



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 12516-12524

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Layanan Lion Parcel di Kota Waingapu

Indra Huki Ranggandima¹, Sifra Varah V. Lena², Vindya Dona Adindarena³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

indrahukiranggandima@gmail.com¹, sifra@unkriswina.ac.id², Vindyadonna@unkriswina.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap layanan lion parcel di kota waingapu. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menganalisis perilaku komplain konsumen pada layanan lion parcel di kota waingapu. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan penyelidikan yang mendalam dan kontekstual tentang permasalahan yang konsumen alami atau rasakan. Metode yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan layanan tersebut, variabel yang dianalisis meliputi keandalan, ketepatan waktu, kualitas pelayanan, harga, serta kemudahan akses layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum konsumen merasa cukup puas terhadap layanan lion parcel, terutama pada aspek kemudahan pengiriman dan harga yang kompetitif. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti ketepatan waktu pengiriman dan responsivitas layanan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki sistem distribusi guna meningkatkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Dalam penelitian ini dapat beberapa konsumen yang menggunakan lion parcel untuk lebih luas jangkauan pengiriman sehingga mudah dijangkau lewat menonton di media sosial oleh masyarakat sekitar, dan ada juga konsumen yang mengajak kerabat atau teman untuk melakukan pengiriman lewat layanan lion parcel. Adapun temuan penelitian mengenai layanan Lion Parcel di Kota Waingapu, terlihat bahwa kualitas pelayanan, sistem pengaduan, dan loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dan berbeda secara menarik dengan beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

Kata Kunci: : Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu, Harga, Kemudahan Akses, Lion Parcel.

1. Latar Belakang

Lion Parcel adalah salah satu unit yang bergerak di sektor pengiriman barang dan logistik yang berkembang pesat di Indonesia (Aisyiyah *et al.*, 2019). Sebagai jasa ekspedisi terkemuka di Indonesia, Lion Parcel juga menawarkan jasa pengiriman dan permintaan barang yang menarik, terpercaya dan aman hingga sampai ke tangan pelanggan. Melalui jasa ekspedisi ini, pengiriman ke seluruh Indonesia maupun luar negeri menjadi mudah seolah tidak memiliki batasan jarak atau jangkauan dalam segala jenis pengiriman (Dwi, 2022). Kualitas pelayanan adalah kumpulan ciri khusus jasa dan keefektifannya dalam mencapai keinginan yang diinginkan supaya dapat memenuhi harapan pelanggan, sebab amat penting pihak perusahaan jasa mengoptimalkan kualitas pelayanannya dalam menarik pelanggan agar membeli jasa dari perusahaan kita dan membuat konsumen tertarik untuk membeli kembali jasa yang ditawarkan (Beny & Evyanto, 2022). Lion parcel mempunyai tiga service pengiriman Super, EZ (Reguler) dan ECO (ekonomi) (Ani & Jatmiko, 2023).

Lion Parcel berpusat di Jakarta dan mempunyai cabang-cabang di beberapa kota di Indonesia termasuk Kota Waingapu dalam bentuk drop point. Lion Parcel melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan lain-lain. Lion Parcel sebagai penyedia jasa pengiriman berfungsi menjadi penghubung antara pihak-pihak yang mempercayakan pengiriman barangnya melalui perusahaan tersebut dituntut melakukan pelayanan yang memuaskan agar tidak menyebabkan komplain bagi para pelanggannya baik individu maupun bisnis (Masitoh *et al.*, 2018).

Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan sebelumnya, dengan kata lain, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa (Tania, 2021).

Masalah yang sering terjadi pada layanan Lion parcel di Kota Waingapu. Kota Waingapu, dengan karakteristik geografisnya yang unik, memiliki kebutuhan akan layanan pengiriman yang efisien. Beberapa layanan lion parcel yang sering bermasalah antara lain: 1) layanan lacak paket, banyak pengguna yang mengeluh bahwa layanan lacak paket lion parcel tidak akurat dan tidak terdeteksi, 2) layanan pengiriman, beberapa pengguna mengeluhkan bahwa pengiriman paket lion parcel sering terlambat atau tidak sampai tujuan, 3) layanan costumer servis Lion Parcel tidak responsif atau tidak membantu dalam menyelesaikan masalah (Malahati et al., 2023).

Namun, beberapa konsumen di Kota Waingapu sering mengeluhkan masalah-masalah terkait dengan layanan pengiriman Lion Parcel, seperti permintaan barang yang selalu telat ke konsumen, ketidaksesuaian barang yang dipesan dan barang yang diterima, ketidaksesuaian waktu yang telah disepakati bersama, sehingga konsumen kecewa, kesalahan penyortiran barang oleh karyawan, kerusakan barang, kehilangan barang, konfirmasi pembayaran, kesalahan pengiriman produk, dan produk cacat, lambatnya informasi dari pihak Lion Parcel Kota Waingapu ketika barang sudah sampe dari pusatnya. Hal ini menyebabkan terjadinya kekecewaan bagi konsumen dan juga dapat menyebabkan konflik antara pengguna jasa lion parcel dan pihak lion parcel (Mekarisce, 2020).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dimana dalam pelayanan jasa dari pihak lion parcel yaitu, ketika permintaan barang yang selalu telat atau ketidaksesuaian barang yang dipesan dan barang yang sampai kepada konsumen, ketidaksesuaian waktu yang telah disepakati bersama antara konsumen dan pihak lion parcel, terjadinya kesalahan penyortiran barang oleh karyawan, kerusakan barang, kehilangan barang, kesalahan tujuan pengiriman barang.

2. Tinjauan Pustaka

a. Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merujuk pada individu-individu yang bekerja di dalam sebuah organisasi dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi tersebut. SDM mencakup semua aspek yang berkaitan dengan manajemen tenaga kerja, mulai dari perekrutan, pelatihan, pengembangan, hingga retensi dan pengelolaan kinerja. SDM merupakan aset utama dalam organisasi karena keterampilan, pengetahuan, pengalaman, dan kompetensi yang dimiliki oleh para karyawan sangat berpengaruh pada keberhasilan operasional dan strategi organisasi (Iswandi, 2021).

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) berperan krusial dalam keberhasilan *e-commerce*, kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen, terutama dalam berhubungan langsung dengan konsumen. Dalam konteks lion parcel, karyawan yang terlibat dalam proses pengiriman, *customer service*, dan manajemen operasional memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen (Budianto et al., 2020). Ini melibatkan berbagai aktivitas seperti analisis pekerjaan, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, kompensasi dan manfaat, serta hubungan karyawan. MSDM berperan dalam memastikan bahwa organisasi memiliki tenaga kerja yang kompeten dan termotivasi untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

b. E-Commerce

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet, dimana tidak seorangpun yang mengetahui jelas pengertian dari *e-commerce* tersebut. Menurut (Hismendi, 2016), pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Sedangkan menurut (Athallah & Wijaksana, 2023), menyatakan bahwa *E-commerce* diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pelaku bisnis, individu, atau pihak-pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi, peningkatan produktivitas dan profit. Pendapat yang berbeda disampaikan oleh (Pustaka et al., 2020) yang menyatakan bahwa *E-commerce* merupakan suatu proses transaksi barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi. Munculnya jual beli online menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung

ketempat barang tersebut dijual. *E-commerce* memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis dalam peningkatan efisiensi, pengurangan biaya inventory, peningkatan penjualan, peningkatan relasi dengan konsumen, penetrasi pasar baru, dan pada akhirnya financial returns. Berdasarkan pendapat para ahli *e-commerce* merupakan platform online tempat terjadinya transaksi jual beli antara bisnis dengan bisnis, bisnis dengan individu, dan individu dan individu, dengan hasil kesepakatan pembayaran dengan money dan tunai.

