

## **Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan JNE dan J&T Dalam Perspektif Islam**

<sup>1</sup>Zulaika Matondang, <sup>2</sup>Hamni Fadlilah Nasution, <sup>3</sup>Aprilia Maisyaroh Hasibuan  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan  
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang, Kota Padangsidimpuan  
email: <sup>1</sup>[zulaikamatondang@uinsyahada.ac.id](mailto:zulaikamatondang@uinsyahada.ac.id),  
<sup>2</sup>[hamnifadlilahnasution@uinsyahada.ac.id](mailto:hamnifadlilahnasution@uinsyahada.ac.id), <sup>3</sup>[afriahhasibuan2000@gmail.com](mailto:afriahhasibuan2000@gmail.com)

---

**Keywords:**

Comparative, Service,  
Customer Satisfaction

---

**ABSTRACT**

*JNE and J&T are top brands of goods delivery service companies that collaborate with e-commerce in delivering goods from sellers to consumers. However, from the observations made, there were many complaints from consumers regarding their dissatisfaction with the services provided by the two goods delivery service companies. Service is any activity intended to provide satisfaction to customers, and consumer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing the performance (results) of the product in question against the expected performance. This research is quantitative research with comparative analysis, with a sample of 100 respondents using a sampling technique, namely accidental sampling. The data analysis used is the normality test, homogeneity test and difference test, namely the Independent Sample T-Test. The results of this research indicate that there is a difference between service quality and customer satisfaction at delivery service companies JNT and J&T.*

---

**Keywords:**

Komparatif,  
Pelayanan, Kepuasan  
Pelanggan

---

**ABSTRAK**

JNE dan J&T merupakan top brand perusahaan jasa pengiriman barang yang bekerja sama dengan e-commerce dalam hal pengantaran barang dari penjual kepada konsumen. Akan tetapi dari observasi yang dilakukan, banyak keluhan dari konsumen atas ketidakpuasan mereka terhadap pelayanan yang diberikan kedua perusahaan jasa pengiriman barang tersebut. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis komparatif, dengan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu accidental sampling, Adapun analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji homogenitas dan uji beda yaitu Independent Sample T-Test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat

---

## **PENDAHULUAN**

Sektor industri di Indonesia selalu mengalami peningkatan dalam sepuluh tahun terakhir, dan menjadi peringkat sektor pertama dari semua sektor penopang PDB di Indonesia. Sektor industri terbagi atas industri migas dan industri non migas, dan sektor penopang terbesar pada sektor industri adalah sektor non migas, karena industri non migas menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil dan beragam (Erwin Putra Rasul Dafana dkk., 2024). Salah satu subsektor terbesar adalah subsektor industri makanan dan minuman, industri tekstil dan pakaian jadi, industri kimia, farmasi dan obat tradisional, dan industri lainnya. Perkembangan industri ini tidak lepas dari peran jasa pengiriman hasil-hasil industri tersebut untuk menyalurkannya langsung kepada masyarakat pengguna produk melalui jual beli.

Jual beli dapat menopang perekonomian suatu negara, karena dapat menumbuhkan sektor riil. Jual beli yang dimaksud disini bukan hanya jual beli yang terjadi di pasar tradisional atau bahkan pasar modern, tetapi sudah merambah kedalam pasar digital atau yang kita kenal dengan *e-commerce*, hal ini karena *e-commerce* merupakan salah satu revolusi bisnis yang bermula dari beberapa iklan portal web di tahun 1995 dan terus berkembang hingga masa resesi pada tahun 2008 sampai 2009 yang selalu tetap stabil dalam menghasilkan profit (Ayu & Lahmi, 2020). Jual beli di pasar digital atau *e-commerce* memerlukan jasa pengiriman barang agar sampai ketangan pelanggan, hal inilah yang mendorong pertumbuhan perusahaan jasa pengiriman barang semakin berkembang. Perusahaan pengiriman barang yang paling terkenal di Indonesia adalah JNE dan J&T yang paling banyak dikenal dan dinikmati oleh masyarakat pengguna *e-commerce* dan pembelian online lainnya. Para pelaku usaha jasa pengiriman tersebut dituntut untuk memiliki keunggulan yang kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pengusaha lainnya. Para pelaku usaha jasa pengiriman barang dituntut untuk melakukan tugas secara profesional, dan yang sering dijumpai masalah dilapangan adalah rendahnya kualitas pelayanan bagi para penyelenggara jasa yang sering menjadi keluhan sebagian besar pelanggannya.

