bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel sistem pelacakan online (X1) sebesar 3,365 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,365 > 1,985$) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.
- Berdasarkan tabel 7 diperoleh bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel penetapan harga (X2) sebesar 6,434 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,434 > 1,985$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

7. Uji F (Simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3039,897	2	1519,949	164,618	,000 ^b
Residual	867,917	43	20,184		
Total	3907,814	45			

Berdasarkan tabel 8 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 3,09 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa sistem pelacakan online dan penetapan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

8. Uji R (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) diajukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,882 ^a	,778	,773	3,039

Berdasarkan tabel 9 pada kolom *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa persentase sumbangan (pengaruh) variabel independen sistem pelacakan online dan penetapan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 77,3%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan 77,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya (100% - 77,3%) yaitu sebesar 22,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Penutup

Berdasarkan rumusan masalah, analisis data yang telah diolah dan hasil pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Sistem Pelacakan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express. Hal ini ditunjukkan dari uji nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,365 > 1,985$) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,230. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel sistem pelacakan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.
- 2) Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express. Hal ini ditunjukkan dari uji nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,434 > 1,985$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,480. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.
- 3) Sistem Pelacakan Online dan Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} 164,618 > F_{tabel} 3,09$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka secara simultan (bersama-sama) variabel independen yaitu Sistem Pelacakan Online dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi J&T Express pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang

Referensi

- Diasari dan Utomo. 2016. "Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Surabaya, (Vol 5 No.12)
- Hidayat, Rachmat. 2014. Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk meningkatkan Pelayanan pelanggan, *Jurnal SISFOTEK Global*. (Vol. 4, No.2)
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gay Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid I. Jakarta : Erlangga
- Sukisno dan Winda. 2017. "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Tracking Acuan Quality Departemen Brushing Berbasis Web Di PT. Indothaicen Textile Industry", *Journal of Informatics Engineering*. (Vol 5, No.1)
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemen Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tri, Elistya dan Nayu A.P., 2019. "Penggunaan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (*Application Of Logistic and Supply Telkom Akses*)", *Accounting Information System and Information Technology Business Enterprise*. (Vol. 04, No. 02)
- Yuniarti Fihartini dan Kabul Prasetyo. 2017. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan *Online (Web Trace and Tracking)* Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, (Vol. 13, No. 3)