

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum PT TIKI JNE

1.1.1 Profil Perusahaan

PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir atau **JNE** didirikan pada tanggal 26 November 1990 dengan memulai usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan Kepabeanan/Impor Kiriman Barang/Dokumen dari luar negeri sampai pengantarannya ke seluruh wilayah Indonesia. Pada awalnya JNE merupakan bagian dari PT TIKI yang terlebih dahulu didirikan oleh H. Soeprapto Suparno. Seiring dengan perkembangan yang terjadi dan didasari oleh berbagai pertimbangan, JNE memisahkan diri dari perusahaan induk, untuk kemudian berdiri sendiri dan memulai usaha mandiri di pasar domestik. JNE menetapkan lingkup bisnisnya perusahaannya, yaitu memadukan kebutuhan masyarakat akan komunikasi yang peka waktu, akurat dan aman dalam suatu sistem layanan pengiriman (*courier*), penyimpanan dan pendistribusian (*logistic and distribution*), transportasi (*moving, trucking, air and sea cargo*), kepabeanan (*customs clearance*), penjemputan bandara (*escort service*), serta pengiriman uang (*money transfer*) yang terintegrasi secara efektif, efisien dan fleksibel.

GAMBAR 1.1

LOGO PT TIKI JNE



Sumber : PT TIKI JNE Bandung (Maret 2013)

1.1.2 Visi dan Misi PT TIKI JNE

Visi PT TIKI JNE

Menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.

Misi PT TIKI JNE

Memberi Pengalaman Terbaik kepada Pelanggan Secara Konsisten.

1.1.3 Lingkup Kegiatan Usaha

PT TIKI JNE merupakan perusahaan jasa pengiriman paket dan dokumen. Selain itu, PT TIKI JNE juga mempunyai kegiatan usaha penyimpanan dan pendistribusian (logistik & distribusi), transportasi, pengurusan kepabeanan, penjemputan bandara dan juga pengiriman uang.

1.1.4 Produk

Divisi Ekspres JNE melayani pengiriman paket dan dokumen peka waktu tujuan dalam negeri melalui lebih dari 1,500 titik layanan eksklusif dari penjemputan hingga pengantaran yang tersebar di seluruh Indonesia. Memanfaatkan moda transportasi tercepat yang tersedia, melayani beragam jenis layanan sesuai kebutuhan pelanggan.

a) Diplomat

Merupakan pengiriman peka waktu yang menuntut pengamanan optimal, JNE menyediakan petugas khusus yang selalu siap mengantarkan sendiri dengan menggunakan moda transportasi tercepat. Layanan yang dikenal dengan sebutan 'DIPLOMAT' ini memungkinkan pengawasan ketat dari petugas kami mulai saat penjemputan di lokasi pengirim hingga serah terima di lokasi penerima.

b) Layanan Super Speed

Merupakan layanan untuk pelanggan yang memiliki pengiriman peka waktu dan harus diberangkatkan segera diluar jadwal rutin dan rute tetap JNE dapat memanfaatkan layanan 'SUPER SPEED' (SS). Layanan ini menggunakan moda transportasi udara (*direct flight*) atau darat langsung ke tujuan, sepanjang jadwal penerbangan tersedia. Target waktu penyampaian pengiriman dengan layanan SS adalah dalam kurun waktu 24 jam sejak saat penjemputan di tempat pengirim.

c) Yakin Esok Sampai

Adalah layanan dari JNE yang mengantisipasi kebutuhan dengan target pengantaran di tujuan pada keesokan harinya dengan menawarkan layanan premium pengantaran dalam waktu satu hari yang disebut Yakin Esok Sampai atau YES. Dan sebagai bentuk tanggung jawab atas kualitas layanan ini, JNE memberikan jaminan uang kembali (biaya kirim) apabila pengiriman tidak terantar pada keesokan harinya.

d) Layanan Reguler

Layanan ini diberikan untuk memahami gaya hidup masyarakat modern yang dinamis dan pentingnya nilai-nilai efektif dan efisiensi, JNE melalui layanan REGULAR menawarkan layanan pengantaran cepat, aman dan handal sampai ke pelosok Indonesia. Jaringan JNE yang luas dan layanan yang profesional telah terbukti menjadi dukungan yang tepat bagi dunia usaha dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing.

e) Ongkos Kirim Ekonomis

Merupakan layanan khusus pengiriman dengan ukuran besar atau berat. Layanan dengan harga ekonomis ini memanfaatkan moda transportasi Cargo udara dan angkutan darat, menghubungkan kota-kota besar, ibu kota provinsi sampai ke kabupaten.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bisnis *online* berkembang pesat sejak tahun 2011, disebabkan semakin meningkatnya penetrasi internet hingga mencapai 20 persen dari total populasi Indonesia. Hal tersebut membuat bisnis *online* mempunyai prospek yang cerah di Indonesia. *Shopfair chairman and e-commerce expert*, Andi S Boediman mengatakan, pertumbuhan rata-rata jumlah transaksi *online* dari 2010 hingga 2012 mencapai lebih dari 80 persen. Pertumbuhan transaksi *online* dalam berbisnis diperkirakan mempunyai potensi mencapai 19 juta transaksi dengan nilai transaksi sebesar USD478 juta atau Rp5triliun. (<http://economy.okezone.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013).

