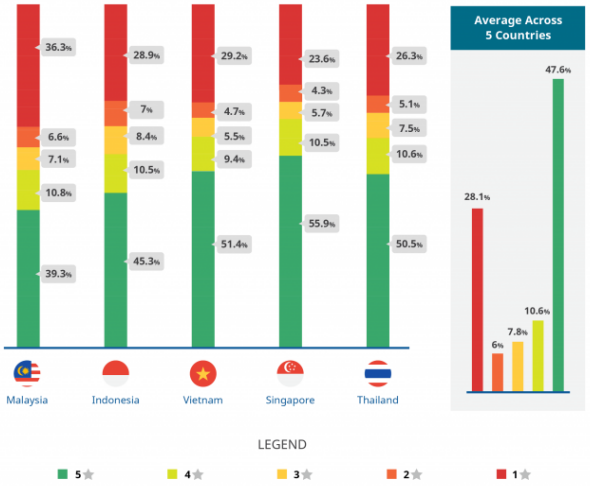
Preferensi Jasa Pengiriman Ekspres di Indonesia



Tingkat kepuasan pelanggan jasa pengiriman logistik di Asia Tenggara. Sumber: Parcel Perform & iPrice (2019)

Highlights

- Pelanggan memegang peranan penting dalam evaluasi kinerja layanan pengiriman ekspres, karena pelanggan yang berinteraksi langsung dengan penyedia jasa.
- Perlu tersedianya layanan pengambilan paket ke lokasi pengirim dengan menggunakan platform tertentu, serta memperluas jangkauan lokasi pengambilan dan penerima paket.
- Memberikan akses bagi pengirim dan penerima paket untuk dapat melacak lokasi paket secara *real-time*.
- Menentukan tarif berdasarkan jenis paket yang akan dikirim seperti paket biasa, kargo, atau dokumen.
- Adanya garansi dan/atau kompensasi mengenai prosedur pengiriman paket yang gagal, hilang, atau rusak.
- Penyedia jasa pengiriman harus memenuhi indikator *physical evidence* dari layanan yang diberikan, proses yang jelas, dan tim yang bertanggung jawab untuk melayani pelanggan dan memberikan informasi yang lengkap.

Persepsi Pengguna Jasa Pengiriman Ekspres di Mancanegara

Pengguna jasa atau pelanggan berperan penting dalam mengevaluasi kinerja layanan pengiriman ekspres karena berinteraksi dan mengalami langsung layanan yang disediakan. Terdapat persepsi berbeda dari setiap pengguna yang merasa bahwa layanan dipengaruhi oleh subjektivitas manusia. Oleh karena itu, indikator penting yang dipertimbangkan oleh pengguna jasa dalam melakukan pengiriman ekspres perlu diketahui. Di samping itu, dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, maka preferensi tertentu dari pengguna jasa mengenai kualitas jasa pengiriman ekspres yang prima akan terbentuk. Pengguna jasa atau pelanggan yang dimaksud adalah mereka yang secara berkala dan rutin menggunakan jasa pengiriman logistik baik ekspress maupun reguler jika dilihat dari sisi waktu pengiriman.

Pandemi Covid-19 dan pembatasan pemerintah menyebabkan gangguan dalam operasi industri logistik global dan infrastruktur serta pengurangan volume transportasi (Dantas dkk., 2020; Le Quéré dkk., 2020; Li dkk., 2020; Sharma dkk., 2020). Di sisi lain, wabah pandemi menyebabkan orang-orang terinfeksi dan membutuhkan penanganan darurat yang memadai. Untuk menurunkan dampak negatif penyakit pada populasi, rantai pasokan dan pengangkutan berbasis darat dan udara dibahas (Albrecht et al., 2020; Bredmose et al., 2020; Liew et al., 2020; Martin, 2020; Yousuf et al., 2020).