c. Kepuasan Konsumen

Menurut Tania, (2021) Kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan sebelumnya. Dengan kata lain, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi perasaan seorang konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan sebelumnya (Dharma, 2021). Ketika kinerja produk atau jasa sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka mereka akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan harapan konsumen itu sendiri (Muliyah *et al.*, 2020). Kepuasan konsumen yang tinggi sangat penting bagi keberlangsungan bisnis, karena konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain Khairani, (2019).

d. Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen adalah proses di mana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti tentang suatu produk, layanan, atau merek. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, budaya, pemasaran, dan interaksi sosial. Persepsi konsumen tidak selalu objektif, melainkan seringkali subjektif dan dipengaruhi oleh bias (Fitriana, 2014). Misalnya, jika seseorang pernah memiliki pengalaman buruk dengan suatu merek, mereka cenderung memiliki persepsi negatif terhadap semua produk dari merek tersebut. Persepsi konsumen ini sangat penting bagi pemasar, karena persepsi yang positif akan mendorong konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau layanan, sementara persepsi negatif dapat menghambat penjualan (MUN, 2017). Hasil yang diperoleh bahwa fokus penelitian adalah untuk melihat pengaruh dari perilaku konsumen, kualitas pelayanan lion parcel terhadap pengguna jasa lion parcel. Persamaan dengan penelitian ini adalah adanya persepsi konsumen dan kepuasan konsumen, Adapun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif untuk melihat seberapa besar pengaruh dari perilaku komplain terhadap kualitas pelayanan lion parcel sedangkan fokus dalam penelitian ini untuk menganalisis seberapa besar kepuasan dan persepsi pelanggan lion parcel terkait masalah-masalah yang sering terjadi pada layanan pengiriman.

3. Metode Penelitian

Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial atau perilaku manusia melalui data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan analisis teks (selemba empat 2007). Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk menganalisis perilaku komplain konsumen pada layanan lion parcel di kota waingapu. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan penyelidikan yang mendalam dan kontekstual tentang permasalahan yang konsumen alami atau rasakan.

Informan adalah orang-orang menguasai masalah atau orang yang diwawancarai untuk menemukan jawaban atas pertanyaan terkait masalah yang akan diteliti peneliti. Informan dalam penelitian merupakan orang yang menjadi sumber data dalam sebuah analisa atau riset yang dilakukan peneliti Thomas L.Wheenlen. Strategi manajemen dan bisnis (1995).

Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak menjadi fokus utama, melainkan ketepatan dalam memilih informan kunci dan kompleksitas keragaman fenomena sosial yang diteliti. Teknik sampling yang dipakai pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu metode penarikan sampel perilaku komplain kriteria tertentu. Adapun kriteria informan sebagai berikut:

1. Merupakan konsumen lion parcel masyarakat umum, pengusaha toko online, dan pengirim barang dalam jumlah banyak yang mencari solusi pengiriman yang ekonomis, cepat, dan terpercaya, baik dalam kota, antar kota, maupun internasional.
2. Konsumen yang sering menggunakan jasa lion parcel yaitu masyarakat umum, pengusaha toko online, dan pengirim barang dalam jumlah banyak yang mencari solusi pengiriman yang ekonomis, cepat, dan terpercaya, baik dalam kota, antar kota, maupun internasional. Konsumen Lion Parcel adalah semua orang yang membutuhkan jasa pengiriman barang, baik untuk pengiriman domestik maupun internasional.

Berdasarkan kriteria diatas, Peneliti memilih 5 orang pengguna jasa ion parcel sebagai informan kunci untuk studi ini. Pemilihan ini didasarkan pada judul penelitian yang mengkaji tentang perilaku komplain. Sehingga dapat dipastikan ketiga informan terpilih dapat memberikan wawasan yang paling relevan dan mendalam terkait dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Lalu di tentukan 3 macam kebutuhan yaitu, variabel kebutuhan dengan masing-masing akan dibagi atas 5 orang .(Barry 1994).