Bisnis *online* memiliki peluang dan potensi yang sangat besar di Indonesia seiring perkembangan pengguna internet dan juga meningkatnya jumlah kelas menengah di Indonesia. "Salah satu keuntungan yang ditawarkan *online shopping* adalah kemudahan untuk berbelanja, tanpa repot keluar rumah, macet dan tidak perlu capek," ungkap Riana Bismarak, pemilik situs BelowCapek.com. Ada tiga bidang yang berpotensi untuk sukses di bisnis *online*, yaitu *fashion*, *beauty* atau produk perawatan kecantikan dan *gadget*.

Sebuah survei yang dilakukan di kalangan remaja menunjukkan produk pakaian berada di urutan teratas barang yang paling diminati untuk dibeli secara *online*. Survei ini membuktikan bahwa produk *fashion* merupakan salah satu jenis produk yang di cari, karena berhubungan dengan kebutuhan primer manusia. "Selain itu, penduduk Indonesia yang sebagian besar adalah perempuan yang sangat memperhatikan penampilan juga merupakan salah satu penyebab mengapa produk *fashion* sangat laris dan berprospek cerah," ungkap Aviliani, SE, MSi, Komisaris Independen PT Bank BRI. (<http://www.kompas.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013).

Andi S Boediman menilai semua bisnis *online* dibangun oleh satu hal, yakni permintaan yang berulang dari pelanggan, dan ini erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Karenanya jika ingin menggeluti bisnis *online* secara serius maka utamakan bagaimana memuaskan keinginan pelanggan. Selain barang atau produk yang bagus, pelaku bisnis *online* juga harus konsisten dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan. Andry Adiwinarso, *Vice President Sales and Marketing* RPX Group menambahkan, "Di samping itu, ada empat 'K' yang bisa jadi prioritas dalam bisnis *online*; yaitu kecepatan dan ketepatan pengiriman, kemudahan akses, dan keakuratan informasi." (<http://www.kompas.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013).

Meningkatnya tren bisnis *online* ini turut meningkatkan pertumbuhan pengiriman logistik karena dalam menjalankan bisnis *online* pengusaha tidak hanya memperhatikan penjualan produk tetapi juga mengenai pengiriman produk sampai kepada konsumen. Dengan cakupan wilayah yang luas yang didapatkan dengan berbisnis secara *online*, pengusaha memerlukan bantuan perusahaan pengiriman yang cepat, handal dan dapat di percaya untuk dapat mengirimkan produk mereka sampai ke tangan konsumen. (<http://www.the-marketeers.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013).

Pengiriman logistik kian penting dengan bertumbuhnya perekonomian yang ditopang perindustrian.. Pertumbuhan bisnis pengiriman logistik ini tumbuh mencapai dua sampai tiga kali

pertumbuhan ekonomi. Ada dua tipe pengiriman logistik, yaitu *business to business* dan *business to customer*. Pertumbuhan pengiriman logistik akan semakin tumbuh seiring dengan berkembangnya bisnis online. (<http://www.the-marketeers.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013)

PT TIKI JNE adalah perusahaan pengiriman logistik nasional yang mempunyai 3.000 outlet yang tersebar di wilayah Indonesia dan memiliki karyawan sebanyak 6300 karyawan. Dengan perkembangan yang terjadi di industri logistik pada umumnya, PT TIKI JNE juga mendapatkan dampak dari perkembangan tersebut dengan pertumbuhan sekira dua kali lipat pertumbuhan industri logistik pada umumnya. Pada tahun 2011, PT TIKI JNE berhasil memperoleh pendapatan sebesar 700 miliar rupiah dan terus berkembang hingga pada tahun 2012 berhasil memperoleh penghasilan sekira 1 triliun rupiah. Pendapatan tersebut didominasi oleh pengiriman retail seperti *online-shop* dan layanan pesan makanan oleh-oleh. (<http://economy.okezone.com> diakses pada tanggal 12 Juli 2013). PT TIKI JNE berhasil mendapatkan penghargaan sebagai *Champion of Logistik*, *Champion of Most Popular Brand* dan *Champion of Most Recommended Brand* di *Indonesian Brand Champion 2012*.

