

Analisis Strategi Dan Kebijakan Bisnis Dari PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE)

Daichi Junior Alfrian Susanto¹, Dezka Delio Pratama², Zahra Aliftia Yaza³, Imanuddin Hasbi⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Desember 27, 2024

Revised Desember 27, 2024

Accepted Desember 31, 2024

Kata Kunci:

Strategi Bisnis,
Kebijakan Gudang,
Efisiensi Manajemen,
Robot Sorting,
Teknologi Logistik,

Keywords:

*Business Strategy, Warehouse
Policy, Management Efficiency,
Sorting Robots,
Logistics Technology*

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi modern menjadi kunci utama dalam meningkatkan efisiensi operasional di sektor logistik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan kebijakan yang diterapkan oleh PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), khususnya di JNE Station Center GedeBage, Kota Bandung. Dalam menggunakan teknologi robot sorting untuk proses pemisahan barang menuju drop center di berbagai kota. Penelitian ini juga mengevaluasi dampaknya terhadap efisiensi manajemen gudang. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi terhadap aktivitas operasional serta kebijakan yang diterapkan oleh pihak manajemen JNE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi robot sorting di gudang JNE berhasil meningkatkan akurasi penyortiran barang, mengoptimalkan waktu operasional, serta mengurangi beban kerja manual pada tenaga operasional. Selain itu, implementasi ini memungkinkan proses pengiriman barang menjadi lebih cepat dan efisien, yang berdampak pada peningkatan kualitas layanan pelanggan. Keberhasilan penggunaan teknologi ini membuka peluang bagi perusahaan untuk memperluas implementasi robot sorting ke cabang-cabang pusat lainnya di berbagai daerah. Langkah ini menjadi bagian dari strategi JNE untuk mempertahankan daya saing di industri logistik yang semakin kompetitif dan memenuhi tuntutan pasar yang dinamis terhadap kecepatan dan akurasi layanan pengiriman.

ABSTRACT

Utilizing modern technology is the main key to improving operational efficiency in the logistics sector. This research aims to analyze the strategies and policies implemented by PT TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), especially at JNE Station Center GedeBage, Bandung City, in using sorting robot technology for the process of separating goods to drop centers in various cities. This research also evaluates its impact on warehouse management efficiency. The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques in the form of interviews and observations of operational activities and policies implemented by JNE management. The results showed that the implementation of robot sorting technology in JNE warehouses improved the accuracy of sorting goods, optimizing operational time, and reducing manual workload on operational personnel. In addition, this implementation allows the process of shipping goods to be faster and more efficient, which impacts improving the quality of customer service. The successful use of this technology opens up opportunities for the company to expand the implementation of sorting robots to other central branches in various regions. This step is part of JNE's strategy to maintain competitiveness in the increasingly competitive logistics industry and meet dynamic market demands for speed and accuracy of delivery services.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Daichi Junior Alfrian Susanto
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom,
Jakarta, Indonesia
Email: daichijunior@student.telkomuniversity.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, khususnya dalam e-commerce, telah mendorong perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat, dengan meningkatnya permintaan terhadap layanan pengiriman yang cepat, efisien, dan andal. Transformasi digital telah mendorong pertumbuhan sektor e-commerce secara signifikan, sehingga memunculkan kebutuhan akan layanan logistik yang lebih efisien dan andal di Indonesia [1]. Sebagai negara kepulauan yang terdiri dari ribuan pulau yang tersebar, Indonesia menghadapi tantangan geografis yang signifikan. Perbedaan kondisi infrastruktur antar wilayah, jarak yang jauh antar pulau, serta aksesibilitas yang terbatas di beberapa daerah menjadi hambatan utama dalam menyediakan layanan logistik yang merata dan efisien [2]. Kondisi tersebut ditambah kompleks dengan budaya belanja yang awalnya onsite menjadi online.