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer ini dikumpulkan langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan informan yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara mendalam. Wawancara mendalam, yang juga dikenal sebagai wawancara tidak terstruktur, melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan (Drs Husein umar,S,e.,Mm.,M.B.A. 1998). Peneliti mengajukan pertanyaan secara tatap muka, dengan format yang fleksibel namun tetap berfokus pada tujuan wawancara. Hal ini memungkinkan pengumpulan informasi yang mendalam dan kaya dari informan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus dalah strategi penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan menyelidiki secara mendalam suatu peristiwa, kejadian, program, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Pendekatan ini membatasi subjek penelitian dalam kerangka waktu dan aktivitas tertentu, memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang komprehensif dan mendetail (Mc. leod 1995). Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi dalam mendapatkan data dari informan.

Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Analisis data kualitatif dilakukan jika data yang dilakukan oleh pengamatan atau penemuan yang diperoleh merupakan data kualitatif berupa kumpulan kata-kata yang berwujud, bukan rangkaian angka yang tidak diurutkan ke dalam kategori-kategori. Data dikumpulkan melalui berbagai metode pengumpulan (observasi, wawancara, ringkasan dokumen, kaset) data akan diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan. Analisis kualitatif menggunakan kata-kata akan disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan secara matematika (tidak menggunakan angka).

Teknik analisis yang dipakai yaitu deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara pendekatan berpikir induktif. Metode induktif merupakan hal berupa pendapat yang bergerak dari hasil yang sesuai dengan apa yang terjadi, peristiwa yang memiliki fakta ditarik secara generalisasi dan bersifat umum. Data perolehan dari obyek penelitian memiliki hubungan yang belum jelas, sehingga dari data yang diperoleh diperlukan untuk menjelaskan kaitan tersebut secara tepat agar dapat dipahami secara umum.

2. Reduksi Data

Meringkas data adalah salah satu bentuk dari redaksi, mengambil setiap hal yang penting, ter fokuskan pada sesuatu yang utama. Reduksi data dapat menggambarkan secara umum terkait data. Yang di mana, abstraksi juga termasuk sebuah usaha untuk membuat rangkuman yang terperinci dan hanya menampilkan atau menggambarkan inti dari data yang sudah diperoleh melalui penelitian untuk menghasilkan catatan yang didapatkan dari data yang dikumpulkan dari sebuah penelitian. Dengan demikian, tujuan dari reduksi data ini adalah untuk membuat data yang diperoleh selama penggalan data di lapangan menjadi sederhana agar dapat di mengerti oleh pembaca. Proses yang di lakukan saat penelitian di lapangan yang didapatkan dari narasumber.

3. Penyajian Data

Menurut Miles (1992), penyajian data ialah beberapa berita terstruktur yang memberikan perkiraan untuk menarik kesimpulan. Langkah yang dilakukan dengan menyediakan seperangkat informasi terstruktur yang memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penyajian data merupakan pengumpulan data secara terperinci yang dilakukan oleh peneliti setelah penelitian dan dapat digunakan sebagai sarana untuk menarik kesimpulan dari penelitian dan memberikan saran. Data yang akan

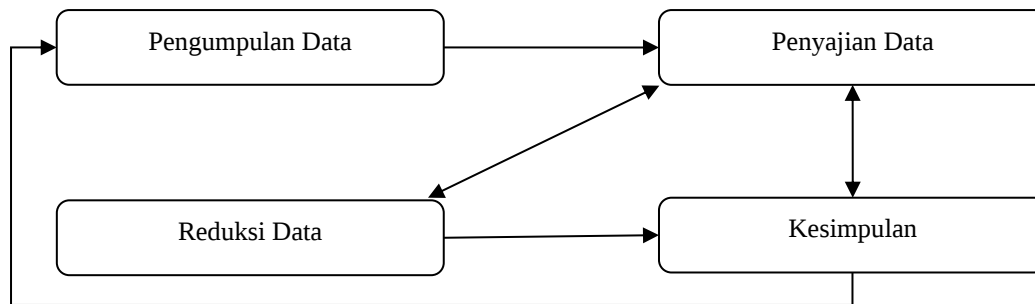
dilampirkan merupakan data yang asli yang didapatkan pada saat melakukan penelitian, sehingga pada saat perincian data dapat membuat pembaca memahami secara baik apa yang dipakai oleh peneliti sehingga mendapatkan data. Yang dilakukan oleh peneliti pada tahap ini yaitu melakukan pengelompokan data serta mempersiapkan data berdasarkan topik, dimulia dari memberikan kode pada setiap bagian pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Langkah selanjutnya dalam analisis data ini, peneliti menggambarkan situasi atau keadaan yang sebenarnya dialami oleh konsumen pengguna jasa lion parcel di kota waingapu.

