

Perbandingan Logistik Internasional Antara Jasa Pengiriman Pos Indonesia Dengan FedEx Semasa Covid-19

Immanuel Zai¹, Felicia Koo², Angela³, Andreas Yoshiro Ogawa⁴, Cindy Fransiska⁵,
Desmond Lim⁶, Ekklesia⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Fakultas Bisnis dan Manajemen, Manajemen, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Email: ¹immanuel.zai@uib.edu, ²feliciakoo.fk@gmail.com, ³angela.chua8899@gmail.com,

⁴andreasoshiroogawa@gmail.com, ⁵cindyfransiskaa.cf@gmail.com,

⁶dezmondlim52@gmail.com, ⁷eklesia50@gmail.com

Abstrak— Penelitian ini dilaksanakan dengan dasar pandemi Covid-19, menyebabkan nilai globalisasi dan digitalisasi meningkat serta memaksa pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam bisnisnya. Pelaku usaha harus menjaga kualitas layanan agar tidak kehilangan pelanggan serta sukses dalam menjalankan usaha. Khususnya dalam dunia bisnis logistik, kualitas layanan dari perusahaan dapat dinilai dari aspek tarif pengiriman, waktu dan durasi pengiriman, pemanfaatan teknologi serta jangkauan pengiriman. Berdasarkan hasil analisis penulis, terbukti bahwa selama masa pandemi, terjadi penurunan omset dari objek peneliti yaitu Pos Indonesia dan FedEx yang melayani logistik dengan skala internasional. Selain itu, inovasi yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam bentuk aplikasi untuk memudahkan layanan dari dan ke pelanggan, penjemputan paket yang dilakukan oleh Pos Indonesia langsung ke lokasi pengirim serta efisiensi kerja yang dilakukan oleh FedEx demi mengurangi mobilitas dan potensi penyebaran virus.

Kata Kunci: Logistik, Pandemi, Layanan, Teknologi, Pengiriman.

Abstract— This research was carried out on the basis of the Covid-19 pandemic, causing the value of globalization and digitalization to increase and forcing business actors to innovate in their business. Business actors must maintain service quality so as not to lose customers and be successful in running a business. Especially in the world of logistics business, the quality of service from the company can be assessed from the aspect of shipping rates, delivery time and duration, technology utilization and delivery range. Based on the results of the author's analysis, it is evident that during the pandemic, there was a decline in the turnover of the research object, namely Pos Indonesia and FedEx, which serve logistics on an international scale. In addition, the innovations made by each company are by utilizing digital technology in the form of applications to facilitate services to and from customers, parcel pick-ups carried out by Pos Indonesia directly to the sender's location and work efficiency carried out by FedEx to reduce mobility and potential spread of the virus.

Keywords: Logistics, Pandemic, Service, Technology, Shipping.

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat dan begitu juga dengan pola hidup masyarakat yang semakin modern seiring dengan berkembangnya teknologi. Hal ini menjadikan para pelaku bisnis semakin kreatif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen serta berkompetisi dalam menguasai pangsa pasar. Dalam aktivitas perekonomian, selain industri manufaktur yang paling mendominasi, industri jasa juga merupakan industri yang dapat memberikan kontribusi dalam pendapatan nasional, salah satunya yaitu sektor jasa pengiriman. Sektor ini telah mengalami perkembangan seiring dengan maraknya transaksi online atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*.

Maraknya *e-commerce* pada belakangan ini dikarenakan munculnya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan toko *offline* menjadi tidak stabil. Covid-19 mulai merebak di seluruh dunia pada akhir tahun 2019 dan mempengaruhi aspek dalam kehidupan global. *e-commerce* menjadi pilihan alternatif yang paling banyak digunakan oleh masyarakat pada kondisi pandemi ini. Hal ini dikarenakan beragamnya variasi produk, mudah untuk diakses dimanapun dan kapanpun serta mengurangi adanya kontak fisik. meningkatnya penggunaan *e-commerce* akan sejalan dengan meningkatnya jasa pengiriman. Persaingan ketat antar industri jasa pengiriman pun terjadi baik badan usaha swasta, nasional maupun internasional seperti Pos Indonesia, FedEx, JNE, TIKI, J&T dan sebagainya.

Agar dapat bertahan dalam persaingan ketat ini, menuntut perusahaan jasa pengiriman melakukan diferensiasi jasa sebagai salah satu strategi. Salah satu faktor yang paling mempengaruhi penggunaan jasa pengiriman yaitu *service quality*. *Service quality* dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen. Konsumen yang puas dengan service yang diberikan cenderung lebih royal dan tidak mudah untuk beralih ke jasa pengiriman lainnya, serta berpotensi menyebarkan pengalaman positif yang dialaminya kepada orang sekitarnya. Konsumen akan menilai performa *service quality* rendah apabila persepsi konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi ketika mereka mencoba *service quality* tersebut. dan sebaliknya (Japariato, 2018). Perusahaan dapat memberikan *service*

quality berupa ketepatan dan kecepatan dalam pengiriman. Estimasi produk tiba di tempat tujuan menjadi patokan untuk para konsumen untuk mengetahui apakah *service* yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, ketepatan waktu dalam pengiriman menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Hafizha et al., 2019).

Selain faktor *service quality* dan ketepatan dalam pengiriman, *price* juga menjadi faktor yang penting dalam pengambilan keputusan konsumen. *Price* yang ditawarkan haruslah memadai dan sesuai dengan *service quality* dan produk yang diberikan. Para konsumen akan mengevaluasi *price* dengan membandingkan beberapa perusahaan jasa pengiriman sebagai referensi. Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan penggunaan suatu jasa pengiriman yaitu pemanfaatan teknologi dan jangkauan pengiriman. Pemanfaatan teknologi yang dapat digunakan oleh suatu jasa pengiriman yaitu *tracking*. *Tracking* merupakan aktivitas pelacakan secara *online* yang menampilkan informasi pengiriman barang melalui media atau sistem dengan tujuan memudahkan konsumen mengetahui informasi mengenai status pengiriman barang dengan cara menuliskan nomor resi.

Dari berbagai jenis penyedia jasa pengiriman yang ada, peneliti memilih dua jasa pengiriman sebagai objek yang akan digunakan dalam penelitian yaitu Pos Indonesia dan FedEx. Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang awalnya didirikan di Batavia (Sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff pada 26 Agustus 1746 dan bergerak di bidang jasa pengiriman dan logistik dengan tujuan untuk menanggung keamanan surat, barang, dan juga paket masyarakat terutama bagi masyarakat yang berbisnis dari perusahaan atau kantor luar Jawa dan sejak itulah jasa kantor pos terbentuk mengembang manfaat pelayanan kepada masyarakat. Pos Indonesia bekerja sama dengan DHL agar dapat menjangkau hingga Internasional. Sehingga Pos Indonesia dapat meningkatkan dan memperbaiki akses jaringan global menjadi lebih efisien dan efektif.

Sedangkan FedEx berasal dari Amerika Serikat oleh Frederick W. Smith, yang didirikan pada tahun 1971. FedEx didirikan dengan nama *Federal Express Corporation* dan bergerak pada bidang penyalur jasa pengiriman yang pada saat itu didirikan dengan tujuan untuk pengiriman yang cepat atau mendesak. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui perbandingan pengiriman logistik internasional antara jasa pengiriman Pos Indonesia dan FedEx semasa pandemi Covid-19.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Logistik

Menurut Japarianto (2018), logistik merupakan serangkaian proses yang terdiri dari proses perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan yang efektif terhadap proses penyimpanan barang atau jasa dari tempat asal menuju ke tempat tujuan konsumen. Tujuan dari kegiatan logistik adalah untuk menyediakan suatu barang dengan tepat waktu dan tujuan yang tepat.

2.2 Service Quality

Service quality merupakan perbandingan antara kinerja suatu perusahaan atau pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen dengan ekspektasi konsumen terhadap layanan jasa tersebut. Persepsi dan ekspektasi konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam pengukuran *service quality*. Konsumen akan menilai performa *service quality* rendah apabila persepsi konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi ketika mereka mencoba *service quality* tersebut. dan sebaliknya, konsumen akan menilai performa *service quality* tinggi apabila *service* yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen tersebut (Japarianto, 2018).

2.3 Tarif Pengiriman

Hafizha et al (2019) menyatakan bahwa *price* merupakan jumlah nilai yang akan diberikan oleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan menggunakan ataupun memiliki suatu barang dan jasa. Dalam bauran pemasaran, *price* merupakan satu satunya unsur yang dapat memberikan keuntungan ataupun pemasukan kepada perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya yang terdiri dari *place*, *product*, *promotion* merupakan unsur yang menyebabkan terjadinya pengeluaran biaya. *Price* dalam jasa merupakan penetapan yang penting, karena berkaitan dengan citra, pendapatan dan distribusi serta lain lain.

2.4 Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu konsumen dalam melakukan pemesanan produk hingga produk tersebut sampai di tempat tujuan konsumen. Estimasi produk tiba di tempat tujuan menjadi patokan untuk para konsumen untuk mengetahui apakah *service* yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Oleh karena itu, ketepatan waktu dalam pengiriman menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Terdapat tiga dimensi dalam

ketepatan waktu pengiriman, antara lain yaitu ketepatan dalam menentukan *price*, menentukan waktu pengiriman dan ketepatan dalam jasa pengiriman barang (Hafizha *et al.*, 2019).

2.5 Pemanfaatan Teknologi

Tracking merupakan aktivitas pelacakan secara *online* yang menampilkan informasi pengiriman barang melalui media atau sistem dengan tujuan memudahkan konsumen mengetahui informasi mengenai status pengiriman barang dengan cara menuliskan nomor resi. Kegiatan *tracking* ini dilakukan oleh *shipper*, sedangkan penyedia jasa hanya menyediakan status informasi yang dibutuhkan (Santoso *et al.*, 2016).

2.6 Jangkauan Pengiriman

Jangkauan pengiriman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan suatu jasa pengiriman. Dalam hal ini akan melihat seberapa jauh kurir mampu mengirimkan barang ke tangan konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang penelitian gunakan adalah bersifat deskriptif kuantitatif sebagai rancangan kegiatan penelitian. Menurut Andriantoni *et al* (2020), penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian dengan menganalisis data yang diperoleh dengan tujuan menjelaskan fakta-fakta terkait objek penelitian. Adapun alasan penulis memanfaatkan metode deskriptif adalah karena metode ini membantu penulis untuk mudah mendapatkan informasi yang mendalam terkait jasa pengiriman yang diteliti. Sumber yang didapat melalui metode ini adalah halaman resmi dari Pos Indonesia (www.posindonesia.co.id) dan FedEx (www.fedex.com), akun sosial media *Instagram* dan *YouTube*, serta bersumber dari berita-berita yang beredar.

4. HASIL

4.1 Identitas Perusahaan

Pos Indonesia

Pos Indonesia adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang awalnya didirikan di Batavia (Sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 yang bergerak di bidang jasa pelayanan kurir dan logistik dengan tujuan untuk menanggung keamanan surat, barang, dan juga paket masyarakat terutama bagi masyarakat yang berbisnis dari perusahaan atau kantor luar jawa dan sejak itulah jasa kantor pos terbentuk mengembang manfaat pelayanan kepada masyarakat. Setelah empat tahun kantor pos Batavia didirikan, kemudian didirikan kantor pos Semarang yang bertujuan untuk menjalankan relasi pos yang sistematis antara kedua rute kota tersebut yang melalui Cirebon, Karawang dan Pekalongan dalam mempercepat dan juga memperlancar pengirimannya.

Pos Indonesia telah melewati beberapa kali pergantian status yaitu mulai dari kedudukan PTT (*Post, Telegraph dan Telephone*) yang kegiatan operasionalnya tidak bersifat *profitable* dan peranannya juga lebih diarahkan untuk membentuk pelayanan terbuka atau publik. Seiring berkembangnya zaman, Pos Indonesia mengubah statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi pada tahun 1965 dan kemudian mengubah menjadi Perum Pos dan Giro pada tahun 1978 yang mulai dikategorikan sebagai badan usaha tunggal dalam menjalankan giro pos dan juga dinas pos dalam hubungan dalam negeri dan juga luar negeri. Setelah 17 tahun berstatus perum pos, Pos Indonesia mengubah status menjadi perseroan terbatas pada bulan Juni tahun 1995 yang bentuk usaha tersebut termuat dalam Peraturan Perundangan RI nomor 5 tahun 1995 dengan nama PT Pos Indonesia.

Berubahnya status Pos Indonesia dari PTT menjadi Perseroan Terbatas (PT), maka PT Pos Indonesia harus dapat mencari profit dan keuntungan semaksimal mungkin dan PT Pos Indonesia saat ini sudah dapat memperlihatkan produktivitas dan kreativitasnya dalam peningkatan bidang perposan Indonesia dengan menggunakan prasarana jejaring yang dimilikinya dan telah berhasil menjangkau sekitar 24.000 titik layanan yang menjangkau 100% kota/kabupaten dan kecamatan, 42% kelurahan/desa dan juga 940 lokasi terpencil yang ada di Indonesia. Seiring dengan kemajuan dan pertumbuhan informasi, teknologi dan juga komunikasi, jejaring PT Pos Indonesia kini sudah mempunyai lebih dari 4.800 Kantor pos yang semua kantor tersebut adalah rantai yang dihubungkan secara kompak dan terintegrasi bagi satu sama lain

dan dibuat untuk memudahkan proses pengiriman dari tiap pos yang mana setiap jengkal daerah di Indonesia dapat diidentifikasi dengan akurat. Pos Indonesia sendiri juga bisa melakukan pengiriman yang menjangkau 18 negara.

FedEx

FedEx didirikan dengan nama *Federal Express Corporation* yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyalur jasa pengiriman yang berasal dari Amerika Serikat oleh Frederick W. Smith pada tahun 1971 yang pada saat itu didirikan dengan tujuan untuk pengiriman yang mepet atau mendesak. Seiring berjalannya waktu, FedEx berkembang pesat dan mencatat profit sebesar satu milyar dollar pada tahun 1983 yang jarang kali ditemukan pada perusahaan yang baru beroperasi kurang dari 10 tahun. FedEx kemudian mulai mengembangkan perusahaannya dan berekspansi ke Asia dan juga Eropa pada tahun 1984. Empat tahun setelah itu, yaitu pada tahun 1988 FedEx membeli *Flying Tiger Line* sebagai rival terbesarnya yang membuat FedEx menjadi maskapai penerbangan kargo terbesar di dunia yang mempunyai hak terbang ke 21 negara/wilayah berbeda. Pada tahun 1994 *Federal Express Corporation* dengan sah memperpendek namanya menjadi FedEx (*Federal Express*) untuk kepentingan pemasaran dengan mengangkat julukan yang telah dijalani selama beberapa tahun sebelumnya. Hingga saat ini FedEx telah menjadi sebuah perusahaan pengiriman ekspres terbesar di dunia dengan memberikan layanan pengiriman atau pengantaran yang cepat terutama di Amerika Serikat dan juga 220 negara dan wilayah lainnya dan FedEx memanfaatkan jaringan udara dan juga darat global dengan tujuan untuk memperlancar pengiriman yang rentan dengan waktu, yaitu dalam satu sampai dua hari dengan jaminan waktu pengiriman.

4.2 Dampak Setelah Adanya Covid-19 Bagi Keduanya

Pos Indonesia

Kemunculan pandemi Covid-19, membawa pengaruh yang signifikan bagi sejumlah perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang pengiriman dan transmisi ekspres. Pengaruh tersebut ditandai dengan yang penurunan transaksi salah-satunya Pos Indonesia yang merupakan sebuah perusahaan pelayanan kurir yang mengalami kemampuan dan kinerja yang kurang baik dari pandemi ini. Berdasarkan percakapan *Vice President* Pos Indonesia Djoko Suhartanto, dapat diketahui bahwa telah mengalami penurunan profit dari operasional yang secara keseluruhan telah mencapai penurunan hingga 15% dari biasanya. Hal tersebut disebabkan dari sisi infrastruktur yaitu dengan adanya kegiatan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan juga pembatasan mudik yang menyebabkan kegiatan kargo udara terhambat seperti penyesuaian jalur udara, pelabuhan dan juga tutupnya beberapa penerbangan. Selain itu, Pos Indonesia sudah membuat antisipasi yaitu dengan selalu mengusahakan pengiriman paket semaksimal mungkin dengan pengalokasian melalui jalur darat dan juga mengoptimalkan pengiriman jalur udara yang masih berjalan serta memanfaatkan peluang untuk memasarkan produk unggulannya yang menjadi dampak positif bagi Pos Indonesia (sumber: ekonomi.bisnis.com).

FedEx

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi penurunan omset bagi hampir setiap perusahaan dan industri di seluruh dunia tetapi tidak pada jasa pengiriman FedEx. Berdasarkan percakapan *Vice President FedEx Southeast Asia* Audrey Cheong, menyampaikan bahwa pengiriman FedEx mengalami tingkat penyortiran hingga 6.000 paket per jam (sumber: katadata.co.id). Hal tersebut disebabkan oleh semakin banyak masyarakat yang beralih dari belanja di toko menjadi belanja online yang menyebabkan pertumbuhan yang cukup besar yaitu sekitar 11% dari tahun sebelumnya dalam penjualan dan pemasaran bagi e-commerce yang mempunyai kewajiban mengirimkan pesanan (sumber: industry.co.id). Salah satu dampak yang dihadapi FedEx yaitu peningkatan volume pemesanan paket untuk dikirim secara internasional yang jauh lebih tinggi dibanding pada masa sebelum pandemi menyebabkan keterlambatan pengiriman dan juga kurir harus bekerja lebih lama. Oleh karena itu, FedEx mempekerjakan beberapa pekerja sementara dengan tujuan untuk mengendalikan tingginya volume pemesanan, meminimalkan dampak pada operasionalnya, serta telah membuat keputusan dengan menanggukahkan jaminan uang kembali untuk semua layanan FedEx.

4.3 Metode Pengiriman Pos Indonesia

Semasa Covid-19

Dilansir dari laman resmi Pos Indonesia, secara garis besar tidak terdapat perbedaan pada syarat dan ketentuan pengiriman barang internasional pada saat pandemi maupun sebelum pandemi. Pos Indonesia tidak menerima pengiriman internasional pada produk yang bersifat mengotori barang lainnya atau dapat

menimbulkan bahaya, barang yang membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa, barang ilegal, barang yang dilarang secara hukum untuk diekspor (berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 44/M-DAG/PER/7/2012 tentang Barang Dilarang Ekspor) serta barang yang dilarang secara hukum oleh negara penerima barang.

Kemudian perihal tata cara pengiriman, tidak ada perubahan signifikan pada pengiriman internasional melalui Pos Indonesia saat pandemi dan sebelum pandemi. Pada salah satu layanan pengiriman internasional EMS (*Express Mail Services*), layanan diberikan dengan persyaratan yaitu negara tujuan pengiriman harus termasuk pada jaringan layanan EMS Pos Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan pengisian EMS-5 dalam bahasa Inggris serta pencantuman harga produk dalam Dollar Amerika. Selain itu, pengirim harus memastikan bahwa bobot produk tidak lebih dari 30 kilogram dan dibungkus dengan rapi serta kuat. (sumber: kargo.tech).

Selain itu, perubahan yang cukup signifikan terlihat dari layanan pelanggan Pos Indonesia dalam pengiriman barang. Terdapat inovasi berupa digitalisasi untuk memudahkan masyarakat dalam pengiriman paket. Masyarakat dapat menggunakan layanan aplikasi digital PosAja! untuk melakukan pengiriman. PosAja! menawarkan layanan penjemputan paket ke lokasi pelanggan sehingga mengurangi mobilitas masyarakat terlebih pada masa pandemi.

FedEx

Layanan pada FedEx secara khusus semenjak pandemi Covid-19 terjadi, mengalami perubahan dan penyesuaian untuk mengurangi potensi tertularnya penyakit. Selain itu, penyesuaian juga dilakukan untuk memperbaiki gangguan pada rantai pasok dan kapasitas kargo pesawat yang terbatas. Dilansir dari laman resmi FedEx, penyesuaian tersebut dilakukan dengan melakukan perubahan dengan mengurangi beberapa layanan pada beberapa negara serta memberi tambahan waktu dalam transit antar negara. Selain itu, layanan Garansi Uang Kembali dari FedEx juga ditanggguhkan oleh sebab pembatasan kerja dan layanan di setiap negara.

FedEx dalam layanan umumnya, meminta tanda tangan dari pelanggan sebagai bukti bahwa kiriman telah sampai dan diterima dengan baik oleh pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi potensi terjadinya kontak fisik. Layanan ini digantikan dengan sistem konfirmasi pengiriman secara lisan agar lebih efisien dan tidak mengubah kepercayaan serta keakuratan data. Selain permasalahan tanda tangan, FedEx juga mewajibkan pelanggan yang ingin melakukan impor Alat Pelindung Diri (APD) dari China untuk mengajukan dokumen deklarasi ekspor.

4.4 Perbandingan Lainnya

4.4.1 Service Quality

Pos Indonesia

Pelayanan pengiriman *Pos Express* di PT. Pos Indonesia (Persero) dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

- *Tangible*
Pada dimensi *tangible* atau tampilan fisik dari pemberian pelayanan, Pos Indonesia dinilai cukup memuaskan. Hal ini dikarenakan fasilitas pemberian pelayanan yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Akan tetapi, terdapat beberapa petugas yang belum sepenuhnya memenuhi citra pelayanan yang terbaik.
- *Reliability*
Kehandalan dalam pemberian pelayanan atau *reliability* Pos Indonesia masih kerap mendapat keluhan dari pelanggan mengenai waktu pengiriman dan kondisi paket.
- *Responsiveness*
Ketanggapan atau *responsiveness* Pos Indonesia dapat dilihat dari kecepatan petugas ketika pelanggan membutuhkan penjelasan atau informasi. Akan tetapi, terdapat beberapa pelanggan yang menilai tanggapan petugas itu mengecewakan.
- *Assurance*
Pada dimensi *assurance* atau jaminan, Pos Indonesia dinilai baik. Hal ini dilihat dari kinerja petugas yang telah sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) dan perusahaan yang memberikan jaminan ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat perusahaan.
- *Empathy*
Perhatian dari pemberian pelayanan atau *emphaty* dilihat dari upaya petugas untuk memberikan pelayanan terbaik dan pemberian penghargaan kepada pelanggan yang setia menggunakan Pos Indonesia.

FedEx

Kualitas pelayanan FedEx dijaga dengan menjalankan prinsip *customer focus, engagement (involvement) of people, process approach*, dan *continual improvement*.

- *Customer Focus*
FedEx berorientasi kepada pelanggan karena berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Prioritas dari proses bisnis perusahaan adalah kepuasan dari para pelanggan. Hal ini supaya pelanggan selalu mempertimbangkan layanan FedEx di semua fungsi dan tingkat.
- *Engagement (Involvement) of People*
FedEx menggunakan filosofi *People-Service-Profit* (P-S-P) yaitu kepercayaan bahwa petugas yang bekerja di lingkungan positif akan menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Prioritas terhadap sumber daya manusia akan membuat petugas berani dalam mengambil risiko dan berinovatif dalam mengejar kualitas dan kepuasan pelanggan.
- *Process Approach*
Efektivitas dari setiap proses telah ditentukan oleh seluruh sistem FedEx. Perusahaan menetapkan tujuan kualitas untuk mengetahui apakah suatu proses memiliki nilai atau perlu ditingkatkan. Hal ini berhubungan dengan rantai pasokan FedEx dimana setiap aspek pemindahan paket dan rantai pasokan yang efisien serta hemat biaya akan ditangani.
- *Continual Improvement*
FedEx menggunakan suatu sistem yaitu *Quality Driven Management* (QDM). Pendekatan ini dapat memberikan kepastian bahwa perusahaan selalu menghasilkan pelayanan yang terbaik dan mendorong efisiensi di setiap proses dengan mengurangi pemborosan biaya ataupun tenaga serta meningkatkan keselamatan. Setiap petugas harus mengetahui pendekatan ini karena sistem bersifat fleksibel dan memungkinkan petugas untuk berinovatif.

4.4.2 Tarif Pengiriman

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan melalui situs resmi baik dari Pos Indonesia dan FedEx, jika dilihat dari sisi pengiriman secara internasional maka tarif pengiriman disini terdapat perbedaan bahwa Pos Indonesia memiliki tarif tetap yang lebih rendah alias lebih murah namun memiliki waktu pengiriman yang jauh lebih lama, sedangkan untuk FedEx sendiri memiliki tarif tetap yang lebih tinggi alias lebih besar bila dibandingkan dengan Pos Indonesia, namun dalam hal ini FedEx menawarkan pengiriman yang sangat cepat dan tepat waktu.

Tarif tetap juga ditambah dengan perhitungan pajak sesuai negara yang dituju, sehingga membuat harga yang ditampilkan pun lebih besar dan berbeda-beda. Tarif tetap juga ditentukan dari pemilihan jenis layanan pengiriman dan perhitungan detail seperti jumlah berat (Kg) yang dibagi dengan panjang kali lebar kali tinggi sesuai dengan bentuk kemasan.

