



EVALUASI PEMASARAN JASA PENGIRIMAN BARANG PADA PT. BAHTERA SELARAS MANDIRI JAKARTA TIMUR

Andre Harefa¹ dan Imhar²

Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia^{1 dan 2}

andreharefa123@gmail.com¹ dan imharimhar8@gmail.com²

Diterima:

**23 Agustus
2021**

Direvisi:

**24 Agustus
2021**

Disetujui:

**14 September
2021**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bahtera Selaras Mandiri yang beralamat di Jl. Raya Pulo Gebang No. 2 Jakarta Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur selama periode 2017-2020 dan untuk mengetahui usaha yang telah dilakukan oleh PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur agar target pengiriman barang dapat tercapai. Mengingat jumlah pelanggan yang mengalami penurunan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan penghasilan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan pemberian daftar pertanyaan. Metode pengambilan dan pemberian sampel atau responden yang digunakan adalah *accidenting sampling* sebanyak 40 responden. Data selanjutnya diolah secara deskriptif yaitu dengan mengumpulkan, mengelompokkan dan selanjutnya dianalisis dan dihubungkan dengan teori-teori yang berhubungan/relevan dengan yang diteliti. Berdasarkan tanggapan responden berkenaan dengan kedatangan barang yang dikirim, 25% sangat puas, 50% menjawab puas, 15% ragu-ragu dan 10% yang tidak puas sedangkan berdasarkan jawaban responden tentang pelayanan yang diberikan perusahaan, 60% merasa puas, 15% menjawab sangat puas, yang ragu-ragu 12,5%, serta yang tidak puas sebesar 12,5%. Mengingat yang ragu-ragu dan tidak puas sebesar 12,5% cukup besar dan signifikan. Maka dapatlah sebaliknya pihak manajemen perlu segera mengevaluasi tentang angkutan dan kondisi lapangan terutama angkutan laut/sungai serta perlu kiranya meningkatkan pelayanan.

Kata kunci : Kendaraan, Pelayanan, Pelanggan Meningkatkan

Abstract

This research was conducted at PT. Ark Selaras Mandiri which is located at Jl. Raya Pulo Gebang No. 2 East Jakarta. This research aims to find out the factors that cause the non-achievement of the target of delivery of goods to PT. Ark Selaras Mandiri East Jakarta during the period 2017-2020 and to find out the efforts that have been done by PT. Ark Selaras Mandiri East Jakarta so that the target of delivery of goods can be achieved. Considering the number of customers who have decreased in order to increase the number of customers and income. Data collection techniques used are interviews and giving lists of questions. The method of sampling and sampling or respondents used is accident sampling as many as 40 respondents. The next data is processed descriptively, namely by collecting, grouping and then analyzed and connected with theories related / relevant to those studied. Based on respondents' responses regarding the arrival of goods delivered, 25% were very satisfied, 50% answered satisfied, 15% were doubtful and 10% were dissatisfied while based on respondents' answers about the services provided by the company, 60% were satisfied, 15% answered very satisfied, who were 12.5% doubtful, and dissatisfied 12.5%. Considering the undecided and dissatisfied 12.5% is quite large and significant. So it is possible that the management needs to immediately evaluate about transportation and field conditions, especially sea / river transportation and need to improve services.