Pelayanan jasa menjadi sangat penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, hal itu juga dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis. Kualitas pelayanan merupakan cara kerja yang diterapkan perusahaan dan akan berusaha untuk memberikan perbaikan terus menerus kepada produk atau pelayanan yang kedepannya akan dihasilkan oleh perusahaan (Mumtaza & Millanyani, 2023). Dengan memahami apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dari pelayanan yang diberikan maka akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan memegang peranan penting dalam kemajuan suatu perusahaan jasa pengiriman dan hal itu dirasakan oleh pelanggan melalui pelayanan. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa jauh dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan kecewa, dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan menjadi senang dan bahkan bisa menjadi alat promosi ke banyak calon pelanggan lainnya.

JNE dan J&T merupakan dua perusahaan besar jasa pengiriman di Indonesia dan untuk dapat bertahan maka perusahaan perlu menerapkan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumen, karena jasa pengiriman yang memiliki kualitas pelayanan yang baik akan memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen (Nugraheni & Suyanto, 2021). JNE dan J&T yang merupakan perusahaan jasa pengiriman dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya, karena keputusan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang terjadi jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Dari observasi yang dilakukan kepada beberapa pelanggan JNE dan J&T, ada beberapa kendala yang ditemukan, yaitu pelayanan pada J&T cabang padangsidempuan kurang baik dan tidak ramah kepada pelanggan, keterlambatan dan barang yang dikirimkan tidak kunjung sampai ke alamat sehingga pelanggan harus datang ke Gudang untuk bulak-balik menanyakan keberadaan barangnya, serta kurangnya respon atas keluhan pelanggan sampai pengembalian barang yang dilakukan secara sebelah pihak tanpa mengkonfirmasi kepada pelanggan. Sedangkan pada JNE cabang Padangsidempuan pembayarannya tidak bisa menggunakan sistem *cash on delivery* (COD) dan harga perkilogramnya lebih mahal.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Ada beberapa prinsip tanggung jawab dalam pengangkutan yaitu prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan, prinsip tanggung jawab berdasarkan praduga, dan prinsip

tanggung jawab mutlak. Dalam perspektif fikih muamalah, akad yang digunakan dalam jasa ekspedisi adalah akad ijarah, untuk lebih spesifiknya yaitu akad *ijārah bi al-‘amāl*, merupakan upah atas kerja atau jasa yang diberikan pekerja kepada pengguna jasa dengan syarat-syarat yang telah ditentukan (A'yuni & Itmam, 2022).

Fondasi dasar pada perusahaan jasa pengiriman terletak pada kepuasan pelanggan dengan memberikan kebutuhan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kebutuhan pelanggan merupakan suatu keinginan seseorang akan produk atau jasa yang ditawarkan secara berkesinambungan. Secara umum kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dibagi dalam 3 tingkatan, yaitu kebutuhan dasar maksudnya adalah pelayanan yang sifatnya masih basic seperti ketepatan pengiriman, kemudahan akses komunikasi dan fleksibilitas waktu operasi atau pelayanan, memenuhi harapan maksudnya perusahaan perlu memastikan bahwa setiap permintaan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi, dan melampaui harapan (Candrianto, 2021).

Secara sederhana, kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak-sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (G. A. E. Sianturi dkk., 2021). Kepuasan pelanggan juga digunakan sebagai evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan asumsi bahwa apa yang mereka terima sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan harapkan (Pratama & Zulkarnain, 2024). Karena pelanggan yang bahagia cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, merujuk produk atau layanan kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka Panjang, hal inilah yang menjadikan kepuasan pelanggan menjadi ukuran penting efektivitas perusahaan (Damanik dkk., 2024).

Hal-hal yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan saat melayani pelanggan seperti angkat telepon, dengarkan pelanggan, atasi komplain dengan benar, menepati janji dan memberikan pelayanan ekstra (Candrianto, 2021), kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan yang diharapkan konsumen dalam pelayanan yang diterima atau diperoleh (Maimunah, 2020). Dalam hal memberikan pelayanan ekstra, hal ini dapat menarik perhatian pelanggan untuk tetap menggunakan jasa atau produk yang dipasarkan, seperti yang tertuang dalam surah An-Nisa ayat 58, yang maksudnya adalah agar menyampaikan amanat yang telah diberikan dan jadikanlah sebagai bentuk dalam memperoleh amal baik. Ayat ini juga berhubungan dengan akad wakalah bil ujah yakni penjual memberi

kekuasaan kepada kurir untuk mewakilkannya dalam hal mengantar barang. Untuk mengetahui ukuran kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tiga indikator yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi (Candrianto, 2021).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis komparatif, yaitu penelitian yang bersifat membandingkan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah menggunakan jasa pengiriman JNE dan J&T. Adapun dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel adalah siapa saja yang dijumpai ditempat-tempat tertentu atau metode pengambilan sampel tanpa sengaja, peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat itu (Roflin & Pariyana, 2022). Dengan menggunakan rumus Lemeshow maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Penelitian ini diolah dengan bantuan aplikasi SPSS, dan karena penelitian ini menggunakan angket, maka dibutuhkan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai syarat dasar pengujian dengan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer. Berikutnya dilakukan uji normalitas, yang merupakan uji prasyarat wajib, yang mana uji normalitas ini digunakan untuk menentukan apakah data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan yaitu dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan syarat jika signifikansi  $> 0,05$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka berdistribusi tidak normal (Yuliardi & Nuraeni, 2017).

Analisis komparatif memerlukan uji homogenitas sebelum dilakukan uji beda. Uji homogenitas adalah prosedur uji statistik yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa dua atau lebih kelompok sampel data diambil dari populasi yang memiliki varians yang sama (R. Sianturi, 2022). Pada uji beda perlu pengklasifikasian lagi berdasarkan skala pengukuran variabel yang digunakan. Adapun skala pengukuran pada variabel ini adalah skala interval, karena skala interval yang digunakan maka uji beda yang dilakukan adalah T-Test Independen. Uji *Independent sample T-Test* merupakan bagian dari statistik inferensial parametrik (uji beda atau uji perbandingan), Adapun ketentuannya adalah kedua sampel tidak saling berpasangan dan jika sampel berpasangan maka uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji *Paired Sample T-Test*, jumlah data untuk masing-

masing sampel kurang dari 30 dan sementara jika jumlah data lebih dari 30 buah maka sebaiknya uji hipotesis dilakukan dengan uji z, data yang dipakai dalam uji ini berupa data kuantitatif berskala interval atau rasio, data untuk kedua sampel berdistribusi normal dan jika salah satu sampel atau keduanya tidak berdistribusi normal maka uji hipotesis perbandingan dilakukan dengan metode statistik non parametrik menggunakan uji *Mann Whitney*, serta adanya kesamaan varian atau homogen untuk kedua sampel data penelitian (Siregar, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

JNE merupakan sebuah perusahaan jasa pengiriman barang dan dokumen yang memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor pengiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Sedangkan J&T sebuah perusahaan yang juga bergerak dibidang kurir kilat dan juga berfokus pada para pelanggannya, memanfaatkan jaringan yang luas dengan fasilitas layanan express menjadi sebuah perkembangan teknologi dan sebagai salah satu dasar bagi perusahaan J&T Express dalam melakukan sebuah pengiriman paket kilat di seluruh wilayah Indonesia dengan rute dalam kota, antar kota, antar provinsi dan para pengusaha *e-commerce*.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang menggunakan layanan pengiriman dengan JNE dan J&T, Adapun rincian dari responden dalam penelitian ini adalah

**Tabel 1. Gambara Umum Responden Penelitian**

Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	12	12
Perempuan	88	88
Berdasarkan Pekerjaan		
Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	89	89
Wiraswasta	6	6
Ibu Rumah Tangga	5	5

Angket yang disebarakan terlebih dahulu dilakukan validitas dan reliabilitasnya untuk tiap-tiap variabel sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut, dan hasil validitas dan reliabilitas masing-masing variabelnya dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Pelayanan JNE**

<b>Keterangan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
Item 1	0,747	$< 0,2787$	Valid
Item 2	0,824		Valid
Item 3	0,792		Valid
Item 4	0,738		Valid
Item 5	0,779		Valid
Item 6	0,829		Valid
Item 7	0,461		Valid
Item 8	0,814		Valid
Item 9	0,887		Valid

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pelayanan J&T**

<b>Keterangan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
Item 1	0,537	$< 0,2787$	Valid
Item 2	0,449		Valid
Item 3	0,660		Valid
Item 4	0,668		Valid
Item 5	0,578		Valid
Item 6	0,483		Valid
Item 7	0,442		Valid
Item 8	0,501		Valid
Item 9	0,660		Valid

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan JNE**

<b>Keterangan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
Item 1	0,757	$< 0,2787$	Valid
Item 2	0,750		Valid
Item 3	0,719		Valid
Item 4	0,736		Valid
Item 5	0,648		Valid
Item 6	0,757		Valid
Item 7	0,712		Valid

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan J&T**

<b>Keterangan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
Item 1	0,748	$< 0,2787$	Valid
Item 2	0,617		Valid

Item 3	0,794	Valid
Item 4	0,825	Valid
Item 5	0,758	Valid
Item 6	0,775	Valid
Item 7	0,480	Valid

Berdasarkan tabel 2, 3, 4, 5 hasil uji validitas untuk tiap-tiap pernyataan masing-masing variabelnya dengan melihat nilai r hitung yang dibandingkan dengan r tabel dinyatakan valid, karena nilai r hitungnya lebih besar dari nilai r tabelnya.