4.4.3 Kecepatan Pengiriman

Dalam melakukan aktivitas usahanya sebagai jasa pengiriman baik itu semua dokumen, barang berat, dan paket lainnya untuk keperluan bisnis maupun pribadi dalam pengiriman internasional seringkali dibutuhkan bisa itu melalui udara, laut atau darat, maka alasan pemilihan kecepatan pengiriman sangat dipertimbangkan setiap pihak guna menghemat waktu dan menjaga efisiensi. Adapun kecepatan pengiriman dari Pos Indonesia dan FedEx secara internasional dimana dibandingkan dengan layanan paling cepat dan tersedia di masa Covid-19, diantaranya:

Pos Indonesia

Untuk melakukan pengiriman ke luar negeri, layanan tercepat dari Pos Indonesia meliputi QIX (*Quick International Express*) dengan waktu 2-5 hari, EMS (*Express Mail*) dengan waktu 2-5 hari, Pos Ekspor dengan waktu 4-8 hari, Pos Paket Internasional dengan waktu 6-10 hari, Pos Registered dengan waktu 6-10 hari, dan yang terakhir ada *E-Packet* dengan waktu 6-10 hari. Dari berbagai layanan pengiriman tersebut terdapat pengiriman yang sangat tersedia ke seluruh negara dan bobot pengiriman yang besar yaitu Pos Ekspor.

FedEx

Kebutuhan pelayanan pengiriman internasional yang bisa ditawarkan FedEx dengan layanan tercepat yang dibagi ke dalam dua kategori yaitu paket kurang dari 68 kg dan paket lebih dari 68 kg (kargo). Paket kurang dari 68 kg ini meliputi FedEx *International First* dengan waktu 1-3 hari kerja ke seluruh dunia yang dikirim

pada pukul 08.00/09.00 pagi. Kemudian FedEx *International Priority Express* merupakan layanan yang paling mendesak dan penting dengan waktu 1-3 hari kerja ke wilayah tertentu di Asia, Amerika Serikat, Kanada, dan Eropa yang dikirim pada 10.30 pagi atau 12.00 siang. Layanan yang terakhir yaitu FedEx *International Priority* merupakan layanan *express door-to-door* negara dengan waktu 1-3 hari. Terdapat layanan lain dari kategori ini dengan harga terbaik yaitu FedEx *International Economy* dengan waktu ekspor di Asia (2-4 hari), Amerika Serikat (4 hari), dan Eropa (4-5 hari).

Adapun layanan untuk paket lebih dari 68 kg (kargo) meliputi *Freight FedEx International Priority* yang merupakan pelayanan terbaik dengan kualitas premium melalui jalur udara dengan waktu 1-3 hari kerja ke seluruh dunia. Terdapat layanan lain dari kategori ini dengan harga terbaik yaitu *Freight FedEx International Economy* dengan waktu ekspor 2-5 hari kerja pada sejumlah pasar besar di seluruh dunia.

4.4.4 Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi berupa sistem pelacakan (*tracking*) digunakan oleh berbagai perusahaan jasa pengiriman. Sistem *tracking* berfungsi untuk mengetahui atau melacak posisi objek. Pos Indonesia menyediakan beberapa media yang dapat digunakan oleh pelanggan untuk melacak keberadaan atau posisi paket. Terdapat *official website*, media sosial, serta aplikasi 'Pos Aja' yang dapat melacak paket dengan memasukkan nomor resi paket pelanggan (sumber: money.kompas.com) FedEx juga memiliki *website* dan aplikasi yang dapat melacak keberadaan paket dengan memasukkan nomor resi dari paket pelanggan. Setelah memasukkan nomor resi, pelanggan akan mengetahui posisi paket tersebut.

FedEx menggunakan perangkat logistik ringan berbasis sensor yakni *SenseAware ID* yang menghadirkan tingkat pelacakan presisi baru. *SenseAware ID* menggunakan sensor yang ringan dan ringkas yang mentransmisikan data lokasi paket yang tepat setiap dua detik melalui *Bluetooth Low Energy (BLE)* ke titik akses *WiFi* atau perangkat *gateway* yang ada di seluruh jaringan FedEx *Express*. Dengan memanfaatkan teknologi ini, visibilitas lokasi meningkat sehingga pelanggan FedEx dapat mengetahui rantai pasok yang tepat melalui pembaruan waktu nyata lokasi paket. *SenseAware ID* membantu meningkatkan keamanan serta ketepatan waktu pengiriman paket yang berisi konten penting. Pelacakan dan visibilitas paket sangatlah penting karena bisnis menjadi semakin bergantung pada ketepatan waktu pengiriman (sumber: newsroom.fedex.com).

4.4.5 Jangkauan Pengiriman

Pos Indonesia menyediakan berbagai layanan yang dapat menjadi pilihan untuk pengiriman ke luar negeri. Layanan tersebut memiliki jangkauan pengiriman luar negeri yang berbeda-beda seperti: QIX (*Quick International Express*) dapat menjangkau hingga 27 negara tujuan, EMS (*Express Mail*) dan Pos Ekspor dapat menjangkau hingga 232 negara tujuan, Pos Paket Internasional dapat mencapai hingga 211 negara tujuan, Pos Registered Internasional dapat mencapai hingga 205 negara tujuan, dan *E-Packet* dapat menjangkau hingga 57 negara tujuan. Sedangkan untuk jangkauan pengiriman FedEx yaitu mencapai lebih dari 220 negara dan wilayah. FedEx menyediakan layanan pengiriman ke berbagai belahan dunia seperti negara di benua Eropa, Amerika, dan juga Asia.