Tren belanja online yang semakin meningkat, apalagi pada periode tertentu seperti special day (tanggal kembar), telah mengubah paradigma belanja masyarakat dari onsite menjadi online, dengan memanfaatkan diskon dan promosi besar-besaran [3]. Tren tersebut dimulai ketika promo tanggal kembar yang paling terkenal di China adalah "Double 11" atau "Hari Lajang." Tren ini kemudian diadopsi oleh perusahaan e-commerce seperti Alibaba pada tahun 2009 sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan [4]. Di Indonesia, "Double 11" mulai diadopsi seiring dengan meningkatnya popularitas belanja online dan pengaruh e-commerce global. Platform e-commerce lokal seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada memanfaatkan momen ini untuk promosi besar-besaran, yang kini telah menjadi salah satu momen belanja online terbesar di Indonesia [5].

Kolaborasi antara platform e-commerce dan perusahaan logistik menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem yang terintegrasi guna mendukung pertumbuhan belanja online [6]. Dalam menanggapi tren ini, banyak perusahaan logistik di Indonesia mulai memanfaatkan inovasi teknologi dalam sektor logistik, seperti pelacakan berbasis digital dan pengolahan data dengan kecerdasan buatan, untuk meningkatkan kecepatan dan transparansi pengiriman barang [7]. Perusahaan ekspedisi terkemuka seperti PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), Anteraja, dan SiCepat memanfaatkan teknologi ini untuk menawarkan solusi logistik modern. Mereka juga terus berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur, seperti gudang modern, armada pengiriman, dan jaringan distribusi yang mampu menjangkau daerah-daerah terpencil [8].

Hari belanja nasional seperti "11.11" dan "12.12" tidak hanya meningkatkan konsumsi masyarakat tetapi juga memberikan tantangan baru bagi sektor logistik. Inovasi dalam teknologi logistik, termasuk kecerdasan buatan dan analitik data, memungkinkan perusahaan untuk menghadapi tantangan geografis serta meningkatkan layanan pelanggan [9]. Strategi bisnis berbasis teknologi memungkinkan perusahaan ekspedisi seperti JNE untuk bersaing secara efektif dalam memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis [10].

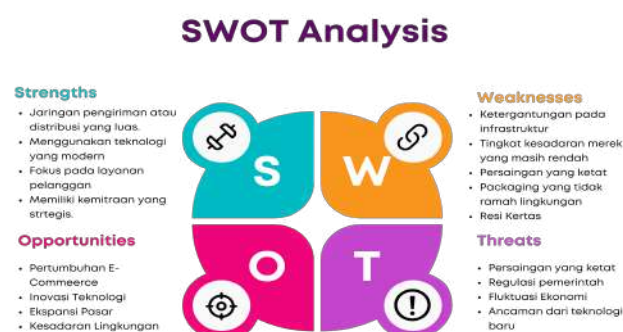
Dengan memadukan inovasi teknologi, penguatan infrastruktur, dan pendekatan layanan yang berorientasi pada pelanggan, perusahaan logistik seperti JNE, Anteraja, dan SiCepat tidak hanya mendukung pertumbuhan e-commerce tetapi juga memperkuat ekosistem perdagangan nasional. Melalui pendekatan yang adaptif, mereka mampu menjadi motor penggerak transformasi logistik di era digital sekaligus menjawab tantangan geografis yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana teknologi, inovasi, dan strategi perusahaan ekspedisi mendukung pertumbuhan e-commerce di Indonesia serta memberikan solusi terhadap hambatan yang ada.

2. METODE

Metode dalam artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode SWOT analysis untuk mengetahui dan memahami strategi serta kebijakan yang diterapkan oleh JNE Station Center GedeBage di Kota Bandung terkait penggunaan robot dalam memisahkan barang, serta dampaknya terhadap efisiensi manajemen gudang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana teknologi robotik diterapkan dalam proses pemisahan barang di gudang, serta mengevaluasi pengaruhnya terhadap operasional gudang secara keseluruhan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara.

