

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan informasi yang bersangkutan dengan objek penelitian yaitu seputar gambaran umum dari perusahaan JNE, testimoni dalam dunia bisnis, serta penggunaan media online di Indonesia.

2.1 Perusahaan JNE

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau yang lebih dikenal dengan sebutan JNE adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik. JNE didirikan pada bulan November, tepatnya pada tanggal 26 di tahun 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan yang berpusat di Jakarta ini bertekad untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.



Gambar 2.1 Logo JNE

JNE identik dengan 2 warna yaitu biru dan merah. Alasan dipilihnya warna biru karena merepresentasikan "*cool, calm but smart*", sedangkan warna merah melambangkan kekuatan, semangat, dinamis dan ambisi yang terus meningkat. Itu lah yang menjadi nilai-nilai penting yang akan terus dipegang oleh perusahaan JNE.

Dengan mengusung tagline "Connecting Happiness", JNE berupaya untuk selalu semangat dalam memberikan pelayanan prima ke pelanggan. Selama 32 tahun berdiri, terhitung sudah ada lebih dari 100 penghargaan yang telah diraih oleh JNE. Sejumlah penghargaan bergengsi telah diraih oleh JNE dari tahun ke tahun, seperti *Indonesia Brand Champion, Market Leader 2018*

Category Courier Service, 1st Millennial's Choice in Courier Services Category, dan masih banyak lagi.

Saat ini, terantau JNE sudah mempunyai lebih dari 5.000 titik cabang yang tersebar di Indonesia, mulai dari kota besar hingga tingkat kecamatan. Kedepannya, JNE akan terus melakukan perluasan kerjasama demi memberikan kemudahan bagi para pelanggannya.

2.2 Mekanisme Layanan JNE

Selama 3 dekade bergerak sebagai perusahaan jasa pengiriman logistik, JNE selalu bertekad untuk selalu konsisten dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya. Demi menyesuaikan kebutuhan masyarakat, JNE menyajikan beberapa pilihan layanan pengiriman dengan fasilitas yang berbeda. JNE memiliki 3 pilihan layanan yang paling populer untuk pengiriman dalam jangkauan nasional, diantaranya adalah:

a. YES (Yakin Esok Sampai)

Layanan JNE yang memberikan estimasi barang satu hari sampai ke tempat yang menjadi tujuan pengiriman, termasuk hari libur. Namun, layanan ini tidak tersedia di seluruh wilayah Indonesia.

b. REG (Regular)

Layanan yang disediakan oleh JNE untuk pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia. Estimasi waktu pengiriman JNE Reguler berkisar antara 1-7 hari kerja, sesuai dengan lokasi yang menjadi tujuan pengiriman.

c. OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)

JNE menyediakan layanan OKE yang menerima pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan biaya yang ekonomis. Namun, untuk estimasi pengiriman lebih lama jika dibandingkan dengan layanan JNE Reguler.

Selain ketiga layanan di atas, JNE juga menerima layanan pengiriman dengan tujuan internasional. Dengan layanan ini, pelanggan JNE bisa dengan mudah mengirimkan barang dari Indonesia ke tujuan negara lainnya melalui udara maupun laut.

2.3 Digitalisasi Pelayanan JNE

Salah satu strategi supaya JNE tetap bisa bersaing dengan para pemain baru di bidang logistik adalah dengan menggunakan teknologi digital. Pada tahun 2016, JNE meluncurkan aplikasi mobile berbasis android bernama MyJNE. Perubahan perilaku masyarakat yang bertumpu pada teknologi digital akhirnya membuat JNE berinovasi dari pengembangan teknologi yang berorientasi pada *excellence service*, supaya kualitas pelayanan JNE semakin maksimal. JNE berupaya memberikan pengalaman baru bagi para pelanggannya. MyJNE adalah penyempurna dari aplikasi sebelumnya dengan fitur yang lebih maksimal. Berikut adalah beberapa fungsi dari aplikasi MyJNE:

- a. Mengetahui tarif pengiriman JNE ke seluruh Indonesia
- b. Mengetahui status pengiriman JNE
- c. Mengetahui lokasi JNE terdekat
- d. Melakukan transaksi jual beli secara individual

2.4 Persaingan Jasa Pengiriman Barang di Indonesia

Melihat bisnis digital yang kian menjamur di Indonesia, membuat perusahaan jasa pengiriman barang mengalami persaingan ketat. Dikarenakan hal tersebut, perusahaan diwajibkan untuk terus mengoptimalkan nilai daya saing mereka. Saat ini, terhitung sudah lebih dari 10 perusahaan ekspedisi yang populer di Indonesia. Selain JNE, Indonesia memiliki jasa pengiriman barang lainnya seperti J&T, TIKI, SiCepat, Pos Indonesia, DHL Express, Ninja Express, Wahana, Anteraja, Paxel, Indah Logistik, dan lain-lain. Di tengah-tengah munculnya para pesaing bisnis, JNE tetap optimis bisa menjadi andalan masyarakat.

Sebagai perusahaan jasa pengiriman terbesar di Indonesia, JNE bertekad untuk terus menciptakan pembaharuan demi memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Selain meluncurkan aplikasi MyJNE dan membuka pelayanan dengan jangkauan internasional, JNE juga berinovasi dengan menghadirkan layanan JNE PopBox. Layanan tersebut menawarkan kemudahan untuk mengambil paket kiriman di lokasi-lokasi loker yang sudah ditentukan.

2.5 Tren Belanja Online di Indonesia

Kebiasaan berbelanja masyarakat Indonesia turut berubah seiring dengan kemudahan mengakses internet. Perubahan perilaku belanja masyarakat Indonesia ke arah daring ini telah banyak menggeser nilai sosial yang semula orang melakukan aktivitas jual-beli secara tatap muka, sekarang hanya perlu menggunakan berbagai perangkat yang tersambung dengan fasilitas internet.

Adanya perubahan kebiasaan berbelanja tersebut akhirnya membuat angka penggunaan jasa pengiriman barang dan logistik kian melonjak. Semenjak hadirnya e-commerce, JNE mengaku terjadi adanya pertumbuhan pesat dari volume pengiriman barang yang mereka lakukan. Fenomena virus Covid-19 di Indonesia turut memicu perkembangan angka penggunaan jasa pengiriman barang dan logistik karena masyarakat Indonesia sempat diwajibkan untuk meminimalisir kegiatan secara luring.

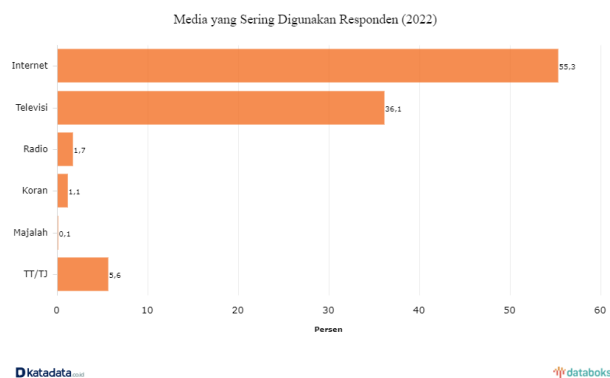
Perubahan pola berbelanja kini menyebar ke seluruh wilayah di Indonesia. Ketua Umum Kamar Dagang, Arsjad Rasyid mengatakan bahwa lebih dari 74% konsumen di Indonesia lebih memilih melakukan kegiatan transaksi secara online. Hal tersebut menyebabkan transaksi e-commerce di Indonesia mencapai angka Rp 401 triliun (Suara.com, 2022).

2.6 Penggunaan Sarana Informasi di Indonesia

Di masa yang sudah serba online seperti saat ini, perkembangan teknologi informasi juga mengalami perubahan yang sangat signifikan. Keberadaan internet membuat zaman semakin canggih sehingga masyarakat

dapat mengakses segala informasi dengan mudah melalui berbagai perangkat seperti tablet, laptop dan smartphone. Saluran informasi yang dapat diakses menggunakan jaringan internet dikenal dengan media online. Seiring berjalannya waktu, akhirnya media online muncul dengan berbagai jenis disertai macam-macam fitur yang dimiliki. Dengan media online, kita mampu mengakses informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Dengan jumlah mencapai 204,7 jiwa pengguna internet di Indonesia, menyebabkan masyarakat menjadikan media online sebagai sarana acuan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data survei nasional Politik Indonesia yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat paling sering mengakses internet, baik berupa media sosial ataupun berita online dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka (Katadata.co.id, 2022).



Gambar 2.2 Sarana Informasi yang Sering Digunakan