

Analisis Sistem Informasi Berbasis *Website* Pada Perusahaan Ekspedisi POS Indonesia, J&T Ekspress, dan JNE

Fitriyah¹, Aji Prasetya Wibawa²

^{1,2} Pendidikan Kejuruan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang

[1](mailto:fitrifitriyah03@gmail.com), [2wibawaaji.prasetya.ft@um.ac.id](mailto:wibawaaji.prasetya.ft@um.ac.id)

ABSTRAK

Teknologi Informasi berperan sebagai sarana transaksi dua elemen bisnis *online*, yaitu dalam memberikan fasilitas media berupa internet. *Website* yang disediakan sebagai tempat konsumen memilih barang-barang yang inginkan, kemudian pada transaksi ini pun dibutuhkan teknologi lain untuk mendukung bisnis *online* tersebut, yaitu media komunikasi, media pembayaran konsumen dengan produsen, dan jasa ekspedisi dalam pengiriman barang seperti Pos Indonesia, J&T Ekspress dan Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan eksplorasi terhadap ketiga situs web penyedia jasa layanan ekspedisi. Hasil penelitian bisa digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan sistem informasi yang lebih baik.

Kata kunci: sistem informasi, *website*, ekspedisi

ABSTRACT

Information technology acts as a means of transactions for two elements of online business, namely in providing media facilities in the form of the internet. The web is provided as a place for consumers to choose the goods they want, then in this transaction other technologies are needed to support the online business, namely communication media, consumer payment media with producers, and expedition services in the delivery of goods such as Pos Indonesia, J&T Express and Nugraha Ekakurir (JNE) Line. The purpose of this study is to explore the three websites of courier service providers. The results of the research can be used as a reference in developing a better information system.

Keywords: *information systems, websites, expeditions*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berdampak pada pertumbuhan ekonomi dibidang bisnis *e-commerce* [1]. Sehingga permintaan konsumen terhadap bisnis jasa ekspedisi semakin meningkat [2]. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menyediakan jasa ekspedisi yang bisa menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan pengiriman barang diantaranya POS Indonesia, JNE [3], dan J&T Express [4]. Dengan berkembangnya bisnis di jasa ekspedisi, disisi lain akan menimbulkan beberapa permasalahan tersendiri yang harus dihadapi oleh masing-masing perusahaan yang bergerak dibidang bisnis jasa ekspedisi [5].

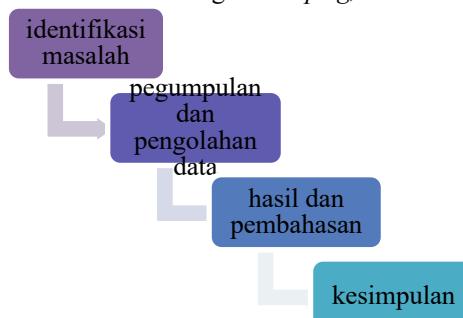
POS Indonesia merupakan salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa ekspedisi yang sudah memiliki beberapa cabang di seluruh Indonesia [6]. Hal ini bisa menjadi keuntungan bagi POS Indonesia. Setiap tahunnya mengalokasikan pengembangan teknologi informasi setidaknya di atas 50 miliar rupiah, yang mana saat ini perusahaan sudah berhasil menghubungkan secara virtual lebih dari 3700 kantor dan 6200 agen [7]. Akan tetapi hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil survey *Top Brand Award* di tahun 2018. Berdasarkan hasil survey *Top Brand Award* yaitu: 1) JNE 45.0%, 2) J&T 13.9%, 3) TIKI 13.6%, 4) POS Indonesia 11.6% [3]. Artinya, POS Indonesia masih kurang dipercaya oleh masyarakat dibandingkan J&T Express dan JNE.

Sistem informasi berbasis *website* merupakan salah satu bentuk interaksi perusahaan dengan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor sistem informasi berbasis web pada perusahaan ekspedisi POS Indonesia, JNE, dan J&T Ekspress.

Sehingga diharapkan pertanyaan mengapa PT POS kurang mendapat kepercayaan dari masyarakat dapat terjawab.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian observasi partisipasi pasif. Metode ini bertujuan untuk mengungkap permasalahan dalam kehidupan masyarakat sebagai suatu kebijakan yang digunakan demi kesejahteraan bersama [8]. Observasi parsitipasi (*participant observation*) merupakan metode pengumpulan dimana peneliti terlibat dalam pengamatan langsung [9]. Observasi Parsitipasi dilakukan oleh peneliti dengan mengunjungi *website* yang diaamati, namun tidak ikut terlibat dalam pembuatan *website*. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu 2 minggu dengan membandingkan *website* Pos Indonesia, J&T Express, dan JNE pada situs *website* menggunakan *search engine* dengan alamat situs <https://posindonesia.co.id>, <https://jet.co.id>, dan <https://jne.co.id>. Observasi juga dilakukan dengan menggunakan *Google Trends* untuk mencari kata kunci alternatif dengan melihat dan membandingkan *website* dilihat dari kategori *Shooping, Business & industrial*, dan *Financial*.