Setelah dilakukan uji validitas, berikutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang diteliti. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Varibel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Ketentuannya</b>	<b>Kesimpulannya</b>
Pelayanan JNE	0,910	> 0,60	Reliabel
Pelayanan JNT	0,713		Reliabel
Kepuasan Pelanggan JNE	0,829		Reliabel
Kepuasan Pelanggan JNT	0,832		Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, nilai Cronbach Alpha dalam pengujian reliabilitas penelitian ini berada di atas 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel di dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang diberikan kepada para responden, berikutnya dilakukan uji normalitas dalam penelitian ini, dan hasilnya adalah :

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas**

<b>Uji normalitas</b>	<b>Nilai Asymp Sig.(2-Tailed)</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Kesimpulannya</b>
Pelayanan JNE	0,167	> 0,05	Data normal
Pelayanan JNT	0,200		Data normal
Kepuasan Pelanggan JNE	0,179		Data normal
Kepuasan Pelanggan JNT	0,156		Data normal



Berdasarkan tabel diatas, pengujian normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-smirnov dan data dalam penelitian ini yakni terdistribusi dengan normal karena lebih besar nilainya dari signifikansi 0,05.

Setelah dilakukan uji dasar dalam penelitian ini, berikutnya dilakukan uji Homogenitas seperti pada tabel berikut.

**Tabel 8. Hasil Uji Homogenitas**

Uji Homogenitas	Nilai Sig. Levene Statistic	Signifikansi	Kesimpulannya
Pelayanan JNE dan JNT	0,082	> 0,05	Homogen
Kepuasan Pelanggan JNE dan JNT	0,831		Homogen

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil pengujian homogenitas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi dari levene statistic berada di atas 0,05, artinya pelayanan JNE dan J&T serta kepuasan pelanggan JNE dan J&T distribusi datanya adalah homogen.

Setelah dinyatakan homogen, berikutnya dilakukan uji beda dengan uji Independen Sample T-Test dengan hasil uji sebagai berikut.

**Tabel 9. Hasil Uji Beda**

Uji Paired Differences	Nilai Sig.(2-Tailed)	Signifikansi	Kesimpulannya
Pelayanan JNE – Pelayanan JNT	0,000	> 0,05	Beda
Kepuasan Pelanggan JNE – Kepuasan Pelanggan JNT	0,020		Beda

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai Sig.(2-Tailed) dari uji *Independence Sample T-Test* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima karena terdapat perbedaan pelayanan JNE dan J&T dan perbedaan kepuasan pelanggan JNE dan J&T.

### **Pembahasan Penelitian**

Pada dasarnya penelitian dilakukan karena melihat kualitas JNE dan J&T sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang sama, akan tetapi pada kenyataannya banyak keluhan yang terjadi dari sebagian besar pelanggannya akibat rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena pada dasarnya kualitas pelayanan itu merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan jasa dapat diukur melalui lima dimensi yang dikenal dengan sebutan Q-RATER yaitu keandalan, jaminan, bukti nyata, empati dan daya tanggap (Nurrokhman dkk., 2024). Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka sangat diperlukan sekali peningkatan kualitas pelayanan, dengan meningkatnya kepuasan konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen kepada perusahaan (Hidayat & Sulistyani, 2022).

Kualitas pelanggan ditentukan oleh kualitas barang, harga, mutu serta pelayanan jasa, dan kualitas akan menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur dalam persaingan. Untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan jasa akan memengaruhi kepuasan konsumen, karena semakin baik pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan puas dan jika pelayanan yang diberikan buruk maka konsumen akan kecewa dan juga berpindah ke perusahaan pesaing yang sama. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor terpenting yang memengaruhi pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan jasa (Fitrianti & Sonani, 2022).