5. KESIMPULAN

Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang awalnya didirikan di Batavia (Sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron Van Imhoff pada 26 Agustus 1746 dan bergerak di bidang jasa pengiriman dan logistik dengan tujuan untuk menanggung keamanan surat, barang, dan juga paket masyarakat terutama bagi masyarakat yang berbisnis dari perusahaan atau kantor luar Jawa dan sejak itulah jasa kantor pos terbentuk mengembang manfaat pelayanan kepada masyarakat. Sedangkan FedEx berasal dari Amerika Serikat oleh Frederick W. Smith, yang didirikan pada tahun 1971. FedEx didirikan dengan nama *Federal Express Corporation* dan bergerak pada bidang penyalur jasa pengiriman yang pada saat itu didirikan dengan tujuan untuk pengiriman yang mepet atau mendesak. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui perbandingan pengiriman logistik antara jasa pengiriman Pos Indonesia dan FedEx semasa pandemi Covid-19.

Dampak Setelah Adanya Covid-19 Bagi Keduanya

Dengan adanya pandemi Covid-19, cukup berdampak bagi sejumlah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan transmisi ekspres yang mengalami penurunan transaksi salah-satunya Pos Indonesia yang menjadi sebuah perusahaan pelayanan kurir yang mengalami kemampuan dan kinerja yang kurang baik dari pandemi ini. Hal tersebut disebabkan dari sisi infrastruktur yaitu dengan adanya kegiatan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan juga pembatasan mudik yang menyebabkan kegiatan kargo udara terhambat seperti penyesuaian jalur udara, pelabuhan dan juga tutupnya beberapa penerbangan.

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi penurunan omset bagi hampir setiap perusahaan dan industri di seluruh dunia tetapi tidak pada jasa pengiriman FedEx karena semakin banyak masyarakat yang beralih dari belanja di toko menjadi belanja online yang menyebabkan pertumbuhan yang cukup besar dalam penjualan dan pemasaran bagi *e-commerce* yang mempunyai kewajiban mengirimkan pesanan.

Metode Pengiriman Semasa Covid-19

Tidak terdapat perbedaan pada syarat dan ketentuan pengiriman barang internasional pada saat pandemi maupun sebelum pandemi. Pos Indonesia tidak menerima pengiriman internasional pada produk yang bersifat mengotori barang lainnya atau dapat menimbulkan bahaya, barang yang membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa, barang ilegal, barang yang dilarang secara hukum untuk diekspor (berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 44/M-DAG/PER/7/2012 tentang Barang Dilarang Ekspor) serta barang yang dilarang secara hukum oleh negara penerima barang. Masyarakat dapat menggunakan layanan aplikasi digital PosAja! untuk melakukan pengiriman. PosAja! menawarkan layanan penjemputan paket ke lokasi pelanggan sehingga mengurangi mobilitas masyarakat terlebih pada masa pandemi.

FedEx menerapkan penyesuaian yaitu perubahan dengan mengurangi beberapa layanan pada beberapa negara serta memberi tambahan waktu dalam transit antar negara. Selain itu, layanan Garansi Uang Kembali dari FedEx juga ditangguhkan oleh sebab pembatasan kerja dan layanan di setiap negara.

Perbandingan Lainnya

- Service Quality

Pelayanan pengiriman *Pos Express* di PT. Pos Indonesia (Persero) dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kualitas pelayanan FedEx dijaga dengan menjalankan prinsip *customer focus*, *engagement (involvement) of people*, *process approach*, dan *continual improvement*.

- Tarif Pengiriman

Dari tarif pengiriman disini terdapat perbedaan yang bisa disimpulkan bahwa Pos Indonesia memiliki tarif tetap yang lebih rendah alias lebih murah namun memiliki waktu pengiriman yang jauh lebih lama, sedangkan untuk FedEx sendiri memiliki tarif tetap yang lebih tinggi alias lebih besar bila dibandingkan dengan Pos Indonesia, namun dalam hal ini FedEx menawarkan pengiriman yang sangat cepat dan tepat waktu.

- Kecepatan pengiriman

Untuk melakukan pengiriman ke luar negeri, layanan tercepat dari Pos Indonesia meliputi QIX (*Quick International Express*) dengan waktu 2-5 hari, EMS (*Express Mail*) dengan waktu 2-5 hari, Pos Ekspor dengan waktu 4-8 hari, Pos Paket Internasional dengan waktu 6-10 hari, Pos *Registered* dengan waktu 6-10 hari, dan yang terakhir ada *E-Packet* dengan waktu 6-10 hari.