4. Kesimpulan

Pada akhir penelitian, peneliti akan menyatakan kesimpulan yang ditarik dari data yang sudah diperoleh melalui penelitian. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar peneliti mengetahui makna yang terkumpul dengan membangun relasi, melakukan perbandingan dari fenomena permasalahan dan data yang ada. Kesimpulan dapat ditarik dengan membandingkan keberlakuan pertanyaan dari subyek penelitian ini dimana makna tersirat dalam gagasan yang mendasari suatu penelitian (Siyono 2018).

Penelitian dalam landasan teori, akan diidentifikasi lebih lanjut dengan melakukan analisis deskriptif kualitatif.

Gambar 1. Model Penelitian Miles and Huberman



Sumber : (Sugiyono 2018)

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer ini dikumpulkan langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan informan yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara mendalam.

Tabel Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir

Variabel	Kategori	Jumlah Responden	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	3	30%
	Perempuan	2	20%
Usia	17-25	1	10%
	26-35	3	30%
	36-45	1	10%
Pendidikan Terakhir	SMP	1	10%
	SMA	1	10%
	S1	3	30%

Sumber : data diolah

Dari data di atas menunjukkan bahwa dari 5 responden terdapat 3 responden berjenis kelamin laki-laki (30%) dan 2 responden yang berjenis perempuan(20%) sehingga bisa disimpulkan bahwa pengguna pelanggan lion parcel yang berada di kota waingapu di dominasi oleh laki-laki sebagai pengguna layanan terbanyak. Artinya konsumen menggunakan layanan lion parcel dominasi oleh laki-laki. karakteristik responden menurut usia yaitu: usia 17-25 tahun dengan jumlah 1 responden atau 10%. usia 26-35 dengan jumlah 3 responden atau 30% usia 36-45. dengan jumlah responden atau 10%. Data menunjukkan bahwa yang mendominasi pengguna lion parcel di kota waingapu

adalah responden dengan usia 26-35 sebesar 30% dan 17-25 tahun sebesar 10% sedangkan responden yang usia 36-45 tahun sebesar 10%. Artinya konsumen yang menggunakan lion parcel berdasarkan usia di dominasi oleh responden dengan usia terbesar 26-35 tahun sebesar 40%. Dari tabel menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden yang paling banyak ialah lulusan S1 dengan 4 responden (30%) dan SMP dengan 1 responden (10%) responden dengan pendidikan SMA sebanyak 1 responden (10%). Artinya konsumen yang menggunakan lion parcel berdasarkan pendidikan di dominasi oleh S dengan 3 responden 30%.

Temuan

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif untuk menganalisis suatu permasalahan mengacu pada penyusunan dan memperjelas hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang di teliti sehingga penelitian tidak meluas dan berfokus pada permasalahan. Berdasarkan temuan di lapangan cukup tergambarkan bagaimana perilaku konsumen menggunakan lion parcel dengan menggunakan 3 kategori indikator sebagai acuan untuk menjawab permasalahan penelitian:

Kualitas

Kepercayaan di suatu lembaga manapun akan di ukur melalui beberapa tahapan untuk memastikan berapa besar tanggung jawab yang di embani sekaligus bentuk kesetiaan. Begipula dala pelayanan lion parcel untuk menjamin mutu bentuk dan pelayanan lion parcel sehingga dalam proses menjalin hubungan yang baik tentunya hal yang utama yaitu memastikan kualitas selalu dala keadaan baik-baik atau aman kualitas pelayanan harus difokuskan pada kebutuhan dan harapan setiap pelanggan jasa pengiriman. Penyampaian informasi yang tepat, akurat, dan transparan sangat penting, terutama saat pelanggan menanyakan ketepatan waktu pengiriman. Informasi harus dikomunikasikan dengan jelas dan tepat waktu untuk menghindari kesalahpahaman dan memastikan kepuasan pelanggan (Tania, et al.)

Adapun penjelasan pengguna lion parcel sebagai berikut

"Yah baik kaka di setiap proses pengiriman barang saya selalu tepat waktu dan sangat memudahkan pengguna akan tetapi tidak terlepas dari kendala saat proses pengiriman barang ketika ada kendala, lion parcel pun menanggapi dengan gercap sehingga saya pun kaka sebagai pengguna merasa puas dengan pelayanan oleh petugas lion parcel di kota waingapu. Kualitas pelayanan berarti maksudnya penyampaian pelayanan yang bebas dari kesalahan atau cacat, sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dari lion parcel itu sendiri kaka, sehingga target sasaran layanan, atau persyaratan yang dapat didefinisikan, diamati, dan diukur.

"Dengan demikian saya sebagai pelanggan menubuhkan rasa kepercayaan dan kepuasan, yang pada umum dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan dan memperkuat reputasi lembaga atau perusahaan.

Hasil wawancara dapat di simpulkan pelanggan yang sering menggunakan layanan lion parcel ini merasa puas namun demikian sering ada keganjalan atau keterlambatan tetapi layanan lion parcel memberikan timbal balik atau pengurangan biaya pengiriman.

Sistem Pengaduan dan Saran

Setiap penyedia pengiriran jasa tentunya akan meliki keluhan kesah pada proses pengiriran barang Sehingga pengguna meliki hak ketika tidak sesuai dengan harapan, masalah-masalah yang dihadapi oleh Lion Parcel antara lain adalah pergantian resi pengiriman tanpa sepengetahuan pelanggan, sehingga membuat pelanggan kesulitan untuk melacak keberadaan paketnya. Bagi pelanggan, kemudahan pelacakan dan akses informasi pengiriman merupakan komponen penting dalam proses pengiriman. Kemudahan penggunaan ini sering dikaitkan dengan efisiensi pengiriman barang. Ketika pelanggan dapat dengan mudah melacak paketnya dan menerima informasi pengiriman yang akurat, mereka akan memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap layanan yang diberikan (Robin, et al., 2023).

Adapun penjelasan pengguna lion parcel sebagai berikut

"Biasanya adik ketika ada keterbatan atau kerusakan pada pengiriman aupun penerimaan saya sebagai konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum yang memadai untuk melindungi kepentingan sebagai pengguna layanan pengiriman barang. Dan Perlindungan hukum juga merupakan bentuk tanggung jawab dari pihak perusahaan jasa pengiriman untuk memastikan bahwa saya sebagai konsumen mendapatkan layanan yang aman, transparan, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam ketentuan yang mengatur proses pengiriman sehingga selama menggunakan jasa pengiriman selalu terlayani dengan aman sampai saat ini.

"Saya juga sering mengalami keterlambatan adik, nah itu tadi yang saya sampaikan ketika ada keluhan lion parcel itu sendiri yang bertanggung jawab.

Dari pernyataan di atas pengguna layanan lion parcel menyatakan jika ada keluhan lion parcellah yang bertanggung jawab dari kerusakan barang.