Observasi dilakukan di JNE Station Center GedeBage dengan fokus pada proses kerja dalam memisahkan barang tanpa bantuan robot dan efektivitas sistem robotik dalam meningkatkan alur kerja di gudang. Wawancara mendalam dilakukan dengan manajer gudang dan karyawan yang terlibat langsung dalam penggunaan teknologi robot, untuk mendapatkan pandangan mengenai kebijakan perusahaan dalam adopsi robotik, tantangan yang dihadapi, serta pengalaman mereka dalam beradaptasi dengan sistem baru.

Selain itu, data sekunder berupa dokumen kebijakan dan laporan operasional perusahaan juga digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif, mengidentifikasi pola-pola terkait dampak penggunaan robot terhadap efisiensi waktu, biaya, dan kualitas pemisahan barang di gudang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitas teknologi robot dalam meningkatkan efisiensi manajerial dan operasional di industri ekspedisi, khususnya dalam pengelolaan gudang.



Gambar 1. SWOT Analysis

Analisis SWOT JNE Station Center GedeBage

1. Strengths (Kekuatan)

- a) Jaringan yang Luas :JNE memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia, JNE juga mempunyai kelebihan menjangkau daerah pelosok di pedesaan dibandingkan Anteraja dan Si Cepat yang berfokus di area perkotaan.
- b) Citra nama yang Baik :JNE sudah Dikenal sebagai salah satu penyedia layanan pengiriman terpercaya, citra tersebut memberikan suatu nilai tambah pada perusahaan.dibandingkan dengan kompetitor seperti Anteraja dan SiCepat, yang meskipun berkembang pesat, masih belum sepopuler JNE di kalangan masyarakat.
- c) Beragam Layanan yang disediakan : Tersedia berbagai jenis layanan pengiriman, seperti reguler, express, dan logistik, yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Dibandingkan Anteraja dan SiCepat, JNE memiliki lebih banyak varian layanan karena pengalamannya yang lebih lama di industri ekspedisi. Hal ini menjadikan JNE sebagai pilihan utama bagi banyak pelanggan di berbagai segmen pasar.
- d) Teknologi Tracking realtime : Memungkinkan pelanggan untuk memantau status pengiriman secara real-time, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. JNE menyediakan teknologi tracking real-time, memungkinkan pelanggan memantau status pengiriman dengan akurat. Fitur ini meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dibanding kompetitor.

2. Weaknesses (Kelemahan)

- a) Ketergantungan Pengiriman jalur Darat : Pengiriman yang sangat bergantung pada transportasi darat dapat terpengaruh oleh cuaca buruk,dan infrastruktur yang menyebabkan keterlambatan. Namun, JNE memiliki kelebihan dibandingkan Anteraja dan SiCepat karena menawarkan opsi pengiriman udara menggunakan pesawat, yang dapat mempercepat waktu pengiriman dan mengurangi risiko keterlambatan.
- b) Keluhan Keterlambatan: Keluhan dari beberapa pelanggan terkait keterlambatan pengiriman yang dapat merusak citra perusahaan JNE memiliki tantangan tersendiri dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman, terutama pada periode sibuk. Namun, dengan dukungan pengiriman udara, JNE memiliki potensi lebih baik untuk mengatasi keterlambatan dibandingkan kompetitor yang mayoritas bergantung pada jalur darat.
- c) Biaya Pengiriman yang lumayan tinggi : Biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lokal tertentu dapat mengurangi daya beli JNE. Biaya pengiriman JNE yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lokal seperti SiCepat dan Anteraja dapat menjadi faktor yang mengurangi daya beli pelanggan.
- d) Packaging yang tidak ramah lingkungan : Penggunaan bahan pelindung produk yang berbahan plastik yang tidak dapat didaur ulang sehingga memungkinkan menurunkan citra perusahaan dimata konsumen yang peduli lingkungan. JNE sudah memikirkan dan sudah bekerja sama dengan Pengurus Jejaring Pengelola Sampah Mandiri (JPSM) pada tahun 2024 bulan juni di banding kompetitor yang belum memikirkan hal ini.
- e) Resi Kertas : Resi menggunakan bahan baku kertas yang gampang rusak serta informasi yang tertera ada kemungkinan disalahgunakan pihak tidak bertanggung jawab. Dibandingkan kompetitor seperti SiCepat dan Anteraja, yang mulai mengadopsi sistem resi digital, JNE perlu mempertimbangkan inovasi serupa. Penerapan teknologi digital dapat

meningkatkan keamanan data, mengurangi ketergantungan pada kertas, serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih modern dan efisien.

3. Opportunities (Peluang)

a) Pertumbuhan E-commerce: Pertumbuhan pesat dalam sektor e-commerce di Indonesia membuka peluang bagi JNE untuk meningkatkan volume pengiriman. Ini menjadi peluang bagi JNE dan kompetitor yang lain karena adanya E-commerce menciptakan permintaan tinggi untuk layanan logistik yang cepat, aman, dan andal. Dengan memanfaatkan momentum ini, JNE dapat memperkuat posisinya di pasar dengan menawarkan solusi yang lebih kompetitif dan inovatif.

b) Kemitraan dengan UMKM : Membentuk kemitraan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat memperluas cakupan pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk menciptakan peluang bisnis untuk menambahkan profit perusahaan melalui layanan khusus seperti pengiriman dengan harga terjangkau, pelacakan real-time, atau solusi logistik terpadu. Dengan mendukung UMKM, JNE tidak hanya membantu pelaku usaha lokal tumbuh tetapi juga memperkuat ekosistem bisnisnya sendiri di tengah persaingan dengan kompetitor seperti SiCepat dan Anteraja.

c) Pemanfaatan Teknologi: Menginvestasikan dan mengkolaborasikan strategi bisnis dengan teknologi seperti AI dan drone dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kecepatan pengiriman serta kontrol usaha yang lebih mudah dan cepat. Dengan mengadopsi teknologi ini, JNE dapat bersaing lebih baik dengan kompetitor seperti SiCepat dan Anteraja, yang juga mulai menerapkan strategi berbasis teknologi.

4. Threats (Ancaman)

a) Persaingan Ketat : Munculnya perusahaan logistik lain seperti Anteraja, SiCepat, dan J&T menciptakan persaingan yang sangat ketat di pasar.

Ketergantungan Infrastruktur : Ketergantungan pada infrastruktur jalan dan transportasi dapat mempengaruhi kinerja pengiriman

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa JNE telah berhasil mengadopsi teknologi digital dalam upaya meningkatkan efisiensi operasional, khususnya melalui implementasi sistem robotik pada manajemen operasional gudang di pusat distribusi. Penerapan teknologi robotik ini terbukti memberikan dampak positif yang signifikan, antara lain percepatan proses pengiriman dan pengurangan kesalahan operasional akibat faktor manusia. Teknologi ini sangat relevan dalam menghadapi kompleksitas dunia logistik yang terus berkembang, terutama dengan pergeseran fokus pengiriman dari dokumen ke barang elektronik yang memerlukan tingkat akurasi dan efisiensi tinggi.

Namun, hasil penelitian juga menemukan bahwa implementasi teknologi robotik belum merata di seluruh jaringan logistik JNE. Wilayah regional, seperti Jawa Barat, masih mengandalkan metode manual dalam pengelolaan logistik. Sistem manual ini dipertahankan karena dinilai lebih efektif dalam menyesuaikan karakteristik lokal serta keterbatasan sumber daya di daerah tertentu. Pendekatan hybrid yang digunakan JNE kombinasi antara teknologi

robotik di pusat dan pengelolaan manual di daerah menjadi solusi yang memungkinkan perusahaan menjaga konsistensi kualitas layanan di berbagai wilayah, meskipun dalam konteks lingkungan operasional yang berbeda.

Dalam mendukung program Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), JNE telah mengoptimalkan layanan dan strategi pemasaran guna meningkatkan pengalaman pelanggan. Promo-promo menarik, seperti diskon ongkos kirim hingga 50% dan layanan gratis ongkir untuk kategori tertentu, berhasil meningkatkan daya tarik pelanggan. Selain itu, layanan unggulan seperti JNE YES (Yakin Esok Sampai) dan fitur pickup gratis bagi pelanggan bisnis memberikan nilai tambah yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan selama periode belanja besar ini.

Penelitian juga menemukan bahwa JNE memanfaatkan inovasi digital melalui aplikasi JNE Mobile Apps, yang memungkinkan pelanggan melacak status pengiriman secara real-time. Hal ini memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan JNE. Selain itu, kolaborasi dengan influencer untuk memproduksi konten kreatif seperti video unboxing dan giveaway berhasil memperkuat keterlibatan pelanggan, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam hal respons terhadap pelanggan, JNE menerapkan pendekatan berbasis kasus, yang memungkinkan fleksibilitas dalam menangani keluhan atau permintaan secara spesifik. Teknologi robotik di gudang pusat mendukung fleksibilitas ini dengan meningkatkan akurasi pengelolaan barang, sementara metode manual di daerah memungkinkan penyesuaian proses dengan kebutuhan dan dinamika lokal. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa JNE menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui program-program yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Hal ini tidak hanya memperkuat citra positif perusahaan tetapi juga mencerminkan peran aktif JNE dalam mendukung kesejahteraan masyarakat.

3.2 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak JNE, diketahui bahwa perusahaan telah berhasil mengadopsi teknologi digital, khususnya sistem robotik, dalam manajemen operasional gudang. Implementasi teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan inventaris serta pengiriman barang. Penerapan teknologi robotik di gudang pusat terbukti memberikan dampak signifikan dalam mempercepat proses pengiriman sekaligus mengurangi potensi kesalahan yang disebabkan oleh faktor manusia. Hal ini menjadi krusial mengingat semakin kompleksnya kebutuhan dunia logistik, terutama dengan pergeseran fokus pengiriman dari dokumen ke barang elektronik yang memerlukan tingkat akurasi dan efisiensi lebih tinggi.

Namun, teknologi robotik ini belum diterapkan di gudang regional, seperti di wilayah Jawa Barat. JNE masih menggunakan sistem pengelolaan manual di daerah tersebut, yang dinilai lebih efektif dengan mempertimbangkan karakteristik lokal dan keterbatasan sumber daya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa JNE menggunakan model hybrid, yakni teknologi robotik diterapkan di pusat untuk mendukung efisiensi skala besar, sementara pengelolaan manual tetap digunakan di daerah untuk menyesuaikan proses dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan menjaga kualitas layanan secara konsisten di berbagai wilayah.

<p>Faktor Internal & Faktor Eksternal</p>	<p>Strengths (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> Jaringan Distribusi Luas Citra nama yang Baik Beragam Layanan yang disediakan Teknologi Tracking realtime 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketergantungan Pengiriman jalur Darat Keluhan Keterlambatan Biaya Pengiriman yang lumayan tinggi Packaging yang tidak ramah lingkungan Pemakaian Resi Kertas
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pertumbuhan E-Commerce Kemitraan dengan UMKM Pemanfaatan Teknologi 	<p>SO (Strengths - Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan jaringan distribusi luas untuk menjangkau pasar e-commerce, menggunakan teknologi tracking real-time untuk mendukung kemitraan UMKM, dan menyediakan layanan khusus seperti pengiriman ekspres dan COD. 	<p>WO (Weakness - Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengurangi ketergantungan pada jalur darat dengan memperluas akses ke jalur laut atau udara, mengembangkan packaging ramah lingkungan, dan mengoptimalkan teknologi untuk menekan biaya pengiriman.
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> Persaingan Ketat Ketergantungan Infrastruktur 	<p>ST (Strengths - Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan citra baik untuk bersaing dengan layanan premium, memanfaatkan tracking real-time untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendiversifikasi layanan pengiriman. 	<p>WT (Weakness - Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengatasi keterlambatan dengan manajemen logistik yang lebih baik, menekan biaya pengiriman dengan efisiensi operasional, dan mengganti resi kertas dengan sistem digital.

Gambar 2. Matriks SWOT

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Strategi ini fokus pada penguatan keunggulan perusahaan untuk menangkap peluang pasar. Dengan jaringan distribusi yang luas, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak pasar, terutama dengan pertumbuhan e-commerce yang pesat. Teknologi tracking real-time memberikan nilai tambah berupa transparansi dan kemudahan bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepercayaan. Selain itu, layanan khusus seperti pengiriman ekspres dan COD dapat memenuhi kebutuhan e-commerce dan UMKM, menjadikan perusahaan sebagai mitra logistik yang meyakinkan.

2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

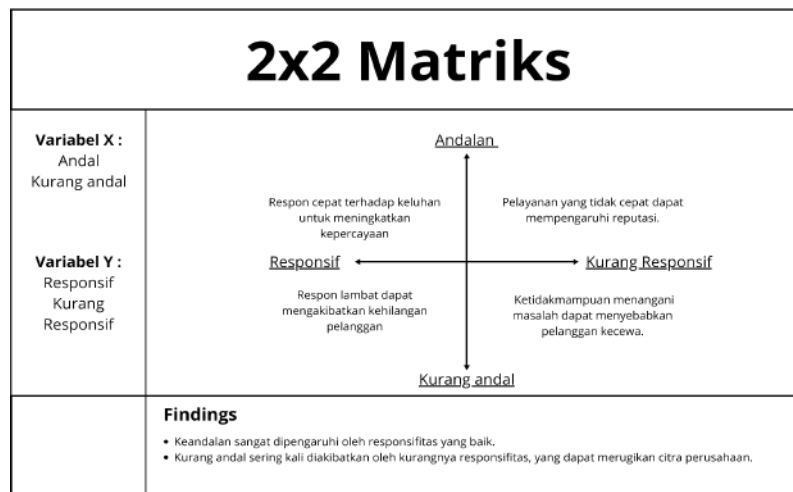
Strategi ini bertujuan mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada jalur darat dengan memperluas akses ke jalur laut atau udara, sehingga pengiriman menjadi lebih efisien dan cepat. Inovasi packaging ramah lingkungan bukan hanya mengatasi isu lingkungan, tetapi juga menarik UMKM yang ingin berkolaborasi dengan perusahaan yang memiliki tanggung jawab lingkungan. Optimalisasi teknologi membantu menekan biaya pengiriman, sehingga layanan menjadi lebih kompetitif di tengah pertumbuhan pasar e-commerce.

3. Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ini mengandalkan kekuatan untuk menghadapi ancaman dari persaingan dan ketergantungan infrastruktur. Nama baik perusahaan dapat digunakan untuk menawarkan layanan premium yang sulit ditiru pesaing, seperti asuransi tambahan atau paket eksklusif. Teknologi tracking real-time membantu perusahaan tetap memberikan pengalaman pelanggan terbaik meskipun ada tantangan infrastruktur. Diversifikasi layanan, seperti pengiriman spesifik untuk barang besar atau layanan personalisasi, dapat menjaga daya saing perusahaan di pasar.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Strategi ini fokus mengurangi dampak kelemahan dan ancaman yang menghambat pertumbuhan. Manajemen logistik yang ditingkatkan, dengan dukungan teknologi, dapat mengurangi keterlambatan pengiriman. Efisiensi operasional, seperti mengoptimalkan rute pengiriman dan penggunaan alternatif infrastruktur, dapat menekan biaya sehingga layanan lebih terjangkau. Mengganti resi kertas dengan sistem digital tidak hanya mengatasi ketergantungan infrastruktur, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan bagi lingkungan.



Gambar 3. Matriks Diagram 2x2

Matriks ini menggambarkan sejauh mana keandalan layanan pengiriman dan tingkat responsivitas dalam menangani keluhan pelanggan memengaruhi kepuasan serta citra perusahaan. Keandalan berkaitan dengan kualitas layanan yang tepat waktu dan minim kesalahan, sedangkan responsivitas mengukur kecepatan perusahaan dalam merespons serta menyelesaikan keluhan pelanggan.

1) Kuadran pertama (Andal & Responsif)

JNE berada pada posisi ideal di mana layanan pengiriman dapat diandalkan dan respons perusahaan terhadap pelanggan sangat cepat. Respons yang tanggap terhadap keluhan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Strategi yang perlu diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan performa operasional yang optimal dan meningkatkan efisiensi teknologi, seperti penyempurnaan sistem pelacakan paket. Langkah ini akan membantu JNE menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

2) Kuadran kedua (Andal & Kurang Responsif)

Menunjukkan situasi di mana layanan pengiriman tergolong andal, namun kurangnya responsivitas dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan. Pelanggan dapat merasa tidak diperhatikan jika masalah yang dihadapi tidak segera ditangani. Oleh karena itu, JNE perlu meningkatkan responsivitas layanan pelanggan melalui pelatihan karyawan serta penerapan

standar operasional prosedur (SOP) yang lebih efektif. Komunikasi yang lebih transparan antara perusahaan dan pelanggan juga diperlukan untuk meminimalkan potensi kekecewaan.

3) Kuadran ketiga (Kurang Andal & Responsif)

Menggambarkan kondisi kritis di mana layanan pengiriman tidak dapat diandalkan dan respons terhadap keluhan pelanggan sangat lambat. Situasi ini berpotensi menyebabkan pelanggan berpaling ke kompetitor. Strategi yang diperlukan adalah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem logistik dan operasional perusahaan. Penerapan teknologi seperti route optimization dan sistem pemantauan secara real-time akan meningkatkan kecepatan serta akurasi layanan pengiriman. Selain itu, perbaikan layanan pelanggan harus menjadi prioritas untuk memulihkan kepercayaan pelanggan.

4) Kuadran keempat (Kurang Andal & Kurang Responsif)

Menggambarkan situasi paling buruk yang dapat merusak citra perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangani masalah serta layanan pengiriman yang tidak memadai akan menyebabkan kekecewaan mendalam di kalangan pelanggan. Untuk mengatasi kondisi ini, JNE perlu melakukan perbaikan menyeluruh pada aspek operasional dan layanan pelanggan. Penerapan target waktu respon yang terukur, peningkatan infrastruktur logistik, serta kebijakan kompensasi bagi pelanggan yang dirugikan dapat membantu memulihkan reputasi perusahaan.

Dalam konteks mendukung Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), JNE berkomitmen menghadirkan layanan terbaik untuk meningkatkan pengalaman belanja online masyarakat.

Berbagai promo menarik, seperti diskon ongkos kirim hingga 50% dan gratis ongkir untuk paket tertentu, ditawarkan guna memberikan kemudahan dan efisiensi bagi pelanggan. Selain itu, layanan unggulan seperti JNE YES (Yakin Esok Sampai) dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengiriman cepat, sedangkan fitur pickup gratis khusus pelanggan bisnis memberikan kemudahan tambahan dalam pengelolaan pengiriman.

JNE juga memanfaatkan inovasi digital melalui aplikasi JNE Mobile Apps, yang memungkinkan pelanggan melacak pengiriman secara real-time, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman selama periode belanja besar seperti Harbolnas. Dalam upaya meningkatkan keterlibatan pelanggan, JNE menggandeng influencer untuk memproduksi konten kreatif, seperti video unboxing, giveaway, hingga testimoni pelanggan, yang diharapkan dapat memperkuat loyalitas dan antusiasme masyarakat terhadap layanan JNE. Selain itu, perusahaan juga menjalankan program donasi sosial dari setiap pengiriman selama Harbolnas sebagai bentuk kontribusi dalam mendukung pendidikan dan kesejahteraan masyarakat.