Kebutuhan pelayanan pengiriman internasional yang bisa ditawarkan FedEx dengan layanan tercepat yang dibagi ke dalam dua kategori yaitu paket kurang dari 68 kg dan paket lebih dari 68 kg (kargo). Paket kurang dari 68 kg ini meliputi FedEx *International First* dengan waktu 1-3 hari kerja ke seluruh dunia yang dikirim pada pukul 08.00/09.00 pagi. Kemudian FedEx *International Priority Express* merupakan layanan yang paling mendesak dan penting dengan waktu 1-3 hari kerja ke wilayah tertentu di Asia, Amerika Serikat, Kanada, dan Eropa yang dikirim pada 10.30 pagi atau 12.00 siang. Layanan yang terakhir yaitu FedEx *International Priority* merupakan layanan *express door-to-door* negara dengan waktu 1-3 hari. Terdapat layanan lain dari kategori ini dengan harga terbaik yaitu FedEx *International Economy* dengan waktu ekspor di Asia (2-4 hari), Amerika Serikat (4 hari), dan Eropa (4-5 hari).

Adapun layanan untuk paket lebih dari 68 kg (kargo) meliputi *Freight FedEx International Priority* yang merupakan pelayanan terbaik dengan kualitas premium melalui jalur udara dengan waktu 1-3 hari kerja ke seluruh dunia. Terdapat layanan lain dari kategori ini dengan harga terbaik yaitu *Freight FedEx International Economy* dengan waktu ekspor 2-5 hari kerja pada sejumlah pasar besar di seluruh dunia.

- Pemanfaatan Teknologi

Pos Indonesia menyediakan beberapa media yang dapat digunakan oleh pelanggan untuk melacak keberadaan atau posisi paket. Terdapat *official website*, media sosial, serta aplikasi 'Pos Aja' yang

dapat melacak paket dengan memasukkan nomor resi paket pelanggan (sumber: money.kompas.com). FedEx juga memiliki *website* dan aplikasi yang dapat melacak keberadaan paket dengan memasukkan nomor resi dari paket pelanggan. Setelah memasukkan nomor resi, pelanggan akan mengetahui posisi paket tersebut

- **Jangkauan Pengiriman**

Pos Indonesia menyediakan berbagai layanan yang dapat menjadi pilihan untuk pengiriman ke luar negeri. Layanan tersebut memiliki jangkauan pengiriman luar negeri yang berbeda-beda seperti: QIX (*Quick International Express*) dapat menjangkau hingga 27 negara tujuan, EMS (*Express Mail*) dan Pos Ekspor dapat menjangkau hingga 232 negara tujuan, Pos Paket Internasional dapat mencapai hingga 211 negara tujuan, Pos Registered Internasional dapat mencapai hingga 205 negara tujuan, dan *E-Packet* dapat menjangkau hingga 57 negara tujuan. Sedangkan untuk jangkauan pengiriman FedEx yaitu mencapai lebih dari 220 negara dan wilayah. FedEx menyediakan layanan pengiriman ke berbagai belahan dunia seperti negara di benua Eropa, Amerika, dan juga Asia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriantoni, N., R Hidayat, W., & Arifin, Z. (2020). Pengaruh GDP Dan Nilai Tukar Negara Mitra Dagang Terhadap Ekspor Karet Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 4(4), 762–776.
- Cara Cek Resi Pos Indonesia dan ID Express Online secara Praktis.* (2022). <https://money.kompas.com/read/2022/01/11/213000726/cara-cek-resi-pos-indonesia-dan-id-express-online-secara-praktis?page=all>
- Cara Kirim Paket Ke Luar Negeri Estimasi Biaya dan Waktu Pengiriman.* (n.d.). Retrieved March 12, 2022, from <https://kargo.tech/blog/cara-kirim-paket-keluar-negeri-dengan-mudah/>
- E-Commerce Diminati, Pengiriman J&T dan FedEx hingga 2,5 Juta per Hari - E-commerce Katadata.co.id.* (2021). <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61164242ac55d/e-commerce-diminati-pengiriman-jt-dan-fedex-hingga-2-5-juta-per-hari>
- FedEx to Transform Package Tracking with SenseAware ID, the Latest Innovation in FedEx Sensor Technology.* (2020). <https://newsroom.fedex.com/newsroom/senseaware-id/>
- Hadapi Lonjakan Pengiriman di Momen Liburan, FedEx....* (2021). <https://www.industry.co.id/read/97369/hadapi-lonjakan-pengiriman-di-momen-liburan-fedex-express-perkuat-kapabilitas-e-commerce-di-kawasan-asia-pasifik-timur-tengah-dan-afrika>
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J & T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). *Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 5–7.
- Japarianto, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.25>
- Layanan Pengiriman Internasional Ekspres Seluruh Dunia | FedEx Indonesia.* (n.d.). Retrieved March 12, 2022, from <https://www.fedex.com/id-id/home.html#>
- Pandemi Corona, Pendapatan Pos Indonesia Justru Melorot.* (2020). <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200514/98/1240405/pandemi-corona-pendapatan-pos-indonesia-justru-melorot>
- Pos Indonesia.* (n.d.). Retrieved March 12, 2022, from <https://www.posindonesia.co.id/id>
- Santoso, A. K., Arifin, R., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Web Trace And Tracking, Logistic Service Quality dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Layanan JNE Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 1–12.