Beberapa negara merespon dengan cara yang berbeda. Serangkaian tindakan dikeluarkan oleh pemerintah Tiongkok untuk merangsang konsumsi dengan menerbitkan kupon konsumsi untuk belanja dan perjalanan serta memperluas skala transportasi dengan menerapkan kebijakan lalu lintas jalan bebas

hambatan, permintaan pasar logistik Tiongkok akan meningkat secara bertahap (Xinhua, 2020b; Sina, 2020). Sementara Amerika berkomitmen untuk membangun infrastruktur pusat logistik dan tingkat 'wilayah negara bagian', yang kondusif untuk menjalankan fungsi koordinasi antar *hub* dan meningkatkan efisiensi logistik (Qi dkk. 2020).

Pada sektor swasta, beberapa perusahaan logistik terkemuka hongkong telah menyebarkan *big data*, *artificial intelligence*, 5G, dan teknologi relevan lainnya secara luas untuk meningkatkan efisiensi operasional dalam keadaan darurat (Liu dkk., 2020). Menurut Sina (2020), pelanggan lebih suka membeli kebutuhan melalui platform *e-commerce* sejak pandemi, mode layanan logistik baru juga muncul, seperti pengiriman tanpa kontak. Pada tahun 2020 lalu, Meituan (salah satu aplikasi pemesanan makanan *online* terbesar Tiongkok) memimpin peluncuran layanan pengiriman tanpa kontak di Tiongkok (CNS, 2020). Mode layanan ini diadopsi secara luas oleh perusahaan ekspres besar lainnya di sana, seperti Suning dan JD Logistics (Xinhua, 2020a).

Logistik telah menjadi segmen paling berkembang yang menawarkan ruang untuk inovasi dan perbaikan proses berkelanjutan di perusahaan, komunitas, dan manajemen rantai pasok (Jurik, 2018). Logistics Performance Index, World Bank (LPI), mencatat bahwa Indonesia menunjukan peningkatan dalam LPI baik secara global maupun asia tenggara dengan menduduki peringkat ke-46 dari 160 negara secara global dan ke-5 dari 8 negara ASEAN (Logistic Performance Index, 2018).

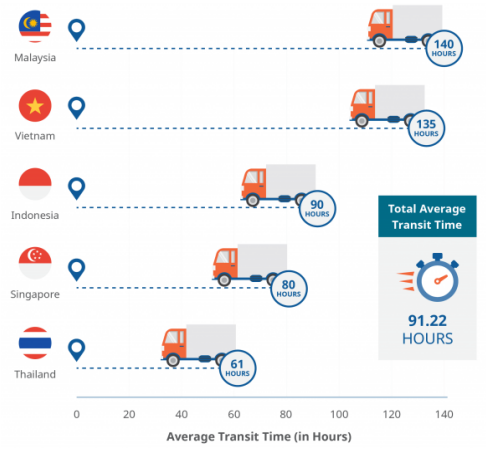
Dampak pandemi Covid-19 bagi Industri logistik di Indonesia membuat sub-sektor logistik pergudangan dan jasa pos dan kurir mengalami pertumbuhan menuju positif tercepat ditunjang dengan pertumbuhan *Last Mile Delivery* dari *e-commerce* (BPS, 2021). Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) mencatat arus pengiriman barang mengalami pertumbuhan hingga 40% selama pandemi Covid-19. Kenaikan ini banyak disumbang oleh industri farmasi, alat kesehatan dan barang-barang konsumsi (Asosiasi Logistik Indonesia, 2021). Menurut Saragih (2020), sektor *e-commerce* mengalami pertumbuhan pada masa pandemi karena diperkirakan terjadi peningkatan pengguna belanja online pada tahun 2020. Menurut Yanling Xu (2021), pada masa pandemi, logistik berfokus pada kemampuan memanfaatkan teknologi untuk melakukan inovasi layanan logistik, serta meningkatkan efisiensi rantai pasok, dalam mendukung berbagai industri lainnya (Track and Trace & Timeliness) dan membangun kompetensi logistik berbasis teknologi, untuk meningkatkan daya saing logistik nasional (Logistics Competence).

Melalui penelitiannya, Ivanov dan Dolgui (2020) mengemukakan bahwa model manajemen rantai pasokan terkomputerisasi yang mewakili status jaringan untuk momen tertentu secara nyata dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan selama pandemi. Menurut Zhou (2021), tren dalam sistem logistik pada masa pandemi dan pasca pandemi Covid-19 adalah penggunaan berbagai *Information and Communication Technology* (ICT) pada sistem logistik bersamaan dengan penerapan protokol kesehatan. Hal ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi sistem logistik.

Faktor penting lainnya yang mempengaruhi kualitas layanan jasa pengiriman adalah layanan penjemputan dan pengemasan. Pelanggan memiliki persepsi bahwa layanan antar jemput merupakan salah satu fitur layanan yang paling diperhatikan oleh pelanggan (Chen et al., 2015), sedangkan penelitian oleh Hsiao et al. (2017) dan Chen dkk. (2015) menemukan bahwa jasa pengemasan sangat mempengaruhi persepsi pelanggan dalam menilai penyedia jasa logistik. Faktor lain yang mempengaruhi kualitas layanan jasa pengiriman di luar faktor

pandemi telah dibahas secara luas pada tahun-tahun sebelumnya, seperti biaya (Avlonitis & Indounas, 2005), layanan garansi (Parasuraman, 2000; Ribbink & Grimm, 2014; Wang et al., 2003), layanan pelacakan (Saura dkk., 2008; Lewis & Soureli, 2006), area layanan pengiriman (Bansal dkk., 2004), layanan pengiriman ke rumah (Boyer dkk., 2003a), ketersediaan informasi pengiriman (Chen dkk., 2015), serta penanganan klaim (Firnstahl, 1989; Spreng dkk., 1995).

Tantangan Industri Pengiriman Ekspres di Indonesia



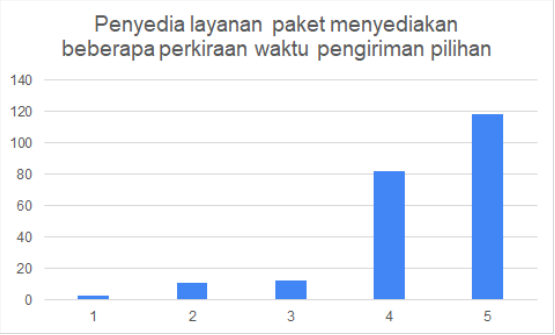
Pengiriman yang cepat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sumber: Parcel Perform & iPrice (2019)

Berdasarkan hasil survei preferensi konsumen pengguna jasa logistik di Jabodetabek pada periode Oktober 2021, konsumen di Indonesia secara umum menggunakan jasa logistik untuk mengirimkan barang berukuran kecil dengan frekuensi pengiriman antara 1 hingga 10 kali setiap triwulan.

Terkait kemudahan penggunaan layanan pengiriman, mayoritas konsumen merasa cukup dengan mengantarkan paket ke lokasi penyedia layanan secara langsung. Masyarakat juga berpendapat bahwa penyedia jasa logistik perlu memberikan beberapa opsi waktu perkiraan pengiriman dalam bentuk variasi paket pengiriman serta akses untuk menghubungi pihak penyedia jasa seperti melalui layanan telepon, aplikasi, maupun situs resmi.

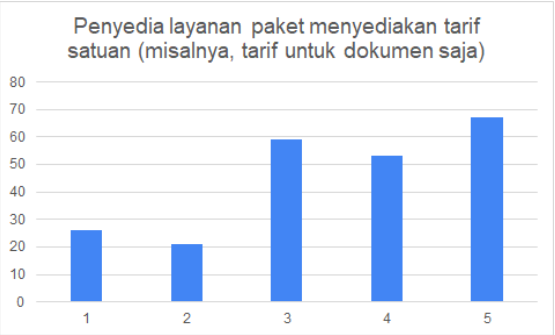
Pendapat pengguna jasa pengiriman tentang pengiriman paket yang diambil oleh kurir

Pengguna juga menyatakan bahwa penyedia jasa logistik terkadang bekerjasama dengan penyedia jasa logistik lainnya dalam proses pengiriman barang. Untuk waktu operasional pengiriman, pengguna mengapresiasi penyedia jasa logistik selalu hadir memberikan layanan meskipun dalam hari libur. Pengguna juga tertarik pada penyedia jasa yang memberikan berbagai opsi perkiraan waktu pengiriman.



Preferensi pilihan waktu pengiriman paket

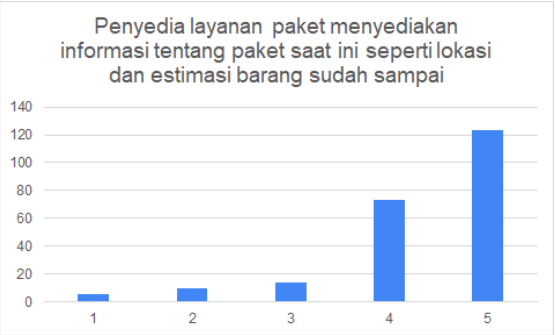
Penyedia jasa logistik memberikan kemasan standar dalam layanannya. Sementara kemasan berbeda seperti untuk barang pecah belah akan dibebankan biaya tambahan kepada pengguna. Terkait penetapan tarif, pengguna menganggap penyedia jasa logistik lebih fokus dalam menentukan harga dari sisi berat (kg) dibandingkan dengan ukuran (meter).



Persepsi pengguna terhadap paket dengan tarif satuan

Dari sisi garansi, pengguna setuju bahwa dengan biaya tambahan, penyedia jasa logistik akan memberikan garansi untuk produk yang dikirimkan. Pengguna juga mengapresiasi metode pembayaran biaya pengiriman yang sudah beragam disediakan oleh penyedia jasa logistik. Saat ini para penyedia jasa pengiriman ekspres sudah menerima metode pembayaran di luar uang tunai, bahkan sampai uang digital.

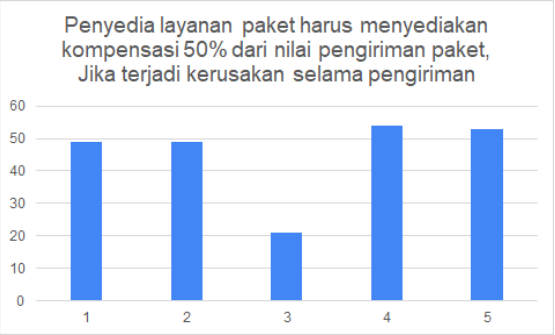
Saat ini pengguna juga dapat melakukan pelacakan terhadap paket yang dikirimkan dengan menggunakan moda telepon, laman resmi, maupun aplikasi, dan ketersediaan informasi pelacakan paket dan estimasi pengiriman produk sudah terinformasikan dengan baik, seperti dalam bentuk peta lokasi terakhir paket.



Persepsi pengguna terhadap informasi pelacakan lokasi paket yang disediakan oleh penyedia jasa pengiriman

Di sisi lain, pengguna menganggap beberapa lokasi masih sulit dijangkau oleh layanan penyedia jasa logistik. Untuk paket yang gagal terkirim, penyedia jasa logistik akan menghubungi konsumen untuk meminta informasi lebih, dan penyedia jasa akan melakukan pengiriman ulang terhadap paket yang belum terkirim.

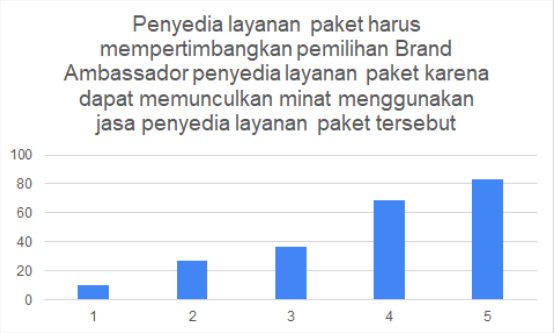
Selain itu, apabila terjadi kerusakan terhadap barang paket, pengguna setuju bahwa penyedia jasa logistik perlu memberikan kompensasi senilai minimal 50% dari harga paket yang dikirimkan.

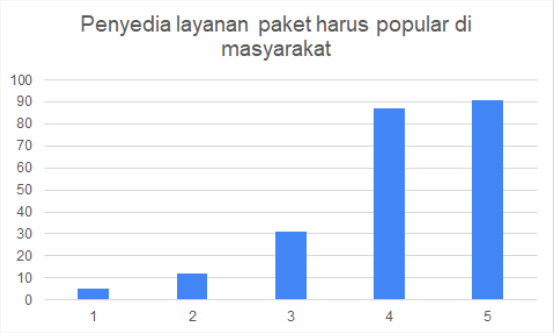


Preferensi pengguna terhadap garansi pengiriman

Dalam hal tempat penyedia jasa logistik berada, pengguna mengharapkan ruangan berpendingin udara, ruang tunggu yang memadai, perlengkapan yang baik, informasi petunjuk yang jelas, kualitas layanan dari agen yang baik, pakaian rapi dan sopan, serta kemampuan untuk memberikan jawaban yang jelas dan sopan.

Pengguna juga berpendapat bahwa penyedia jasa logistik harus menggunakan jasa *brand ambassador* yang tepat agar populer di masyarakat. Pengguna juga sangat mengapresiasi jika layanan disertai dengan warna, logo, serta *tagline* layanan paket yang mudah diingat dan dikenali.





Branding penyedia jasa pengiriman

Pelayanan dari penyedia jasa logistik harus dapat dinikmati oleh semua kalangan, dari segala usia, dan memiliki variasi produk yang sesuai dengan para pelaku bisnis *online*. Dari sisi persepsi layanan, penyedia jasa logistik diharapkan dapat memiliki variasi jasa yang banyak, dengan integrasi layanan yang lebih luas seperti jasa cargo, serta dengan layanan produk dengan prioritas cepat dan utama dengan harga yang terjangkau.

Terakhir, pengguna menganggap ongkos kirim termurah yang diasumsikan logis untuk pengiriman jarak jauh (dalam hal ini dengan jarak Sabang sampai Merauke) adalah antara Rp 80.000,00 sampai dengan Rp 110.000,00/kg, sedangkan untuk pengiriman jarak dekat (dalam hal ini dengan jarak Bandung sampai Cimahi) adalah antara Rp 2.500,00 sampai dengan Rp 15.000,00/ kg.

Rekomendasi

Pengguna telah merasakan kemudahan penggunaan layanan pengiriman. Hal ini terlihat dari tersedianya layanan pengambilan paket ke lokasi pengirim dengan menggunakan platform tertentu seperti aplikasi dan website, pemberian garansi, serta akses bagi pengirim dan penerima paket untuk dapat melacak lokasi paket secara real-time. Penyedia juga dapat memberikan layanan dan pengiriman 24 jam setiap hari termasuk hari libur dengan metode pembayaran di luar uang tunai, bahkan sampai uang digital.

Pengguna juga memiliki pendapat terhadap komponen pelayanan prima. Penyedia jasa pengiriman harus memenuhi indikator *physical evidence* dari layanan yang diberikan, process yang jelas mengenai layanan pengiriman, dan people yang bertanggung jawab untuk melayani pengguna dan memberikan informasi yang lengkap. Dari sisi *branding*, pengguna berpendapat bahwa penyedia jasa logistik harus menggunakan jasa brand ambassador yang tepat, agar populer di masyarakat serta nilai plus apabila dibarengi dengan warna, logo, tagline layanan paket yang mudah diingat dan dikenali. Pelayanan dari penyedia jasa logistik harus dapat dinikmati oleh semua kalangan, dari segala usia, dan memiliki range produk yang sesuai dengan para pelaku bisnis *online*.

Penyedia layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Kemudian kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia layanan logistik juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, fitur layanan tertentu juga penting bagi pengguna. Dengan mengetahui fitur dan kebutuhan layanan yang penting untuk pelanggan, penyedia jasa dapat meningkatkan kualitas layanan yang ada atau membuat layanan baru.