Gambar 1. Langkah penelitian kualitatif [10]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi peneliti di masing-masing *website* <https://posindonesia.co.id>, <https://jet.co.id>, dan <https://jne.co.id>. pada tanggal 03 Maret 2020

Tabel 1. Perbandingan fitur POS, JNE, dan J&T

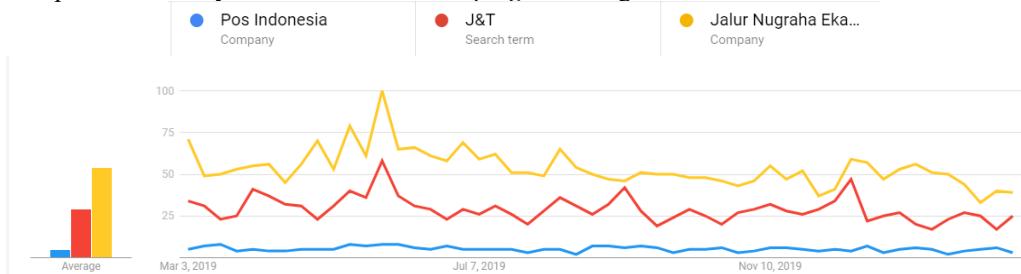
| Fitur | POS | JNE | J&T |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|
| cek harga | ada | ada | ada |
| bahasa yang ditampilkan | Indonesia | Indonesia | Inggris |
| lacak kirim | ada | ada | ada |
| Hotline | ada | ada | ada |
| pilihan bahasa | 2 bahasa | 2 bahasa | 3 bahasa |
| program slider | ada | ada | ada |
| cek lokasi terdekat | ada | ada | ada |
| menu pilihan | ada | ada | ada |
| kolom pencarian | ada | ada | tidak ada |

Berdasarkan hasil observasi pada tabel 1, rata-rata semua *website* ekspedisi POS Indonesia, J&T express dan JNE memiliki fitur yang sama. Hanya saja pada fitur pilihan bahasa pada J&T

Express ada tiga pilihan bahasa yaitu bahasa Inggris, bahasa Indonesia dan bahasa China, sedangkan J&T Express dan JNE memiliki dua jenis bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Pada penelitian menggunakan *Google Trends* dilakukan dengan tiga kali yaitu berdasarkan kategori *shopping*, *business & industrie*, dan *financial*. Penentuan warna pada grafik yang dihasilkan *Google Trends*, untuk warna biru Pos Indonesia, warna merah J&T Express, dan warna kuning JNE.

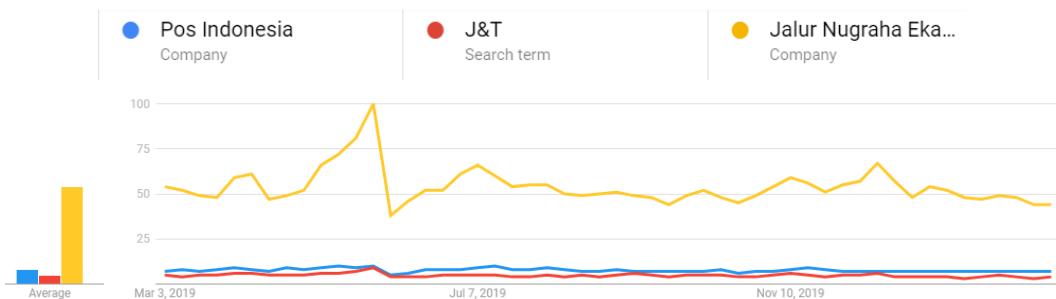
Observasi menggunakan *Google Trends* dalam tahap membandingkan ketiga *website* dari ekspedisi JNE, J&T Express dan POS Indonesia diperoleh hasil sebagai berikut. Kategori pertama yaitu peminatan masyarakat berdasarkan *Shopping* dari ketiga *website* 12 bulan terakhir.



