

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

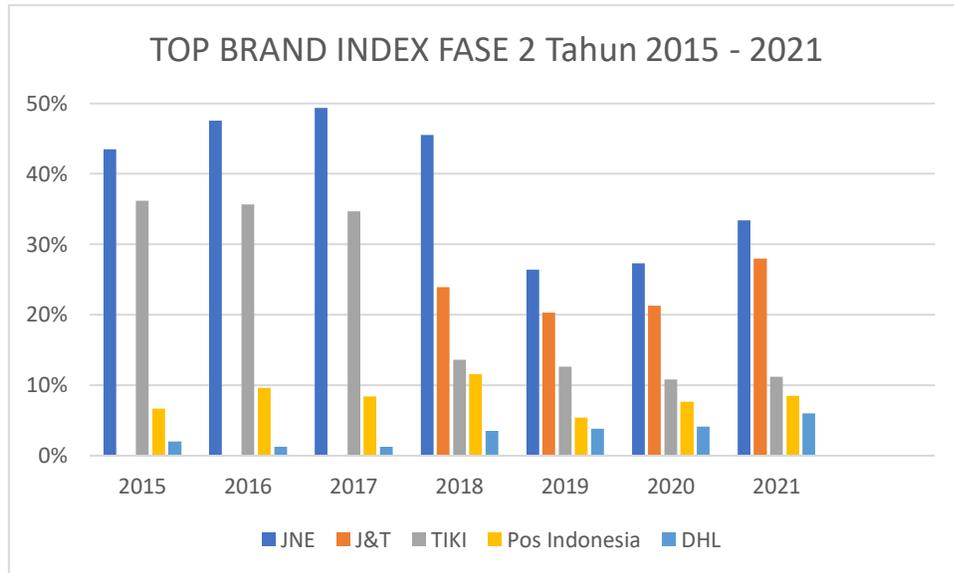
Di era globalisasi saat ini dengan perkembangan perekonomian yang sangat pesat berdampak pada persaingan yang tinggi dalam segala aspek kehidupan masyarakat khususnya dalam dunia bisnis, salah satunya adalah dalam sektor jasa yaitu pengiriman barang. Pada masa pandemi saat ini sektor logistik merupakan salah satu perusahaan yang bertahan di tengah pandemi bahkan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut terjadi karena perubahan pada pola hidup masyarakat dengan melakukan belanja online melalui *e-commerce*. Selain itu, jasa ekspedisi pengiriman paket juga sangat membantu UMKM dalam hal pengiriman barang ke konsumen.

Meningkatnya jumlah pengguna jasa ekspedisi sesuai dengan hasil survei cepat yang dilakukan *MarkPlus, Inc.* ditahun 2020 pada 122 responden diseluruh Indonesia dengan 59,8% berasal dari Jabodetabek dan 41,2% non-Jabodetabek. Frekuensi penggunaan jasa kurir jika dibandingkan dengan sebelum pandemi diakui oleh 39% responden meningkat signifikan dan 39% lainnya mengaku sedikit meningkat. Mayoritas masyarakat menggunakan jasa kurir untuk mengirimkan barang yang dibeli dari *e-commerce* sebanyak 85,2%. Sedangkan sebesar 50,8% lainnya mengirimkan barang belanjaan dari tempat belanja online di media sosial. Di masa pandemi, masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilih jasa ekspedisi yaitu sebesar 72%. (<https://industri.kontan.co.id/news/survei-di-masa-pandemi-852-masyarakat-gunakan-jasa-kurir-untuk-pengiriman-barang> diakses pada 28 April 2022 pukul 23.00).

Jasa pengiriman barang atau biasa disebut sebagai jasa ekspedisi menjadi satu hal yang sangat diperlukan bagi para pelaku usaha saat ini. Dulu, masyarakat hanya mengenal PT POS Indonesia sebagai perusahaan yang menjalankan bisnis ekspedisi. Selain karena milik negara, biaya murah juga menjadikan PT POS Indonesia sebagai *market leader* di bidang ini. Namun, ini hanya berlangsung kira-kira sampai awal 90an. Setelah tahun 90an, bisnis jasa ekspedisi mulai dimasuki perusahaan swasta untuk menandingi dominasi PT POS Indonesia.

