BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media online di Indonesia terus meningkat dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari lahirnya media – media online baru yang memiliki fitur-fitur baru, keunikan, serta inovasi-inovasi dari media online yang sudah ada serta yang masih baru. Media online yang saat ini sedang berlomba-lomba berusaha menarik hati para pengguna nya adalah *e-commerce*, perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. *E-Commerce* merupakan bagian dari e-business. Secara umum, seorang konsumen yang akan berbelanja online melalui internet memerlukan teknologi atau infrastruktur internet untuk mencari tahu tentang toko online atau webstore. Di sisi penjual atau penyedia jasa E-Commerce dapat melakukan pengumpulan informasi, misalnya data mengenai konsumen dimana seorang konsumen biasanya diminta untuk menjadi member terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi lebih lanjut (Kosasi, 2015)

e-commerce adalah sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-Commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *e-commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang (Irmawati, 2011). Selanjutnya *electronic commerce* sebagai*: "The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction"* (Achjari, 2011). Dari definisi tadi, ada tiga poin utama dalam electronic commerce yaitu pertama, adanya proses baik penjualan maupun pembelian seca-ra elektronis. Kedua, adanya konsumen atau perusahaan. Terakhir, jaringan penggunaan komputer secara on-line untuk melakukan transaksi bisnis.

Perkembangan perdagangan *online* atau *e-commerce* yang melaju pesat menjadi sebuah fenomena baru dalam ekonomi di Indonesia. Laju perdagangan pada bisnis online atau *e-commerce* yang sangat pesat, menjadi satu fenomena baru dalam sistem perekonomian dari Sabang hingga Merauke. Fakta ini telah memberikan lebih banyak dampak positif dalam mensejahterakan pemerataan ekonomi secara digital hingga ke wilayah pedesaan. Mengapa? Karena hal ini terkait dengan kondisi negara Indonesia yang sangat luas, yakni lebih dari 16.000 pulau dengan jumlah penduduk melebihi 240 juta jiwa. Hal ini diharapkan dapat mensejahterakan pemerataan ekonomi secara digital di Indonesia. *e-commerce* saat ini terbukti menjadi sebuah media bagi masyarakat luas untuk mengembangkan bisnisnya, dengan menggunakan media ini kesempatan calon konsumen untuk membeli produk mereka bertambah tinggi karena masyarakat yang diluar kota yang ia tempati pun dapat melihat dan membeli produk mereka, ini menjadi tantangan tersendiri bagi negara agar dapat melakukan pemerataan pembangunan ekonomi pada segala bidang.

Melihat suksesnya para pengguna e-commerce untuk mengembangkan bisnis masyarakat Indonesia dan sampai saat ini pun masih terus meningkat tentunya sangat berdampak bagi fenomena perkembangan industri jasa pengiriman barang yang semakin pesat dewasa, hal ini dikarenakan permintaan konsumen yang semakin meningkat dalam jasa pengiriman barang, hal ini menimbulkan bertambah banyaknya perusahaan yang memasuki pasar jasa untuk dapat bersaing dan bertahan. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat, aman dan terjamin (Putri, 2019). Menghadapi kenyataan banyaknya jasa pengiriman barang yang sejenis dengan kualitas yang beragam dan selera konsumen yang mudah berganti serta munculnya pesaing-pesaing baru, dampaknya adalah semakin banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang ditawarkan dalam bentuk pelayanan yang beragam. Pada kondisi seperti ini menyebabkan pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan pembelian dalam rangka memenuhi

kebutuhannya, sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan konsumen/pelanggan.

Karena fenomena ini perusahaan jasa pengiriman barang pun bertambah banyak. Berikut adalah data Perusahaan jasa pengiriman barang dan tahun berdirinya :

Tabel 1.1 Daftar perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Tahun Berdiri
1	POS Indonesia	1746
2	TIKI	1970
3	JNE Express	1990
4	Pandu Logistics	1992
5	Wahana	1998
6	SiCepat	2004
7	First Logistics	2007
8	Pahala Express	2008
9	Lion Parcel	2013
10	J&T Express	2015

Sumber : (https://berdu.id)