Loyalitas

Loyalitas baik pelayanan maupun pelanggan saling menguntungkan satu sama lain, maka dengan itu pelanggan yang sering menggunakan jasa pengiriman lion parcel akan mendapatkan nilai tambah, begipula jasa lion parcel mendapatkan hal yang tidak jauh berbeda sistem penghargaan bagi pelanggan yang sering menggunakan jasa pengiriman Lion Parcel memiliki ruang lebar bagi pengguna yang baru. Loyalitas berarti kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek atau merek. Dalam konteks pemasaran, loyalitas didefinisikan sebagai sikap positif konsumen terhadap suatu merek, yang diiringi dengan komitmen untuk terus menggunakan merek tersebut dan berniat untuk membeli produknya lagi di masa mendatang. Komitmen yang kuat dapat mengurangi dampak negatif dari informasi buruk tentang merek, karena konsumen yang loyal cenderung lebih toleran terhadap kesalahan atau kekurangan yang tidak signifikan (Mirza, et al., 2023)

Adapun pendapat responden lion parcel di kota waingapu.

"Saya sering sekali meakai lion parcel sebagai pengiriman barang kaka, yah ketika saya gunakan setiap proses pengiriman barang selalu mendapatkan keuntungan yaitu yang dimana ketika kesetiaan saya sebagai pengguna selalu mendapatkan imbalan seperti poin setiap transaksi sehingga saya sebagai pengguna pun sangat puas dengan pelayanan lion parcel dan merasa puas sekalipun sering ada kendala akan tetapi tidak menjadi hambatan.

"Pesannya bagi bapak ibu yang mau melakukan pengiriman barang jangan ragukan layanan lion parcel di kota waingapu karena pelayanannya sangat jamin untuk pelanggan baru maupun yang lama.

Hasil dari wawancara dapat di simpulkan bahwa setiap pelayanan lion parcel memberikan timbal balik yang baik untuk setiap pelanggan baru ataupun yang lama.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di kota waingapu dan konsumen yang menggunakan lion parcel sebagai tempat pengiriman dan penerimaan barang. Dalam penelitian ini dapat beberapa konsumen yang menggunakan lion parcel untuk lebih luas jangkauan pengiriman sehingga mudah di jangkau lewat menonton di media social oleh masyarakat sekitar, dan ada juga konsumen yang mengajak kerabat atau teman untuk melakukan pengiriman lewat layanan lion parcel. Adapun temuan penelitian mengenai layanan Lion Parcel di Kota Waingapu, terlihat bahwa kualitas pelayanan, sistem pengaduan, dan loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dan berbeda secara menarik dengan beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap layanan Lion Parcel di Kota Waingapu, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Pelayanan, Secara umum, konsumen menilai bahwa kualitas pelayanan Lion Parcel sudah cukup baik, terutama dari aspek komunikasi, keramahan petugas, dan kejelasan informasi. Meskipun demikian, beberapa kendala seperti keterlambatan pengiriman dan kesalahan penyortiran masih terjadi, namun hal tersebut tidak sepenuhnya mengurangi kepercayaan pelanggan karena respons dan penanganan dari pihak Lion Parcel tergolong cepat. Sistem Pengaduan dan Penanganan Keluhan,

Konsumen merasa terbantu karena setiap keluhan terkait keterlambatan atau kerusakan barang ditanggapi dengan baik. Lion Parcel dinilai bertanggung jawab dengan memberi solusi berupa kompensasi atau penjelasan yang jelas. Hal ini memperkuat persepsi positif konsumen terhadap kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan masalah. Loyalitas Konsumen, Pengguna yang rutin memakai Lion Parcel menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi. Mereka tetap memilih Lion Parcel karena kemudahan proses pengiriman, sistem poin yang menguntungkan, serta hubungan baik antara pelanggan dan petugas layanan. Faktor kedekatan sosial di Kota Waingapu ikut memperkuat loyalitas ini. Konteks Sosial Konsumen di Waingapu, Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen di Kota Waingapu memiliki toleransi yang cukup besar terhadap keterlambatan pengiriman selama perusahaan memberikan respon cepat dan solusi yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan personal dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara keseluruhan, Lion Parcel telah mampu memberikan layanan yang cukup memuaskan meskipun masih terdapat beberapa aspek operasional yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.