Perusahaan jasa ekspedisi dan logistik bersaing untuk menawarkan jasa pengiriman sebagai keunggulan perusahaannya. Faktor yang menjadi keunggulan bersaing tersebut

ayaitu keamanan barang yang dikirim, ketepatan waktu dalam pengiriman barang, harga yang bersaing, serta asuransi yang diberikan kepada pelanggan. Banyaknya bermunculan jasa pengiriman barang di Indonesia serta ketatnya persaingan dapat dilihat pada gambar 1.1, yang berisi perbandingan *market share* dari beberapa perusahaan jasa ekspedisi menurut *Top Brand Award* tahun 2015 – 2021 :



Gambar 1.1 Top Brand Index Fase 2 Tahun 2015 - 2021

Sumber : www.topbrand-award.com (data diolah)

Berdasarkan perbandingan Top Brand yang ada, maka dapat diketahui PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) lebih unggul daripada perusahaan jasa ekspedisi lainnya. Pada gambar 1.1 JNE mendapatkan persentase tertinggi selama tujuh tahun berturut-turut dengan persentase terakhir sebesar 33,4%, pada urutan kedua terdapat Tiki kemudian Pos Indonesia mendapat urutan ketiga dan urutan terakhir DHL. Adapun J&T yang menyusul JNE setelah kemunculannya pada tahun 2015. Selain itu terdapat beberapa perusahaan jasa ekspedisi lainnya seperti Sicepat, Antaraja, Wahana, First Logistic, Ninja Express, SAP Express dan lainnya yang mulai berkembang pesat terlebih pada saat terjadi pandemi. Hal tersebut dapat memberikan ancaman bagi PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Meskipun JNE secara umum menjadi *top brand* selama tujuh tahun berturut-turut PT JNE Agen A.062 Bogor Raya pada tahun terakhir mengalami penurunan ketercapaian target, yang dikarenakan ketatnya persaingan serta kurang optimalnya manajemen strategi pada

perusahaan tersebut. Berikut data pengiriman paket PT JNE Agen A.062 Bogor Raya seperti yang tertera pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Report Sales JNE A.062 Bogor Raya Bulan Juni 2021 - Februari 2022

Sumber : JNE Agen A.062 Bogor Raya (Telah diolah 2022)

Bulan	CONNOTE (Resi/Paket)	Omset (Rp)	Persentase (%)
Juni	1.885	Rp 48.607.788	-
Juli	2.005	Rp 47.200.000	-3%
Agustus	1.954	Rp 51.488.900	8%
September	2.012	Rp 49.231.846	-5%
Oktober	1.648	Rp 41.201.400	-19%
November	1.530	Rp 49.548.900	17%
Desember	1.623	Rp 45.816.400	-8%
Januari	1.532	Rp 40.000.000	-15%
Februari	1.401	Rp 35.000.000	-14%

Dari Tabel 1.1. dapat dijabarkan bahwa ketercapaian target memang berfluktuasi seperti terlihat dalam beberapa bulan terakhir, terdapat rata-rata sejumlah 1.732 Connote (resi/paket) per bulan. Bulan Agustus merupakan pencapaian tertinggi dengan omset Rp. 51.488.900,- dan pendapatan terendah pada bulan Februari lalu dengan jumlah omset 35.000.000,- Hal tersebut dapat lebih dioptimalkan untuk mencapai tujuan akhir yang telah ditetapkan, melalui perumusan strategi yang tepat diharapkan dapat dengan mudah membantu pencapaian perusahaan yakni menambah perolehan laba ketercapaian target jumlah pengguna jasa ekspedisi sehingga perusahaan perlu mengetahui hal-hal yang mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.

Selain jasa yang ditawarkan perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perumusan strategi dapat ditinjau melalui keunggulan yang dimiliki perusahaan. Bisnis perusahaan jasa kurir yang semakin kompleks dituntut untuk bisa mengetahui peluang pasar dan dapat menjaga hubungan jangka panjang dengan relasi-relasi dan organisasi-

organisasi lain (Hajar dan Sukaatmaja, 2016:6583). Terkait dengan mencari peluang pasar dan juga mengembangkan hubungan jangka panjang dengan relasi-relasi dan organisasi-organisasi lain untuk keberlangsungan hidup bisnis jasa pengiriman, perusahaan harus memiliki kemampuan orientasi kewirausahaan, memiliki keunggulan bersaing serta kinerja pemasaran yang baik. Kotler dan Armstrong (2014:547), menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen nilai lebih. Dengan adanya pelayanan yang diberikan oleh JNE diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fenomena yang muncul dalam persaingan produk jasa akan menimbulkan dampak pada suatu strategi bagi perusahaan jasa logistik (transportasi barang), melalui permasalahan yang timbul bisa diambil dugaan bahwa ada kesalahan dalam hal strategi pada PT JNE Agen A.062 Bogor Raya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Bersaing Pada Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus : PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Pada tabel 1.2. ditampilkan jumlah pengiriman paket dan omset PT JNE Agen A.062 Bogor semakin mengalami penurunan, jika hal tersebut dibiarkan maka akan mengancam penurunan omset lebih buruk lagi.
2. Sering terjadinya keterlambatan dalam proses pengiriman.
3. Terputusnya relasi kerjasama dengan *E-commerce* dikarenakan mereka mendirikan jasa pengirimannya sendiri.
4. Lokasi yang kurang strategis karena berada di dalam perumahan
5. Meningkatnya jumlah permintaan penggunaan jasa pengiriman paket mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat dalam industri ini, hal tersebut akibat dari perubahan pola masyarakat dalam melakukan sistem pembelian dan transaksi.
6. Semakin maraknya bisnis jasa pengiriman barang dengan berbagai penawaran jasa yang beragam seperti jaminan cepat sampai, harga yang murah dan sebagainya

mengharuskan untuk PT JNE Agen A.062 Bogor Raya mempertahankan *Brand Image* guna menerapkan *positioning* JNE di benak konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian perlu dibatasi. Oleh sebab itu, ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Studi kasus pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya
2. Melakukan Analisa terhadap situasi faktor internal dan eksternal perusahaan
3. Pembahasan hanya sampai perumusan strategi, untuk implementasi strategi sepenuhnya menjadi wewenang pihak perusahaan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya?
2. Faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan Ancaman pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya?
3. Alternatif strategi apa yang dapat diterapkan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya?
4. Prioritas strategi apa yang dapat digunakan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang penulis dapat sampaikan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis peluang dan ancaman yang dimiliki PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya.

3. Untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya.
4. Untuk mengetahui Prioritas strategi yang dapat diterapkan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen A.062 Bogor Raya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengetahuan tentang strategi bisnis pada khususnya, serta dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya.

B. Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan dan bahan pertimbangan dalam rangka penentuan strategi bisnis pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) khususnya Agen A.062 Bogor Raya.

2. Manfaat bagi peneliti

Sebagai sebuah proses pembelajaran dan penerapan ilmu manajemen strategis yang telah dipelajari di perkuliahan serta menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di STIE GICI BUSINESS SCHOOL

3. Manfaat Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan atau bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian yang lebih luas.

1.7 Sistematika Pembahasan Skripsi

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

Pembahasan dalam penelitian skripsi ini terdiri dari 5 (Lima) bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi Masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, Penentuan Key Informan dan Informan, Teknik pengambilan data dan Teknik analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini memuat tentang kesimpulan dari seluruh penelitian serta saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.