

Evaluasi layanan last mile delivery dalam berbelanja daring = The evaluation of last mile delivery service in online shopping.

Annisa Luthfia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516972&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan e-commerce dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan adanya perubahan perilaku belanja daring. Hal ini mengakibatkan kegiatan Last Mile Delivery (LMD) meningkat. LMD merupakan perjalanan terakhir dari proses pengantaran barang. Seiring dengan meningkatnya kegiatan LMD dan banyaknya pilihan layanan LMD yang tersedia di Indonesia dengan karakteristik layanan yang berbeda-beda, maka diperlukan kajian untuk mengevaluasi berbagai sistem layanan LMD. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pilihan pelanggan terhadap berbagai sistem layanan LMD berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Hasil kuesioner berupa urutan faktor kepentingan responden dalam memilih layanan LMD selanjutnya diolah dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor biaya pengiriman merupakan faktor yang paling mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihan layanan LMD dengan bobot sebesar 61,2%, selanjutnya faktor durasi pengiriman dengan bobot 27,8%, dan faktor eksternalitas dengan bobot 11%. Dengan meninjau dari tiga faktor tersebut, layanan Lazy Delivery merupakan jenis layanan LMD yang paling dipilih oleh pelanggan dengan bobot 43,09%, diikuti dengan layanan Fast Delivery 1 dengan bobot 19%, Fast Delivery 2 dengan bobot 15,2%, dan Super Fast Delivery dengan bobot 11,77%. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan perancangan sistem LMD kedepannya bagi para pemangku kepentingan penyedia layanan LMD.

.....The development of e-commerce from year to year is increasing in line with changes in the behavior of customers who dare to shop. This has also increased Last Mile Delivery (LMD) activities. LMD is the last journey of a process of delivering goods. Along with LMD activities and the many choices of LMDs available in Indonesia with different service characteristics, it is necessary to study various LMD service systems. The purpose of this study is to analyze the customer's choice of various LMD service systems based on the factors that influence the choice (delivery duration, delivery cost, and externalities). The research was conducted by collecting respondent data using a survey questionnaire from 35 respondents who had made bold shopping and lived in Jabodetabek. The results of the questionnaire in the form of a sequence of respondents' interest factors in choosing LMD services were then processed using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. The results showed that the shipping cost factor is a factor that influences customers in determining the choice of LMD services with a weight of 61.2%, followed by a delivery duration factor with a weight of 27.8%, and an externality factor with a weight of 11%. By reviewing these three factors, Lazy Delivery service is the most preferred type of LMD service by customers with a weight of 43.09%, followed by Fast Delivery 1 with a weight of 19%, Fast Delivery 2 with a weight of 15.2%, and Super Fast Shipping with a weight of 11.77%. The results of the study can be used as considerations for future LMD system design for stakeholders of LMD service providers.