Respons JNE terhadap masukan pelanggan dilakukan melalui pendekatan berbasis kasus, yang memungkinkan fleksibilitas dan adaptabilitas dalam menangani keluhan maupun permintaan pelanggan secara spesifik. Sistem robotik di gudang pusat mendukung fleksibilitas ini melalui peningkatan akurasi dalam pengelolaan barang, sementara metode manual di daerah memberikan keleluasaan untuk menyesuaikan proses berdasarkan dinamika lokal. Selain itu, JNE juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui berbagai program yang memberikan dampak positif bagi masyarakat, sekaligus memperkuat

citra perusahaan. Dengan demikian, JNE tidak hanya fokus pada efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan, tetapi juga pada peran aktifnya dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitarnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa JNE telah berhasil mengadopsi teknologi digital, khususnya sistem robotik, untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi operasional gudang di pusat distribusi. Implementasi ini memberikan dampak signifikan dalam mempercepat proses pengiriman dan mengurangi kesalahan operasional akibat faktor manusia. Namun, penerapan teknologi robotik belum merata di seluruh jaringan logistik JNE, terutama di wilayah regional seperti Jawa Barat yang masih mengandalkan pengelolaan manual. Strategi hybrid yang diterapkan kombinasi antara teknologi robotik di pusat dan metode manual di daerah memungkinkan JNE menjaga konsistensi kualitas layanan dengan tetap menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan lokal.

Dalam mendukung Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), JNE menunjukkan komitmen kuat melalui berbagai inovasi dan strategi pemasaran, seperti diskon ongkos kirim, gratis ongkir, layanan JNE YES, dan fitur pickup gratis untuk pelanggan bisnis. Selain itu, aplikasi JNE Mobile Apps memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melacak status pengiriman secara real-time, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kolaborasi dengan influencer juga berhasil memperkuat loyalitas pelanggan serta memperluas jangkauan pemasaran.

JNE juga menerapkan pendekatan berbasis kasus dalam menangani masukan pelanggan, yang memungkinkan fleksibilitas dan adaptasi terhadap kebutuhan spesifik. Sistem robotik di gudang pusat mendukung fleksibilitas ini melalui pengelolaan inventaris yang lebih akurat, sementara pendekatan manual di daerah memberikan ruang untuk penyesuaian proses dengan dinamika lokal. Komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi nilai tambah yang penting, di mana JNE berperan aktif dalam mendukung pendidikan dan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program sosial.

REFERENSI

- [1] Asperindo, "Perkembangan Jasa Kurir di Indonesia," *Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia*, 2023. [Online]. Available: <https://www.asperindo.or.id>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [2] Ahie, J., "Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Barang pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Pontianak," *Jurnal Manajemen Logistik Indonesia*, vol. 5, no. 2, pp. 45–55, 2022.
- [3] Waresix, "Solusi Teknologi untuk Tantangan Rantai Pasokan di Indonesia," *Waresix White Paper*, 2024. [Online]. Available: <https://www.waresix.com>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [4] Alibaba Group, "Double 11 Shopping Festival: The Evolution of a Global Retail Phenomenon," *Alibaba Official Report*, 2023. [Online]. Available: <https://www.alibabagroup.com>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [5] Tokopedia, "Sejarah Adopsi Double 11 di Indonesia," *Tokopedia Insight Blog*, 2023. [Online]. Available: <https://www.tokopedia.com>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [6] Shopee Indonesia, "Perkembangan Tren Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus 11.11," *Shopee Research Paper*, 2023. [Online]. Available: <https://www.shopee.co.id>. [Accessed: Dec. 31, 2024].

- [7] JNE, “Strategi Bisnis JNE di Era Digital,” *JNE Annual Report*, 2023. [Online]. Available: <https://www.jne.co.id>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [8] SiCepat Ekspres, “Inovasi Teknologi untuk Efisiensi Logistik,” *SiCepat Insight Blog*, 2023. [Online]. Available: <https://www.sicepat.com>. [Accessed: Dec. 31, 2024].
- [9] Anteraja, “Pengembangan Infrastruktur Logistik untuk Daerah Terpencil,” *Anteraja Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 12–18, 2023.
- [10] Lazada Indonesia, “Kolaborasi dengan Mitra Logistik pada Festival 11.11,” *Lazada White Paper*, 2023. [Online]. Available: <https://www.lazada.co.id>. [Accessed: Dec. 31, 2024].