Referensi

1. Aisyiyah, N., Hartoyo, H., & Krisnatuti, D. (2019). Analisis Perilaku Komplain Konsumen Online Shopping. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 12(3) 248–259. <https://doi.org/10.24156/jikk.2019.12.3.248>.
2. Achmad Rachmatullah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mitra Ekspedisi Lion Parcel Cabang Pelabuhan C. Riko [Journal]. - Banjar Masin : [S.N.], 2020.
3. Ani, I., & Jatmiko, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. First Media Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(2), 165–182. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.5325>
4. Assyakurrohm, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
5. Salemba empat & Edwar tanujaya (2007). Research methods for business metodologi penelitian bisnis jakarta.1-269.
6. Beny, B., & 22). Pengaruh Kualitas Pelayanan Evyanto, W. (20an dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 688. <https://doi.org/10.33087/jmas.1>
7. Budianto, Vitria, A., & Yulianti, F. (2020). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Cv. Mitra Jaya Bersama Banjarbaru. *Jurnal Penelitian*.
8. Dwi, F. C. (2022). *Upaya Penanganan Komplain Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jakarta Pondok Pinang* 2. http://repository.umj.ac.id/13248/%0Ahttp://repository.umj.ac.id/13248/1/SKRIPSI_CHOIRUNISA DWI FARADINA01.pdf
9. Ekonomi, F., & Semarang, U. (2023). Pengiriman dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pt . Asta transport.
10. Fitriana, R. (2014).. *Procedia Manufacturing*, 1(22 Jan), 1–17.
11. Gumilang, N. A. (2021). *Pengertian Wawancara: Jenis, Teknik, dan Fungsinya*.
12. Heryana, A. (2021). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul, December*, 1–14.
13. Hismendi. (2016). E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi P
14. ada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 39–48.
15. Iswandi, A. (2021). Analisis Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Dan Motivasi Melalui Reward System (Artikel Studi Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(3), 280–288. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i3.683>
16. Malahati, F., B. A. U., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
17. Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Sunaryo, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 60–77. <https://doi.org/10.30656/jm.v8i1.662>
18. Mekarise, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
19. Mirza Muhammad Raffi, Reni Yusnita and Chairil Anwar Anwar Hubungan Kualitas Layanan dan
20. Kepuasan Pelanggan dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Lion Parcel [Journal] // Nusantara
21. (Drs Husein umar,S,e.,Mm.,M.B.A. 1998).Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis.
22. EntrepreneurshipandManagementReview. - 2023. - pp. 48-54. Sitepu, T. (2020a).. *Journal GEEJ*, 7(2), 11–36.
23. Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020b).. *Journal GEEJ*, 7(2), 10–27.
24. Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. a N. (2004). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i*, 16–45.
25. Rusandi, & M. Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
26. Robin and Winda Evyanto Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Lion Parcel [Journal] // eCo-Buss. - Bata : [s.n.], Agustus 2023. - Vol. Volume 6. - pp. 117-128. - Nomor 1.
27. Tania. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel di Batam. *Universitas Putera Batam Program Studi Manajemen*, 1–52.
28. Tania and Raymond. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam [Journal]. - Bata :[s.n.]. - pp. 1-10.
29. Tanjung, I. M. (2017). *Prosedur Penanganan Gangguan Aliran Pada Pdam Tirta Moedal Kota Semarang*. 1(1), 19.
30. Yip Pui Mun. (2013). *View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk. September*.
31. Zulio Wahyu Athallah, D., & Indra Wijaksana, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 230.
32. (Georgopolous &Tannenbaum,2021). mendetail (Mc. leod 1995). Data primer dan sekunder, data dari sudut ilmu system dan informasi sebagai fakta-fakta maupun angka-angka yang relatif berarti bagi pemakai.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10902>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

33. (Barry 1994).Alat ukur dan model analisis untuk aplikasi di bidang manajemen SDM.
34. Thomas L.Wheenlen. Strategi manajemen dan bisnis (1995).