Dalam hal kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa pengiriman sering dilihat dari pelayanan yang diberikan kurir Ketika mengantarkan barang, apalagi barang yang diantar dalam bentuk COD, sering dianggap kurang melayani karena ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen. Padahal kurir hanya menyampaikan barang yang dikirim si penjual kepada si pembeli. Hal inilah yang sering menjadi permasalahan dalam sistem COD, resiko barang selalu diarahkan kepada penyedia jasa, seharusnya jika produk tidak sesuai maka sebaiknya diserahkan kepada penjual untuk melakukan penukaran, akan tetapi yang justru terjadi adalah produk yang tidak sesuai justru penyedia jasa kurir yang menjadi korban dari penjual. Hal ini adalah yang patut dihindari dari sistem salam, karena barang adalah objek yang harus dilihat sebagai benda, sedangkan pekerja jasa kurir adalah pengantar (Fauza, 2023).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa tidak terlepas dari transaksi digital melalui *e-commerce* berdasarkan pendapat ulama ada beberapa tahap, pertama yakni telah melakukan kontrak di awal atau disebut dengan al-Ta'qut bahwa dalam kontrak tersebut kedua belah pihak antara penjual produk dan pembeli memiliki kesepakatan mengenai harga produk dan ongkos kirim melalui pelayanan jasa melalui *e-commerce*, sehingga kontrak perjanjian pembelian ada pada berbagai sisi yaitu penjual produk dan pembeli produk, penyedia jasa kirim dengan pemilik produk dan penyedia jasa dengan pembeli produk dan sudah terjadi ijab qabul antara ketiga pihak. Kedua yakni melakukan validasi atas kontrak yang telah diyakini agar terhindar dari hal-hal yang diharamkan seperti Maysir, Gharar dan Riba. Ketiga yakni proses nafath yaitu pembayaran yang dilakukan oleh pembeli setelah mulai kesepakatan penjualan. Keempat yakni sesi Ilzham yakni setelah barang dibayar dan disepakati maka tidak boleh ada pembatalan yang dilakukan sebab akan merugikan beberapa pihak, hal ini dilakukan agar ada transparansi dalam sistem penjualan bahwa kurir telah melaksanakan tugasnya dengan biaya pengeluaran yang telah ditetapkan (Fauza, 2023).

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pelayanan JNE dan J&T serta kepuasan pelanggan JNE dan J&T. Pelayanan yang dilakukan oleh kedua perusahaan disini adalah *reability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*. Sementara untuk kepuasan yang dilakukan oleh kedua perusahaan disini adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Dan indikator tersebutlah yang menjadi penentu keberhasilan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan antara perusahaan jasa pengiriman JNE dan J&T, karena jika pelanggan mendapatkan kepuasan dari kelima indikator pelayanan tersebut, maka pelanggan akan menggunakan jasa tersebut secara terus menerus dan bahkan akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>

- A'yuni, Q., & Itmam, M. S. (2022). Analisis Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Ekspedisi Perspektif Fikih Muamalah (Studi Kasus Mitra Ninja Xpress Cabang Damaran Kudus). *JIMSIA: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(1).  
<https://jim.iainkudus.ac.id/index.php/JIMSIA/article/view/7>
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Literasi Nusantara Abadi.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Erwin Putra Rasul Dafana, Riska Putri Dinarti, & Muhammad Yasin. (2024). Menganalisis Potret Industri Indonesia Berdasarkan Industri Pengolahan Migas dan Non-Migas. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 121–127. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2675>
- Fauza, M. (2023). ETIKA AKAD ANTARA PENJUAL, PEMBELI DAN JASA KURIR DALAM SISTEM CASH ON DELIVERY (COD) DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM. *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH*, 15(1), 94–108. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v15i1.1734>
- Fitrianti, D., & Sonani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Pariwisata di Jawa Barat. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(3), 140–147. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v1i3.43>
- Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2022). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. *Excellent*, 9(1), 7–18. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1233>
- Maimunah, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA URBANS TRAVEL. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>

- Nugraheni, N., & Suyanto, A. (2021). ANALISIS KOMPARATIF KUALITAS PELAYANAN PADA JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DAN J&T EXPRESS DI INDONESIA. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(1), 12. <https://doi.org/10.32833/majem.v10i1.145>
- Nurrokhman, A., Trihandayani, E., & Nurapipah, A. (2024). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA SPA DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN TEORIYA RESHENIYA IZOBREATATLSKIKH ZADATCH (TRIZ) DI ALEENAHOZ BEAUTY JAKARTA. *Jurnal Riset Jakarta*, 16(1). <https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v16i1.84>
- Pratama, Y. Y., & Zulkarnain, L. (2024). ANALISIS PENGARUH PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Spesialis Aqiqah Pondok Petir). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.757>
- Roflin, E., & Pariyana. (2022). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. PT. Naya Expanding Management.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RAGUSA ES KRIM ITALIA. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama*, 8(1), 386–397. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT. Bumi Aksara.
- Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian*. Innosian.