Bandung merupakan kota dengan industri kreatif yang terus berkembang yang membuat pertumbuhan usaha jasa pengiriman barang turut berkembang karena pendistribusian produk-produk industri kreatif yang dihasilkannya tentu membutuhkan bantuan perusahaan jasa pengiriman. Jasa pengiriman barang selama ini sudah berkembang di Bandung khususnya dan Jabar umumnya, mengingat Jabar terkenal dengan industri tekstil dan pakaian jadi. Hal ini mendorong munculnya banyak bisnis *online* di kota Bandung. (<http://www.pikiran-rakyat.com> diakses pada tanggal 09 September 2013). Munculnya banyak bisnis *online* di wilayah Bandung tersebut berdampak pada meningkatnya omset penjualan kantor cabang JNE Bandung. Dalam beberapa tahun terakhir, Kantor cabang Bandung menjadi salah satu kantor cabang dengan angka penjualan tertinggi. (Sumber : *Internal PT TIKI JNE Bandung 2013*)

Dengan pertumbuhan jumlah pelanggan yang tinggi dan juga untuk mempertahankan penghargaan yang diraih selama dua tahun terakhir membuat PT TIKI JNE harus terus mengembangkan kualitas operasionalnya agar tetap bisa memberikan pengalaman yang baik secara konsisten sesuai dengan misi perusahaan. “Secara umum, kegiatan operasi merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang, jasa, atau kombinasinya melalui proses transformasi dari masukan sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan” (Prasetya & Lukiastuti, 2009:3). Seiring dengan perkembangan bisnisnya dan juga peningkatan jumlah paket yang dikirimkan, perusahaan harus melakukan pengaturan terhadap sumber daya produksi agar dapat menciptakan layanan yang baik. Selain dengan perluasan wilayah cakupan dan juga peningkatan jumlah agen di setiap wilayah operasionalnya, PT TIKI JNE juga harus memperhatikan efektifitas dan efisiensi kegiatan operasinya. Diantaranya mengenai pengaturan sistem antrian di bagian *cash counter* yang merupakan bagian penjualan yang dimiliki dan pengaturannya dikelola sendiri oleh PT TIKI JNE. Selain itu, *cash counter* adalah bagian *frontline* yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam pengiriman paket. Antrian yang panjang dan waktu tunggu yang terlalu lama saat pelanggan

akan melakukan pengiriman menggunakan jasa pengiriman JNE dapat membuat pelanggan mengurungkan niatnya dan beralih ke jasa pengiriman lain. Selain itu sistem antrian juga berpengaruh terhadap efisiensi kegiatan operasi. Bahkan, Hillier & Lieberman (2010:759) menyatakan bahwa jumlah waktu yang digunakan masyarakat suatu negara untuk menunggu mencerminkan kualitas hidup masyarakat dan juga efisiensi perekonomian negara tersebut.

Dengan semakin banyaknya jumlah pelanggan yang mengirimkan paket setiap harinya akan meningkatkan potensi panjangnya antrian yang terjadi di bagian *cash counter* agen JNE. Permasalahan antrian yang panjang dapat di temukan solusinya dengan melihat karakter dari sistem antrian yang ada. Dengan demikian akan terlihat di bagian mana dari sistem antrian yang memerlukan penyesuaian untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut.

Data omset *cash counter* selama bulan Maret sampai dengan Agustus 2013 di wilayah cakupan kantor cabang PT TIKI JNE Bandung dapat dilihat dari tabel 1.1.

TABEL 1.1
OMSET PENJUALAN CASH COUNTER JNE BANDUNG
PERIODE MARET 2013 – AGUSTUS 2013

<i>BRANCH</i>	<i>MARCH</i>	<i>APRIL</i>	<i>MAY</i>	<i>JUNE</i>	<i>JULY</i>	<i>AUGUST</i>	<i>AVERAGE</i>
SETRASARI	287.674.125	341.581.905	353.575.295	369.615.877	536.331.800	335.522.357	370.716.893
BATUNUNGGAL	303.070.201	324.608.145	322.399.965	325.344.433	439.093.015	283.422.861	332.989.770
KAWALUYAAN	389.632.550	399.555.350	361.500.445	366.963.911	497.890.056	323.163.757	389.784.345
NARIPAN	324.819.795	355.873.044	362.437.833	326.717.550	453.157.675	313.631.185	356.106.180
AHMAD YANI	76.737.125	114.839.425	140.969.900	174.437.950	231.495.228	159.244.874	149.620.750
RAJAWALI SOEKARNO HATTA*	67.506.715	87.589.200	143.372.600	167.097.777	246.811.298	185.473.660	149.641.875
						21.057.032	21.057.032