Dengan semakin berkembanganya industri logistik di Indonesia dan juga kemutakhiran teknologi informasi, maka para penyedia jasa perlu memperhatikan hal-hal yang

dipertimbangkan pengguna dalam menentukan jasa pengiriman ekspres. Berdasarkan analisis dari hasil survey terdapat beberapa rekomendasi yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan layanan jasa pengiriman ekspres.

1. Tersedianya layanan pengambilan paket ke lokasi pengirim dengan menggunakan platform tertentu seperti aplikasi dan website, serta memperluas jangkauan lokasi pengambilan dan penerima paket.
2. Memberikan akses bagi pengirim dan penerima paket untuk dapat melacak lokasi paket secara *real-time*.
3. Penyedia dapat memberikan layanan dan pengiriman 24 jam setiap hari termasuk hari libur.
4. Menentukan tarif berdasarkan jenis paket yang akan dikirim seperti paket biasa, kargo, atau dokumen.
5. Memberi berbagai macam metode pembayaran pagi pengguna, baik secara tunai maupun dengan uang digital.
6. Adanya garansi dan/atau kompensasi mengenai prosedur pengiriman paket yang gagal, hilang, atau rusak.
7. Jika dilihat dari sisi komponen pelayanan prima, penyedia jasa pengiriman harus memenuhi indikator *physical evidence* dari layanan yang diberikan, *process* yang jelas mengenai layanan pengiriman, dan *people* yang bertanggung jawab untuk melayani pengguna dan memberikan informasi yang lengkap.
8. Mendorong pertumbuhan UMKM dengan membangun kolaborasi ekosistem logistik.
9. Membangun infrastruktur pusat logistik dan tingkat 'wilayah/provinsi', yang kondusif untuk menjalankan fungsi koordinasi antar hub dan meningkatkan efisiensi logistik.
10. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan inovasi layanan logistik, serta meningkatkan efisiensi rantai pasok, dalam mendukung berbagai industri lainnya *(Track and Trace & Timeliness).*
11. Membangun kompetensi logistik berbasis teknologi bersamaan dengan penerapan protokol kesehatan, untuk meningkatkan daya saing logistik nasional *(Logistics Competence)*.

Policy Brief ini adalah hasil kajian Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung, bersama Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres (ASPERINDO) melalui survei kepada pengguna jasa pengiriman ekspres di area Jabodetabek. Kelompok pertanyaan terdiri dari: kemudahan penggunaan layanan; perkiraan pengiriman; lokasi pengiriman; waktu operasional; ketersediaan layanan pengemasan; metode penetapan harga; garansi paket; metode pembayaran; kemudahan pelacakan; ketersediaan pelacakan informasi; *tracking maps*; lokasi pengantaran; pengiriman gagal; kompensasi; *servicescape*; *corporate, user, and product image*; serta harga.

Pribadi, Nur Rizal, Sri Widiyaswuri, Samsul. D, Hari Sugiandhi, Yekti P. Suradji, Denny Parhan, Bayu. K. Ajie, Junaidi, Syarifuddin

Acknowledgment: Mohammad Feriadi, Budiyanto Darmastono, Tekad Sukatno, Trian Yuserma, Benny

Tim Peneliti: Yudo Anggoro, Meditya Wasesa, Raden Aswin Rahadi, Kurnia Fajar Afgani, Dwi Rahmawati, M. Agus Afrianto, Rama Permana, Dinda Thalia Andariesta, Lim Edria Kosasih

Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi Dr. Yudo Anggoro di yudo.anggoro@sbm-itb.ac.id

Sekolah Bisnis dan Manajemen | Institut Teknologi Bandung | Jl. Ganesha 10 Bandung, Jawa Barat, 40132
Tel: +62 22 2531923

Tujuan dan disclaimer: Penelitian dan Policy Brief menyatukan penelitian dan data yang ada untuk menjelaskan fenomena yang menarik untuk diskursus kebijakan. Penelitian dan Policy Brief disertai nama penulis dan harus dikutip sebagaimana mestinya. Temuan, interpretasi, dan kesimpulan sepenuhnya adalah milik penulis. Penulis tidak selalu mewakili pandangan SBM ITB ataupun pemerintah yang diwakili.