Gambar 2. Grafik perbandingan website menggunakan *google trends* berdasarkan *shopping*[11]

Hasil pembahasan *google trends* yang diakses pada tanggal 03 Maret 2019 berdasarkan kategori *shopping* selama tanggal 3 Maret 2019 sampai 23 Februari 2020 pada pencarian POS Indonesia, J&T Express dan JNE diperoleh data JNE dengan jumlah pengunjung 2794, J&T Express dengan jumlah pengunjung 1514 dan POS Indonesia dengan jumlah pengunjung 271. JNE menempati posisi paling tinggi karena perusahaan JNE menjalin kerjasama dengan *e-commerce* *Shopee* untuk membuat layanan Free Ongkir atau gratis ongkos kirim ke berbagai wilayah Indonesia [12]. Selain itu JNE memberikan garansi atau jaminan penggantian dengan nilai maksimal sepuluh kali dari ongkos kirim apabila terjadi kerusakan ataupun kehilangan barang dalam pembelian online dengan syarat konsumen telah mengitu biaya asuransi [13].

Kategori peminatan masyarakat berdasarkan *Business & Industrial* dari ketiga *website* 12 bulan terakhir.

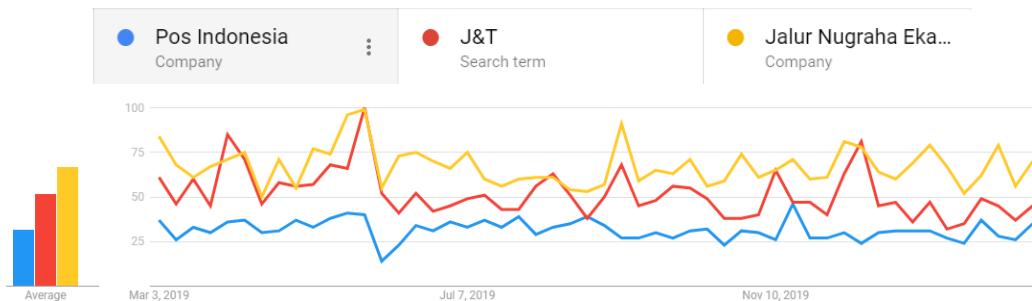


Gambar 3. Grafik perbandingan website menggunakan *google trends* berdasarkan *business & industrial* [14]

Hasil pembahasan *google trends* yang diakses pada tanggal 03 Maret 2019 berdasarkan kategori *Business & Industrial* selama 12 bulan terakhir, diperoleh data JNE dengan jumlah pengunjung 2803, J&T Express dengan jumlah pengunjung 250 dan POS Indonesia 397 dengan jumlah pengunjung 271. JNE lebih unggul di kategori *Business & Industrial* dikarenakan sudah memiliki citra merek yang baik terhadap keputusan pembelian online dalam menggunakan jasa kurir JNE. Citra merek dinilai dari beberapa aspek yaitu mudah diingat, mudah disukai, mudah

dikembangkan dan terlindung [15]. Perkembangan JNE yang sangat cepat dikenal oleh masyarakat tentunya memiliki trik bisnis tersendiri dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Terbukti pada hari jadi JNE yang ke dua puluh tujuh telah diselenggarakan secara besar-besaran di Kota Malang dengan tema: Mewarnai Indonesia, yang dapat memecahkan Rekor MURI mewarnai 1.270 payung [16].

Kategori peminatan masyarakat berdasarkan *Financial* dari ketiga website 12 bulan terakhir



Gambar 4. Grafik perbandingan website menggunakan *google trends* berdasarkan *financial* [17]

Hasil pembahasan berdasarkan *google trends* yang diakses pada tanggal 03 Maret 2020 berdasarkan kategori Finance selama 12 bulan terakhir. Diperoleh data JNE menempati posisi paling tinggi dengan jumlah pengunjung 3497 diantara J&T Express dengan jumlah pengunjung 2693 dan POS Indonesia dengan jumlah pengunjung 1637. JNE juga menawarkan garansi berupa uang kembali (biaya pengiriman) apabila barang yang dikirim tidak sampai pada keesokan harinya pada pengiriman paket YES (Yakin Esok Sampai) [16]. Perusahaan jasa logistik dan distribusi akan terus berkembang selama orang-orang masih memakai hasil produksi, apalagi perekonomian yang semakin meningkat, permintaan ke sektor jasa ekspedisi akan semakin tinggi. Nilai pasar logistik JNE di Indonesia mencapai 2.100 triliun pada tahun 2018 [16].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa JNE pada tanggal 03 Maret 2019 sampai 23 Februari 2020 mulai mendominasi logistik dan transportasi pengiriman jasa ekspedisi di Indonesia. Padahal POS Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang lebih dulu berkiprah di bidang jasa ekspedisi. JNE dapat unggul dikarenakan bekerjasama dengan *e-commerce* dalam pengiriman barang yang memiliki program gratis ongkos kirim di seluruh Indonesia. JNE juga menawarkan garansi berupa uang kembali (biaya pengiriman) apabila barang yang dikirim tidak sampai pada keesokan harinya pada pengiriman paket YES (Yakin Esok Sampai). Untuk menarik perhatian masyarakat JNE selalu mengadakan *event* menarik seperti perayaan ulang tahun setiap tahunnya.