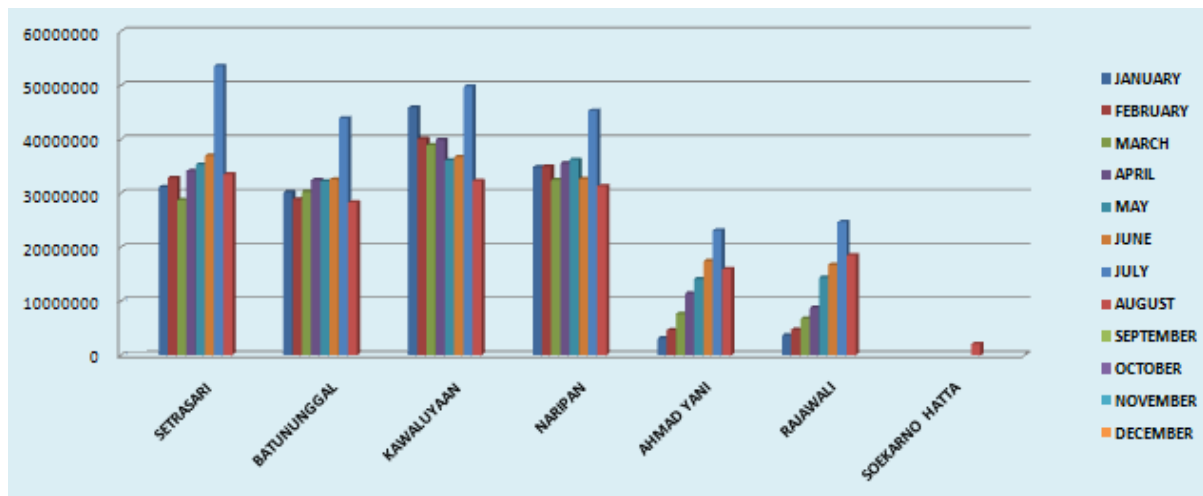
* *Cash counter* Soekarno hatta merupakan *Cash counter* yang baru dibuka pada bulan Agustus 2013.

(Sumber : Internal PT TIKI JNE Bandung 2013.)

Data yang di tampilkan dalam tabel 1.1 menunjukkan bahwa *cash counter* Kawalayaan adalah *cash counter* dengan rata-rata omset terbesar selama periode Maret sampai dengan Agustus 2013. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan karyawan JNE Bandung di bagian keuangan, diketahui bahwa tingginya omset yang di raih oleh *cash counter* berbanding lurus dengan jumlah kiriman oleh *cash counter* tersebut. Dengan jumlah omset rata-rata tertinggi, berarti bahwa *cash counter* kawalayaan merupakan *cash counter* dengan jumlah kiriman rata-rata tertinggi dan hal tersebut juga mengakibatkan potensi untuk terjadinya antrian di *cash counter* tersebut menjadi lebih besar.

GRAFIK 1.1

PERTUMBUHAN OMSET PENJUALAN CASHCOUNTER JNE BANDUNG 2013



(Sumber : Internal PT TIKI JNE Bandung 2013.)

Berdasarkan latar belakang dan fenomena sistem antrian yang terjadi pada bagian *cash counter* PT TIKI JNE, penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS EFISIENSI PENGGUNAAN COUNTER PADA SISTEM ANTRIAN BAGIAN CASH COUNTER PT TIKI JNE BANDUNG (Studi Kasus Pada Cash Counter Kawalayaan Tahun 2013)**”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakter sistem antrian yang ada pada bagian *cash counter* PT TIKI JNE?
2. Berapa jumlah *counter* yang harus dibuka di setiap *cash counter* agar sistem antrian berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan tingkat kedatangan pelanggannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik sistem antrian yang ada pada bagian *cash counter* PT TIKI JNE. Sehingga diketahui bagian mana dalam karakteristik sistem antrian yang dapat di sesuaikan agar menghasilkan sistem antrian dengan kualitas yang optimal.
2. Untuk mengetahui berapa jumlah *counter* yang harus dibuka agar sistem antrian berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan tingkat kedatangan yang ada.

1.5 Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Kegunaan akademis

Menambah wawasan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman mengenai karakteristik sistem antrian. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membantu PT TIKI JNE dalam menangani panjangnya antrian yang terjadi akibat dari meningkatnya jumlah pelanggan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat melatih kemampuan analisis dan berfikir secara sistematis serta konseptual.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT TIKI JNE sebagai masukan dan pertimbangan untuk mengambil kebijakan-kebijakan di waktu yang akan datang mengenai pengaturan sistem antrian agar sesuai dengan karakter dari sistem antrian. Sehingga, antrian panjang yang terjadi di PT TIKI JNE dapat diatasi dengan baik sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen.

1.6 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terdapat pada skripsi ini, maka sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Membahas mengenai obyek penelitian, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Hasil kajian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menegaskan pendekatan metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini didalamnya disajikan karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan analisa persoalan tersebut yang selanjutnya dikemukakan saran-saran berkaitan dengan hasil penelitian.