Keywords : Vehicles, Service, Customer Increases

PENDAHULUAN

Dewasa ini terjadi pertumbuhan perusahaan jasa pengiriman barang (Dewi et al., 2020), tentunya hal ini menambah persaingan yang ketat (Ardhianshah, 2020). Berdasarkan laporan dan data yang penulis dapat, pengguna jasa pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri dari tahun 2017-2020 mengalami penurunan terus (B. Iskandar & Hamdani, 2017). Komplain konsumen sering terjadi akibat sering terlambat (Rahardja et al., 2015), tidak sesuai dengan jangka waktu yang dijanjikan (Yulianti, 2016). Hal ini membawa kesan yang negatif bahkan di antara yang komplain terkadang minta ganti rugi apalagi barang yang di harapkan *dating* untuk dijual kembali (Berthama, 2014), tentunya membawa dampak kerugian (Sugiyono, 2017). Banyak perusahaan yang menawarkan jasa-jasa yang sama dengan yang tersedia dari PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur dengan kelebihanannya masing-masing bahkan mereka membuka agen pengiriman yang mendekati konsumen sehingga mempermudah konsumen untuk pengiriman (Setiawan et al., 2019). Kita konsumen dewasa ini senang dengan kemudahan serta pelayanan yang cepat (Ardyanto, 2015) dan tidak mau buang-buang waktu untuk mencari agen pengiriman.

Banyak juga konsumen tidak mengenal pengiriman barang PT. Bahtera Selaras Mandiri hal ini tentunya mungkin kurangnya promosi atau teknik promosi yang kurang berkesandi hati konsumen. Kurang proaktif PT. Bahtera Selaras Mandiri menggapai perubahan yang begitu cepat. Baik selera maupun teknologi tentunya membawa dampak *market share* di ambil perusahaan lain.

Umumnya para pemakai jasa (konsumen) jasa pengiriman PT. Bahtera Selaras Mandiri adalah pedagang, pengusaha, aparat pemerintah dan konsumen lainnya. Selama ini jenis barang yang banyak dilayani yaitu pengiriman bahan kontruksi bangunan dan bahan-bahan kebutuhan pabrik. Adapun perusahaan jasa angkutan dan pengiriman barang di Jakarta Timur antara lain yaitu PT. Mandiri Utama Jaya, PT. Murinda *Iron Steel*, PT. Gerbang Sarana Baja, PT. Nusa Dharma Ekpressindo (NDE), PT. Jaya Kencana Cakung dan lain-lain. Pada umumnya pengiriman barang tersebut menggunakan sarana angkutan darat dan laut (Aspan et al., 2020). Hal ini berlaku untuk kota-kota yang mempunyai akses jalan raya tol (Sakinah, 2015), sedangkan untuk kota-kota lainnya yang tidak dapat dijangkau dengan angkutan darat akan diteruskan ketempat tujuan dengan menggunakan angkutan laut (Dwiatmoko, 2018).

Tarif pengiriman yang dikenakan kepada konsumen jumlahnya bervariasi tergantung pada jauh dekatnya jarak kota tujuan (J. Iskandar, 2019). Harga atau tarif yang di bebaskan kepada konsumen berdasarkan ketetapan harga dari jasa kargo (Ramadhani, 2016), berdasarkan beban angkutan ukuran tonage, panjang, lebar dan jarak yang telah ditetapkan (Ariany et al., 2018).

Persaingan yang semakin ketat antar sesama produk menghendaki upaya dan terobosan agar mencapai suatu sasaran yang diinginkan berupa promosi yang gencar dan pelayanan yang lebih memuaskan konsumen. Persaingan ini akan lebih terasa lagi dampaknya bagi perusahaan bilamana dalam suatu pasar terdapat banyak sekali perusahaan sejenis yang bersaing dalam produk yang sama. Jika ingin menghadapi persaingan ini dibutuhkan suatu kebijaksanaan pemasaran yang mampu menjaga dan merumuskan serta meningkatkan pangsa pasar dari suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan ntuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur selama periode 2017-2020 dan untuk mengetahui usaha yang telah dilakukan oleh PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur agar target pengiriman barang dapat tercapai. Manfaat penelitian ini yaitu sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan

pemasarannya dan untuk menyusun perencanaan dan pengembangan usaha pada masa yang akan datang, untuk menambah dan memperdalam cakrawala pengetahuan penulis dalam bidang ilmu ekonomi, khususnya bidang manajemen pemasaran dan dapat dijadikan referensi bagi penulis lainnya untuk meneliti kembali dengan mengangkat permasalahan yang sama.

METODE PENELITIAN

Adapun lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah perusahaan jasa pengiriman barang PT. Bahtera Selaras Mandiri yang beralamat di Jl. Raya Pulo Gebang No.02 Jakarta Timur. Sedangkan waktu penelitian dimulai tanggal 15 Oktober 2020 sampai dengan selesai. Jenis dan sumber data yang penulis perlukan dalam penelitian ini adalah

1. Data primer yaitu data dan informasi yang diperoleh langsung dari objek penelitian seperti data yang diperoleh dari jawaban responden atau questioner yang disebarakan.
2. Data sekunder yaitu data yang penulis peroleh dari perusahaan baik pimpinan maupun staf yang berhubungan dengan masalah yang sedang penulis teliti.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah *interview* dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur. Menurut keperluan penelitian maka penulis mengambil sampel berdasarkan jumlah pelanggan PT. Bahtera Selaras Mandiri Jakarta Timur pada tahun 2020 yaitu sebanyak 1.750 orang. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan dana, penulis ambil sebanyak 40 orang konsumen untuk dijadikan sampel.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan *accidenting sampling* yaitu sampel yang diperoleh dari konsumen atau pelanggan yang sedang melakukan pengiriman barang maupun yang pernah melakukan pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri. Setelah data relevan dikumpulkan, kemudian data-data tersebut diolah. Jika penyusunan pembahasan laporan penelitian ini penulis menggunakan analisis data secara deskriptif. Metode deskriptif adalah dengan mengumpulkan, mengelompokkan dan menyusun data-data yang ada selanjutnya menganalisis data tersebut kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan era sekarang ini, setiap individu tidak akan sanggup memenuhi kebutuhannya yang beraneka ragam dengan cara memproduksi ataupun membuat sendiri. Begitu juga sebaliknya, suatu jenis barang atau jasa yang diproduksi tidak semua dipakai untuk dikonsumsi sendiri, tetapi juga untuk dipasarkan ke masyarakat umum. Perusahaan pada umumnya memproduksi barang dan menjual barang atau jasa itu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memenuhi permintaan konsumen.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka salah satu dari perusahaan jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat adalah PT. Bahtera Selaras Mandiri adalah yang bergerak dalam kegiatan usaha pelayanan jasa pengiriman barang ke berbagai kota di Indonesia. Perusahaan jasa pengiriman PT. Bahtera Selaras Mandiri dalam memberikan pelayanan kepada para konsumen dimulai pada saat konsumen mendatangi perusahaan dan menanyakan tarif pengiriman barang sampai pada saat barang yang dikirimkan oleh perusahaan ke tempat tujuan.

Jika ingin memberikan pelayanan kepada para konsumennya, Bahtera SM hanya melakukan penerimaan barang-barang ditempat perusahaan tersebut, tanpa langsung menjemput ke tempat konsumen. Oleh karena itu, setiap calon konsumen yang akan mengirimkan suatu barang atau paket ke suatu daerah, maka calon konsumen tersebut terlebih dahulu harus mendatangi alamat PT. Bahtera Selaras Mandiri dengan membawa langsung barang-barang yang akan dikirim. Apabila barang-barang yang akan dikirimkan tersebut telah diketahui jenisnya oleh karyawan, kemudian barang-barang itu ditimbang beratnya untuk menentukan berapa besar tarif pengiriman barang tersebut. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras mandiri adalah sebagai berikut :

Produk atau jasa merupakan hal yang penting karena merupakan unsur pertama sekali yang diperhatikan atau dicari konsumen menurut kebutuhannya. Begitu juga halnya perusahaan di bidang jasa, khususnya PT. Bahtera Selaras Mandiri sebagai perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Setiap pelanggan yang ingin mengirimkan barang, akan memilih dimana tempat yang baik untuk pengiriman barang dan merupakan unsur pertama yang dilihat oleh pelanggan adalah mengenai produk dan jasa, apa yang dimiliki perusahaan dan produk apa yang diminati oleh pelanggan.

