

MENINJAU KEKURANGAN SICEPAT : KURANGNYA KUALITAS LAYANAN PENGIRIMAN SICEPAT, MASALAH OPERASIONAL DAN PERSAINGAN YANG KETAT

**Wilbert Tandri^{1)*}, Annisa Aulia Siregar²⁾, Daniel Marco Hutabarat³⁾,
Matthew Alessandro Sianipar⁴⁾, Sutan Maulana⁵⁾, Yeftika Mutiara Sianturi⁶⁾**

¹⁾Fakultas Ekonomi & Bisnis President University
^{2,3,4,5,6)} Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

*E-mail: wilberttandri41@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini didasari oleh latar belakang permasalahan terkait bagaimana cara memperbaiki kekurangan perusahaan SiCepat untuk masa depan layanan logistik yang memiliki kualitas yang tinggi. Identifikasi pada permasalahan tidak hanya berdasarkan kebutuhan pelanggan tetapi bagaimana kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan SiCepat Ekspres. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Dan metode analisis data yang digunakan adalah metode studi literatur dan metode *focus group discussion*. Hasil penelitian berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa SiCepat Ekspres mendapatkan lebih banyak penilaian yang negatif. Ini disebabkan karena beberapa faktor seperti, kualitas karyawan yang kurang, masalah operasional seperti pengiriman barang yang lama, dan persaingan yang ketat terhadap layanan sejenis.

Kata Kunci: Layanan, Kualitas, Operasional.

Abstract

This research is based on the background of problems related to how to improve the shortcomings of the SiCepat company for the future of high-quality logistics services. Identification of problems is not only based on customer needs but also on customer satisfaction in using SiCepat Ekspres services. The data collection method used is a qualitative data collection method with a literature study approach. The data analysis method used is the literature study method and focus group discussion method. Research results based on data analysis show that SiCepat Ekspres received more negative ratings. This is due to several factors such as poor quality employees, operational problems such as long delivery of goods, and tight competition for similar services.

Keywords: Service, Quality, Operations.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat, terutama pada bidang transportasi (Fikri, 2020).. Transportasi pada saat ini sangat membantu aktivitas masyarakat dalam bidang perekonomian, jasa transportasi, pengiriman barang dan jasa. SiCepat

Ekspres, atau lebih dikenal sebagai SiCepat, merupakan perusahaan jasa pengiriman ekspres yang berdiri pada tahun 2014.

SiCepat menawarkan berbagai layanan pengiriman barang dengan harga yang terjangkau dan waktu pengiriman yang terbilang cepat. Berkat strategi bisnis yang agresif dan

ekspansi yang pesat, SiCepat berhasil menjadi perusahaan jasa pengiriman ekspres terbesar di Indonesia pada tahun 2020, dengan pangsa pasar sebesar 14%. Perusahaan ini juga kerap dikritik karena kurangnya kualitas layanan pengirimannya. salah satu keluhan yang paling sering diajukan oleh pelanggan SiCepat adalah keterlambatan pengiriman. Paket yang seharusnya tiba dalam waktu 1-2 hari, seringkali baru tiba setelah 3-4 hari.

Menurut Data yang kami dapatkan dari PT SiCepat Ekspres Indonesia persentase keluhan pengiriman SiCepat pada bulan September 2023 adalah sebesar 3,5%. Angka ini lebih tinggi dari rata-rata persentase keluhan pengiriman di Indonesia, yaitu sebesar 2,5%. Dari persentase keluhan yang didapatkan oleh SiCepat Ekspres maka perusahaan melakukan evaluasi kompetensi. Dimana persentase karyawan yang terdampak pada evaluasi tersebut sebanyak 0,61% dari 59.286 karyawan SiCepat Ekspres. Hal tersebut terjadi karena para karyawan tidak memenuhi standar penilaian karyawan. Kinerja perusahaan dapat diukur dari kemampuannya dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai hasil kerja yang berkualitas dan sesuai dengan tugas yang diberikan, baik dalam segi kualitas maupun kuantitas. (Iwan & Rafif, 2023)

Berdasarkan data diatas SiCepat Ekspres mengalami penurunan citra perusahaan terhadap konsumen. Penyebab SiCepat mengalami penurunan citra adalah kualitas karyawan yang kurang, masalah operasional seperti keterlambatan pengiriman paket kepada konsumen, dan persaingan yang ketat terhadap layanan sejenis. Berdasarkan faktor-faktor yang ada di atas maka SiCepat perlu melakukan evaluasi yang mendalam terkait masalah-masalah yang dialami oleh SiCepat Ekspres. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kekurangan dari perusahaan SiCepat dan inovasi apa saja yang dapat dilakukan untuk memperbaiki masalah pada perusahaan SiCepat sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenisnya.

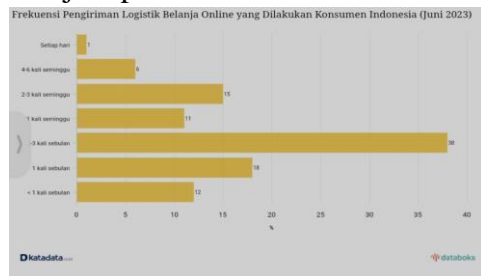
METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kepustakaan yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber-sumber yang telah dipublikasikan (Fikri, 2023). Sumber-sumber yang digunakan berupa jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian. Setelah data telah dikumpulkan maka kami akan menganalisis sumber data tersebut dengan menggunakan metode studi literatur dan metode *focus group discussion* dari ulasan-ulasan pelanggan yang telah menggunakan

jasa pengiriman SiCepat Ekspres. Dengan menganalisis data tersebut maka kami dapat menarik kesimpulan tentang permasalahan.-permasalahan yang dihadapi oleh SiCepat Ekspres.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan pada kualitas layanan pengiriman SiCepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pengiriman SiCepat mengalami masalah, terutama terkait dengan waktu pengiriman yang sering sekali terlambat. Hal ini mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan dan berdampak negatif pada citra perusahaan. Selain itu, data dari laporan tahunan SiCepat menunjukkan bahwa perusahaan ini telah menjalin kerjasama ritel dan memiliki berbagai titik layanan di seluruh Indonesia, namun masalah pengiriman masih menjadi perhatian utama.



Gambar 1.1 Data jasa layanan logistik di Indonesia

Sumber; databoks, 2023

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dimana penggunaan jasa layanan logistik merupakan layanan yang banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut data yang kami dapatkan dari Survei Populix bertajuk

Indonesia Outlook on the Logistic Delivery Services, dimana 38% responden menggunakan jasa pengiriman saat berbelanja online. Perusahaan SiCepat merupakan salah satu jasa pengiriman yang ada di Indonesia. Dimana pada tahun 2020 SiCepat menjadi salah satu jasa pengiriman ekspres terbesar di Indonesia dengan pangsa pasar 14%. Tetapi pada tahun 2022 perusahaan SiCepat melakukan PHK massal terhadap karyawannya untuk evaluasi penilaian kinerja karyawan. Hal ini dikarenakan banyaknya penilaian yang negatif terhadap perusahaan SiCepat.



Gambar 1.2 Penilaian aplikasi Sicepat
Sumber: Playstore, 2023

Faktor yang menyebabkan SiCepat mendapatkan penilaian yang buruk dari pelanggan yaitu salah satunya kualitas karyawan yang kurang. Dari berbagai penilaian yang diberikan oleh pelanggan, SiCepat menilai adanya ratusan karyawan di seluruh manajemen dan departemen yang tidak memenuhi standar penilaian perusahaan. Sehingga perusahaan melakukan evaluasi kinerja karyawan dimana berdasarkan data yang diberikan pada tahunan 2022 dimana SiCepat memiliki 59.286 karyawan dan dari jumlah tersebut 0,61% karyawan terdampak evaluasi

penilaian kinerja karyawan. Hal tersebut terjadi karena para karyawan tidak memenuhi standar penilaian karyawan SiCepat Ekspres. Faktor selanjutnya yaitu persaingan yaitu persaingan yang ketat terhadap layanan sejenis. Dalam kualitas layanan yang diberikan oleh SiCepat masih kalah bersaing dengan kompetitornya yang memiliki reputasi yang lebih baik dalam ketepatan waktu pengiriman dan layanan pelanggan. Dalam segi harga kompetitor menawarkan harga yang lebih kompetitif dari SiCepat sehingga membuat perusahaan tersebut memiliki daya tarik bagi konsumen. Tidak hanya itu, gerai dan armada yang dimiliki oleh SiCepat masih tergolong cukup sedikit dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Sehingga layanan serupa tergolong lebih efisien dalam pengiriman paket dibandingkan SiCepat Ekspres.

Solusi yang dapat diberikan kepada SiCepat agar dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya adalah untuk dapat melakukan evaluasi kinerja terhadap karyawan-karyawan pada perusahaan SiCepat. Perusahaan juga dapat lebih meningkatkan standar pemilihan karyawan sehingga sumber daya manusia yang diperoleh lebih berkualitas (Fikri, 2020). SiCepat juga dapat memperbaiki sistem pengiriman paket agar paket terkirim dengan cepat dan aman kepada para konsumen. Tidak hanya itu, SiCepat juga dapat meningkatkan pelayanan agar

konsumen dapat lebih tertarik untuk menggunakan layanan dari SiCepat seperti memberikan bonus atau poin kepada para konsumen yang menggunakan SiCepat. SiCepat juga harus meninjau harga pasar dengan baik sehingga dari segi harga SiCepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Perusahaan jasa logistik merupakan layanan yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan pembelian online. Namun perusahaan SiCepat Ekspres mendapatkan banyak penilaian yang negatif terkait dengan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga menyebabkan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap jasa yang disediakan oleh SiCepat. Hal ini disebabkan oleh kualitas karyawan yang kurang, masalah operasional seperti pengiriman barang yang lama, dan persaingan yang ketat terhadap layanan sejenis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa SiCepat perlu mengambil tindakan evaluasi untuk meningkatkan layanan pengirimannya dan mengatasi masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini. SiCepat juga perlu memperbaiki sistem pengiriman paket agar paket dapat terkirim dengan cepat dan aman kepada konsumen. SiCepat juga perlu melakukan peninjauan ulang terhadap kualitas dan harga yang berada di

kalangan perusahaan sejenis agar dapat melakukan perbaikan terhadap perusahaan. Dengan melakukan hal ini, perusahaan Dapat meningkatkan daya saingnya dan meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada citra dan reputasinya.

UCAPAN TERIMA KASIH (Optional)

Terima kasih kami ucapkan kepada dosen pengampu Bapak Miftah El Fikri S.E., S. Si. Selaku dosen pengampu mata kuliah Start-up dan Perencanaan Bisnis atas bimbingan, dorongan, dan ilmu yang telah diberikan Beliau kepada kami selama penulisan artikel ini. Beliau telah memberikan wawasan yang sangat mendalam bagi perkembangan pengetahuan kami. Kami juga ingin berterima kasih kepada Sicepat Ekspres atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian ini. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada tim SiCepat yang telah memberikan bantuan dan informasi online selama penelitian. Kami menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kemajuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aprisia, G., & Riri, M. (2019).
PENGARUH CITRA
PERUSAHAAN
(CORPORATE IMAGE)

DAN PENANGANAN
KELUHAN (COMPLAINT
HANDLING) TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(LOYALITY) NATASHA
SKIN CARE DI KOTA
PADANG. *Sekolah Tinggi
Ilmu Ekonomi "KBP"*, 1-13.

Fikri, M. El, Andika, R., Febrina, T., Pramono, C., & Pane, D. N. (2020). Strategy to Enhance Purchase Decisions through Promotions and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart, Deli Serdang Regency, North Sumatera. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 5(11), 530–538. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2020.v05i11.002>

Fikri, M. El, Nasir, M., & Poluan, N. A. E. (2023). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DIGITALISASI PEMASARAN DESA. In *Universitas Negeri Medan*. <https://www.researchgate.net/profile/Miftah-El-Fikri/publication/335001453>

Fikri, M. El, Pane, D. N., & Safitri, F. (2020). Factors Influencing the Tourist Decision To Visit the Natural Attractions : a Case of Langkat Regency , North Sumatera Province , Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, VIII(12), 212–226. <http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2020/12/81212.pdf>

- Fitry, & Mustagfiroh. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas layanan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Word Of Mouth*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Harliadi. (2023, Oktober 22). *Pelayanan Buruk SiCepat*. Retrieved from <https://mediakonsumen.com/>: <https://mediakonsumen.com/2021/05/19/surat-pembaca/pelayanan-buruk-sicepat>
- INTANI, S. S. (2021). PROSEDUR PELAYANAN PENGIRIMAN BARANG PADA SICEPAT. <https://repository.uin-suska.ac.id/>, 1-50.
- Juliana, & Keni. (2021). Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. <http://repository.untar.ac.id/>, 110-121.
- Maulandi, R. (2022, Maret 16). *Sicepat Evaluasi Kinerja Pekerja, Berapa Yang Terdampak*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/>: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4912950/sicepat-evaluasi-kinerja-pekerja-berapa-yang-terdampak?page=2>
- Ravenska, J. (2016). PENGARUH PENANGANAN KELUHAN, PEMULIHAN LAYANAN DAN NILAI JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA GO-JEK (Studi Kasus Pada GO-JEK). *Osf.io*, 6-13.
- Tejanigtyas, R. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KOMPLAIN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *ejournal.lppm*, 108-133.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjokrowibowo, L. (2020). ANALISIS PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM RANGKA MEMBANGUN MINAT TRANSAKSI ULANG (Studi PT. Phillip Securities Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 149-156.