Dari perusahaan-perusahaan yang ada pada tabel diatas, perusahaan jasa pengiriman barang yang akan dibahas lebih dalam adalah perusahaan jasa pengiriman barang yang baru mulai terkenal saat-saat ini yaitu Lion Parcel. Lion Parcel sendiri berdiri dari 14 Februari 2013 tetapi baru mulai disadari oleh masyarakat luas di tahun-tahun ini, sebagai perusahaan pengiriman jasa yang baru dibidangnya tentunya Lion Parcel memiliki pesaing-pesaing kuat yang sudah berdiri lebih lama dari Lion Parcel seperti perusahaan-perusahaan pada tabel diatas. Lion Parcel sendiri sudah memiliki cabang hampir di seluruh kota di Indonesia sehingga sangat memungkinkan mengirimkan barang ke seluruh tempat di Indonesia yang dituju melalui jasa Lion Parcel ini. Selain itu di tahun 2019

perusahaan jasa kurir anak perusahaan Lion Air Group, Lion Parcel, menargetkan pengiriman volume pengiriman barang naik dua kali lipat menjadi empat juta ton pada 2019 dari dua juta ton pada tahun sebelumnya. Selain itu PT. Lion Express dengan merk dagang Lion Parcel meluncurkan program promo edisi khusus Dua Kilo Irit (Duit) yang berlaku mulai 20 Juni 2019 hingga akhir September 2019 yang lalu untuk menarik perhatian para konsumen nya, Program Dua Kilo Irit memberikan pelayanan yang lebih kompetitif dengan cara mengenakan biaya charge 1 kg untuk pengiriman sebanyak 2 kg kepada Online Sellers atau UKM (*retail*). Melalui program ini diharapkan dapat lebih banyak lagi penjual terutama online sellers mengenal lebih (*awareness*) tentang Lion Parcel serta dapat mencapai target pengiriman hingga 10 juta Kg di tahun 2019. Selain itu juga Lion Parcel dapat membantu UKM untuk berkembang karena pengiriman menyentuh daerah-daerah terpencil,

Pada penelitian ini Cabang Lion Parcel yang akan diteliti adalah Lion Parcel yang berada di Purwokerto, di Purwokerto sendiri Lion Parcel memiliki dua cabang sebagai berikut :

Tabel 1.2 Daftar cabang Lion Parcel di Purwokerto

Tahun Berdiri	**Nama**	**Alamat**
2014	Lion Parcel (pusat)	Jl. Komisaris Bambang Suprapto 96, Purwokerto
2019	Lion Parcel	Jl. Jendral Sudirman 874, Purwokerto

Sumber : Hasil pengamatan, 2020.

Tabel 1.2 terlihat bahwa cabang Lion Parcel di purwokerto sudah berdiri sejak Tahun 2014, cabang yang akan diteliti adalah cabang Lion Parcel Purwokerto yang berada di Jl. Jendral Sudirman 874, Purwokerto, Jawa Tengah.

Gambar 1.1 Lion Parcel Purwokerto

Lion Parcel perlu strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dipasar. Pengelolaan dan manajemen Lion Parcel ini masih dilakukan langsung oleh pihak pemilik. Lion Parcel dalam melakukan kegiatan bisnis memiliki beberapa pesaing. Berikut merupakan data perusahaan jasa pengiriman barang yang ada di Purwokerto :

Tabel 1.3 Daftar pesaing Lion Parcel di Purwokerto

No	**Nama Perusahaan**	**Jumlah Cabang di Purwokerto**
1	POS Indonesia	2
2	TIKI	20
3	JNE Express	6
4	Pandu Logistics	1
5	Wahana	5
6	SiCepat	2
7	First Logistics	1
8	Pahala Express	1
9	Lion Parcel	2
10	J&T Express	2

Sumber : daftar cabang setiap perusahaan jasa pengiriman barang di Purwokerto tahun 2019 (www.google.com)

Tabel 1.3 terlihat bahwa jumlah cabang yang dimiliki beberapa perusahaan jasa pengiriman barang di kota Purwokerto cukup berkembang, lalu belum lagi dengan beberapa agen travel yang sudah cukup dikenal di Purwokerto yang menawarkan jasa pengiriman barang juga untuk beberapa kota yang ditujunya seperti Tri Kusuma Travel, Bintang Wijaya, Qyta Trans. Hal ini tentunya menyebabkan persaingan yang cukup tinggi sehingga Lion Parcel diharuskan melakukan strategi untuk memikat para pelanggan nya. (Fred R. David, 2011) berpendapat bahwa strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai oleh perusahaan. Sebagai sebuah perusahaan Lion Parcel harus mampu menganalisis lingkungan bisnisnya, lingkungan bisnis merupakan faktor-faktor yang banyak mempengaruhi bisnis yang dilakukan dalam dunia perdagangan. Menurut (Sugiman, Novita, & Widjaja, 2014) lingkungan bisnis yang dapat mempengaruhi suatu usaha dagang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Penilaian Internal mencakup aspek oprasional, aspek pemasaran, aspek sumber daya, dan aspek keuangan. Penilaian Eksternal mencakup pendatang baru, pembeli yang kuat, persaingan di antara para anggota industri. *Strength* dan *weakness* terkait dengan lingkungan internal perusahaan, sedangkan *opportunities* dan *threats* terkait dengan lingkungan eksternal perusahaan. berikut merupakan analisis SWOT yang dimiliki Lion Parcel Purwokerto dibandingkan dengan para pesaingnya:

Tabel 1.4 SWOT Lion Parcel

SWOT	Lion Parcel
Kekuatan (strength)	Armada yang jelas untuk pengiriman ke hampir seluruh destinasi penerbangan di Indonesia menjadi salah satu faktor penentu lancar tidaknya kiriman tiba di tempat tujuan. Karena menggunakan armada sendiri, tentu kecepatan dan keamanan paket lebih terjamin. Melayani secara *door to door* : Cukup menghubungi kontak layanan service Lion Parcel, kurir segera datang di depan pintu untuk mengambil paket yang akan anda kirimkan.

	Mudah di *track* : Keberadaan paket atau dokumen Lion Parcel bisa dipantau dan dilacak dengan teknologi canggih yang telah disiapkan. Para costumer cukup mengunjungi lionparcel.com dan memonitornya lewat android atau laptop masing-masing. Metode pengiriman yang variatif : Lion Parcel memiliki banyak metode pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan para costumer. Tarif yang sangat terjangkau : Dengan dukungan ratusan maskapai yang beroperasi, menjadikan Lion Parcel bisa menetapkan biaya pengiriman yang terjangkau dan lebih murah. Kompromi berat timbangan yang lebih tinggi : Paket dengan berat 1.49 Kg masih tetap dihitung 1 Kg saja. Lokasi mudah dijangkau : Lokasi Lion Parcel tepat di pinggir jalan utama di Purwokerto yaitu di jalan Jendral Sudirman Perusahaan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan. Parkiran luas
Kelemahan (weakness)	Lion Parcel sangat ketat dalam hal packaging : apabila packaging suatu barang tidak memenuhi syarat maka tidak akan diterima Belum terlalu terkenal apabila dibandingkan dengan beberapa pesaing Lion Parcel Sampai saat ini belum bekerja sama dengan beberapa *e-commerce* besar seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Laptop yang digunakan terkadang bermasalah sehingga mengganggu proses transaksi. Kurangnya promosi untuk meningkatkan kesadaran dan mencuri perhatian masyarakat. Kinerja karyawan yang kurang cepat karena belum terlalu terampil
Peluang (opportunities)	Semakin banyaknya pedagang yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang ke luar kota atau pulau Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru

	Kemajuan teknologi memperluas jaringan pelayanan pada Lion Parcel Jasa pengiriman barang banyak dibutuhkan oleh berbagai industri Pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa perusahaan
Ancaman (threatness)	Banyak dibukanya cabang-cabang baru perusahaan pesaing di Purwokerto Promo – promo yang ditawarkan pesaing menarik pelanggan Lion Parcel Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing Bencana alam

Untuk dapat mengembangkan strategi terkait dengan *strength, weakness, opportunities*, dan *threats*, maka perusahaan dapat menggunakan bantuan analisis SWOT. Analisa SWOT tersebut nantinya dikumpulkan dan dipaparkan dalam matriks SWOT guna membantu pengembangan strategi yang akan dilakukan perusahaan. Untuk mengetahui keadaan internal dan eksternal, tingkat persaingan yang sangat tinggi pada jasa pengiriman barang di Purwokerto maka dibutuhkan strategi untuk mengambangkan bisnis ini ditengah persaingan yang tinggi ini, melihat keadaan ini maka peneliti mengajukan sebuah penelitian yang berjudul " ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN LION PARCEL PURWOKERTO"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Lion Parcel cabang Purwokerto?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1) Mengetahui strategi yang tepat untuk mengembangkan Lion Parcel cabang Purwokerto

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen strategi pengembangan usaha, khususnya strategi pengembangan *Lion Parcel* di Purwokerto.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait penerapan strategi pengembangan usaha.

3. Bagi Peneliti lain.

Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan di bidang strategi pengembangan usaha dengan mengambil penelitian sama akan tetapi dengan perusahaan yang berbeda.