Adapun para pemakai jasa pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri adalah para pedagang, pengusaha, aparat pemerintah dan swasta dan konsumen lainnya yang ingin mengirimkan barang, yang mana mereka menginginkan barang tersebut cepat sampai ketempat tujuan dalam keadaan aman dan tepat waktu.

Adapun jenis barang yang dikirimkan oleh para pemakai jasa pengiriman barang pada PT. Bahtera Selaras Mandiri adalah dokumen, paket, uang, kargo, makanan, barang-barang elektronik dan semua jenis barang-barang lain yang akan dikirimkan oleh pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu faktor-faktor penyebab kedatangan barang yang diterima konsumen tidak tepat waktu sesuai dengan jadwal waktu yang dijanjikan antara lain jalan rusak, kerusakan kendaraan, masalah kapal penyeberangan terutama untuk konsumen di luar pulau Jawa dan lain-lain. Konsumen menjawab 25% sangat puas, 50% menjawab puas dengan pelayanan yang mereka terima dari perusahaan, sedangkan yang ragu-ragu mencapai dalam artian terkadang terlambat sebesar 15% dan yang tidak puas 10%.

BIBLIOGRAFI

- Ardhianshah, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Eiger Adventure Store Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 72–81.
- Ardyanto, D. (2015). Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap keputusan pembelian online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1).
- Ariany, Z., Hendra, A., & Febriary, S. (2018). Standart Pelayanan Minimal (SPM) dan Sistem Lasing pada kapal Ro-Ro Untuk Keselamatan Transportasi Penyeberangan Laut (Studi Kasus Kmp. Legundi). *Gema Teknologi*, 20(1), 26–31.
- Aspan, H., Fadlan, F., & Chikita, E. A. (2020). Perjanjian Pengangkutan Barang Loose Cargo Pada Perusahaan Kapal Bongkar Muat. *Soumatara Law Review*, 2(2), 322–

334.

- Berthama, V. R. (2014). Faktor–Faktor Penyebab Komplain Konsumen Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(4).
- Dewi, D. P., Harjoyo, H., & Salam, A. (2020). Prosedur Administrasi Jasa Pengiriman Barang di PT. Citra Van Titipan Kilat Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 7(1), 1–11.
- Dwiatmoko, H. (2018). Peran perkeretaapian dalam menunjang sistem logistik nasional. *Jurnal Transportasi*, 18(2), 87–96.
- Iskandar, B., & Hamdani, A. U. (2017). Desain dan Pengujian Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Studi Kasus: PT. XYZ. *Semnasteknomedia Online*, 5(1), 1–2.
- Iskandar, J. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang pada PT. Indah Logistic Cargo Cabang Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomoi Islam*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Rahardja, U., Sholeh, O., & Nursetianingsih, F. (2015). Penggunaan Dashboard untuk Mengontrol Kinerja Absensi Pegawai Guna Meningkatkan Profesionalisme Pegawai pada PT. Sinarmas Land property. *SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE*, 3(1).
- Ramadhani, I. (2016). *Metode Penetapan Harga Jasa Cargo Di PT. Swa buana Pratama Kota Bandung*.
- Sakinah, A. (2015). Studi Deskriptif Tentang Model Resolusi Konflik Dalam Rencana Pembangunan Jalan Tol Tengah Kota Surabaya. *Disertasi*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126.
- Sugiyono, H. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Ketiga Sebagai Pemilik Jaminan Ketika Tidak Dilaksanakannya Prinsip Kehati-hatian oleh Bank dalam Perjanjian Kredit Dengan Memakai Jaminan. *Jurnal Yuridis*, 4(1), 98–109.
- Yulianti, F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Panin TBK KCP A. Yani Banjarmasin. *JURNAL ILMIAH BISNIS Dan KEUANGAN*, 3(2).



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License