Adanya persaingan dari perusahaan penyedia jasa ekspedisi berdampak pada tingginya permintaan pengiriman barang sehingga menuntut perusahaan untuk memiliki strategi khusus. Semakin besarnya integritas kebutuhan perusahaan maka perlu sebuah sistem yang bisa memenuhinya. Melalui sistem informasi perusahaan jasa ekspedisi berbasis web dapat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi secara *online* yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. S. Utami, "PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PERKEMBANGAN BISNIS," *J. Akuntasi dan Sist. Teknol. Inf.*, vol. 8, no. 1, pp. 61–67, 2010.

- [2] R. Mangiaracina, G. Marchet, S. Perotti, and A. Tumino, “A Review of the environmental implication of B2C e-commerce: a logisticss perspective,” *Int. J. Phys. Distrib. Logist. Manag.*, vol. 45, no. 6, pp. 1–29, 2015, doi: 10.1108/09600035199500002.
- [3] A. Subarka and E. D. Susanti, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI J&T EXPRESS,” *J. Bisnis Indones.*, vol. 10, no. 1, pp. 92–104, 2019.
- [4] Choirunnisa’, N. Rachman, and M. Hufron, “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo,” *e-jurnal Ris. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 46–58, 2018.
- [5] E. P. Kusumah, “Respon Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan, Penerimaan Teknologi ‘Tracking System’ Dan Harga Pada Industri Jasa Pengiriman,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 13, no. 2, pp. 111–118, 2019, doi: 10.32812/jibeka.v13i2.146.
- [6] A. N. Suryani, S. Gustini, and I. Rakhmalina, “Pengaruh persepsi terhadap keputusan konsumen di sekayu kabupaten musi banyuasin dalam memilih jasa ekspedisi j&t express,” *J. Adminika*, vol. 5, no. 2, pp. 28–42, 2019, doi: ISSN: 2442-3343.
- [7] A. Puspitasari, M. Jamal, and N. Hasanah, “INOVASI LAYANAN PT . POS INDONESIA DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA MENJAGA EKSISTENSI DI ERA PERSAINGAN GLOBAL,” *Ilmu Pemerintah*, vol. 7, no. 2, pp. 647–660, 2019.
- [8] N. Nilamsari, “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif,” *J. Wacana*, vol. 14, no. 2, pp. 177–181, 2014, [Online]. Available: 143-455-1-PB (1).pdf.
- [9] C. Höjholt and D. Kousholt, “Participant Observations of Children’s Communities-Exploring Subjective Aspects of Social Practice,” *Qual. Res. Psychol.*, vol. 11, no. 3, pp. 316–334, 2014, doi: 10.1080/14780887.2014.908989.
- [10] S. D. Anggadini, “Analisis Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer dalam Proses Pengambilan Keputusan,” *Maj. Ilm. Unikom*, vol. 11, no. 2, pp. 176–187, 2013.
- [11] “Komparasi menggunakan google trends berdasarkan kategori shopping.” <https://trends.google.com/trends/explore?cat=18&geo=ID&q=%2Fm%2F09ggzhg,J%26Texpress,%2Fm%2F063zzdw> (accessed Apr. 07, 2021).
- [12] A. Andoyo and A. Sujarwadi, “Sistem Informasi Berbasis Web Pada Desa Tresnomaju Kecamatan Negerikaton Kab. Pesawaran,” *J. TAM (Technology Accept. Model)*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2015.
- [13] A. Sulthoni and U. Achlison, “SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PEMASARAN HASIL PERTANIAN DESA KLUWAN BERBASIS WEB,” *J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 53–56, 2015, [Online]. Available: <http://journal.stekom.ac.id/index.php/bisnis/article/view/151>.
- [14] “Komparasi menggunakan google trend erdasarkan kategori bussiness & Industrial.” <https://trends.google.com/trends/explore?cat=12&geo=US&q=%2Fm%2F09ggzhg,J%26TEkspress,%2Fm%2F063zzdw> (accessed Apr. 07, 2021).
- [15] E. Setiawan, “pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi HargaTerhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kurir JNE, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat,” *J. Transparansi*, vol. 1, no. 2, pp. 166–178, 2018.
- [16] “Geliat JNE di Tengah Pusaran Persaingan.” <https://swa.co.id/swa/trends/marketing/geliat-JNE-di-Tengah-Pusaran-Persaingan>.

jne-di-tengah-pusaran-persaingan (accessed Apr. 07, 2021).

- [17] “Komparasi menggunakan google trends berdasarkan kategori financial.”
<https://trends.google.com/trends/explore?cat=7&geo=ID&q=%2Fm%2F09ggzhg,J%26Texpress,%2Fm%2F063zzdw> (accessed Apr. 07, 2021).