

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital ini, terjadi pertumbuhan pesat pada aktivitas belanja secara *online*. Salah satu penunjang pertumbuhan aktivitas belanja *online* ini adalah kemajuan teknologi yang menyebabkan kemudahan melakukan transaksi. Semua aktivitas jual beli produk dan jasa dapat dilakukan dengan mudah melalui situs-situs jual beli dengan berbagai konsep seperti *online shop*, *marketplace*, maupun *e-commerce* yang dengan mudah diakses menggunakan perangkat seperti komputer, atau perangkat *mobile* seperti *tablet* dan *smartphone*. Sehingga transaksi jual beli barang atau jasa dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Gaya hidup masyarakat utamanya di kota-kota besar dengan rutinitas pekerjaan yang banyak menyita waktu dan tenaga menyebabkan sebagian orang lebih suka berbelanja secara *online*. Keuntungan utama dari berbelanja *online* adalah harga barang yang cenderung lebih murah karena pedagang dapat menekan biaya operasional serta harga dapat dikomparasikan dengan cepat oleh pembeli. Selain itu, jarak tidak lagi menjadi hambatan dalam berbelanja. Para pelaku bisnis *online* masuk ke pasar dengan mudah, murah, dan tanpa batasan geografis. Pembeli dapat dengan mudah memilih bertransaksi dengan pedagang yang berada di berbagai lokasi di seluruh dunia. Selanjutnya, barang yang ditransaksikan akan dikirim melalui jasa kurir logistik.

Di Indonesia sendiri terdapat enam situs *marketplace* ternama yakni Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Lazada, JD ID, dan Blibli. Konsep *marketplace* adalah mengembangkan situs sebagai tempat bagi para penjual untuk menawarkan produk-produknya. Situs *marketplace* juga akan membantu mempromosikan barang dagangan para penjual dan memfasilitasi

transaksi pembayaran *online*. Jumlah kunjungan dan transaksi melalui situs-situs belanja *online* yang ada terus mengalami peningkatan yang signifikan. Di tahun 2016, nilai transaksi dari situs *marketplace* di Indonesia telah mencapai nilai 5,8 miliar USD, di tahun 2017 naik di angka 7,1 miliar USD, dan diestimasi naik terus mencapai angka 16,5 miliar USD di tahun 2022 (katadata.co.id). Di samping situs dengan konsep *marketplace* tersebut, transaksi jual beli *online* juga terjadi melalui konsep situs *onlineshop* yang dikelola secara mandiri atau di dalam situs jejaring sosial seperti instagram atau facebook, maupun melalui konsep *e-commerce*. Sehingga, nilai transaksi dari bisnis *online* ini cukup signifikan dan tumbuh dengan sangat pesat.

Studi oleh McKinsey memproyeksikan bahwa nilai dari pasar *e-commerce* Indonesia akan meningkat 8 kali lipat antara 2017-2022. Kemudian menurut situs bisnis.com, tren belanja produk elektronik via *online* di Shopee dalam 2 tahun meningkat hingga lebih dari 25 kali lipat, beberapa tren utama terkait pencarian dan pembelian produk elektronik di Shopee yaitu sekitar 60% pembelian elektronik dilakukan oleh pria, dengan produk yang paling diminati adalah *smartphone*, peralatan *gaming*, *speaker*, dan CCTV. Sedangkan produk yang paling sering dibeli oleh kalangan wanita adalah produk aksesoris, mesin jahit, dan polaroid. Hal ini dapat terjadi karena tren pembelian secara *online* meningkat dan hampir selalu lebih murah daripada pembelian di toko konvensional

Pada setiap transaksi barang secara *online* hampir dipastikan membutuhkan dukungan dari jasa kurir logistik untuk mengirimkan barang yang sudah ditransaksikan. Perusahaan jasa kurir logistik di Indonesia ada yang dikelola oleh perusahaan swasta dan BUMN. Perusahaan jasa kurir logistik yang diusahakan oleh swasta antara lain yaitu Tiki, JNE, J&T, Wahana, dan lain-lain. Sedangkan perusahaan jasa kurir logistik yang diusahakan oleh BUMN adalah PT. Pos Indonesia. Jika bisnis *online* terus

bertumbuh, dapat diperkirakan kebutuhan jasa kurir logistik akan semakin meningkat pula.

Diduga, ada banyak faktor yang belum terungkap yang mempengaruhi pemilihan jasa kurir logistik bagi pelanggan dalam transaksi *online*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih jasa kurir. Pada penelitian terdahulu, Ligar dan Banowosari (2018) menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk membantu pengambilan keputusan memilih jasa kurir logistik (JNE, Tiki, dan PT. Pos Indonesia) pada *e-commerce*.

Metode *Analytic Network Process* (ANP) mengatasi perbedaan struktur pada metode AHP dengan mengakomodasi struktur kriteria dan subkriteria dalam bentuk jaringan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan digunakan metode ANP dan AHP untuk memetakan hubungan antar faktor dan menentukan hubungan dan bobot antar faktor untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pemilihan jasa kurir logistik. Pelanggan jasa kurir logistik dalam penelitian ini dikategorikan sebagai pemilik bisnis *onlineshop* yang dapat memutuskan perusahaan jasa kurir logistik yang akan digunakan dengan kategori produk *gadget*. Diharapkan, penelitian yang dilakukan akan dapat membantu perusahaan kurir logistik agar dapat melakukan perbaikan-perbaikan yang dibutuhkan untuk bersaing dan mengembangkan bisnisnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diuraikan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja kriteria yang dipertimbangkan dalam pemilihan layanan jasa logistik menurut pedagang *gadget online* di Surabaya?

2. Apa pilihan jasa kurir logistik yang terbaik menurut pedagang *gadget online* di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui kriteria apa saja yang dipertimbangkan dalam pemilihan layanan jasa logistik menurut pedagang *gadget online* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pilihan jasa kurir logistik yang terbaik menurut pedagang *gadget online* di Surabaya.

1.4 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian dibutuhkan batasan masalah. Pembatasan masalah mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi dengan penggunaan 4 (empat) jasa kurir berdasarkan *Top Brand Award* 2018 kategori *service* (jasa kurir) yaitu: JNE, J&T, TIKI dan Pos Indonesia karena perusahaan-perusahaan jasa kurir tersebut dapat mengirimkan paket didalam kota maupun diluar kota Surabaya.
2. Penelitian hanya dilakukan di kota Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjabaran tentang langkah-langkah untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, sistematika penulisan yang terdiri dari enam bab ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan gambaran umum dari penelitian ini. Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai dasar teori-teori yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisi tentang hasil dari interpretasi data, hasil kuesioner, dan pengolahan data dengan metode ANP dan AHP.

BAB V Analisa Data

Bab ini berisi tentang uraian hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tahap penarikan kesimpulan dan saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya.