

BAB 1

PENDAHULUAN

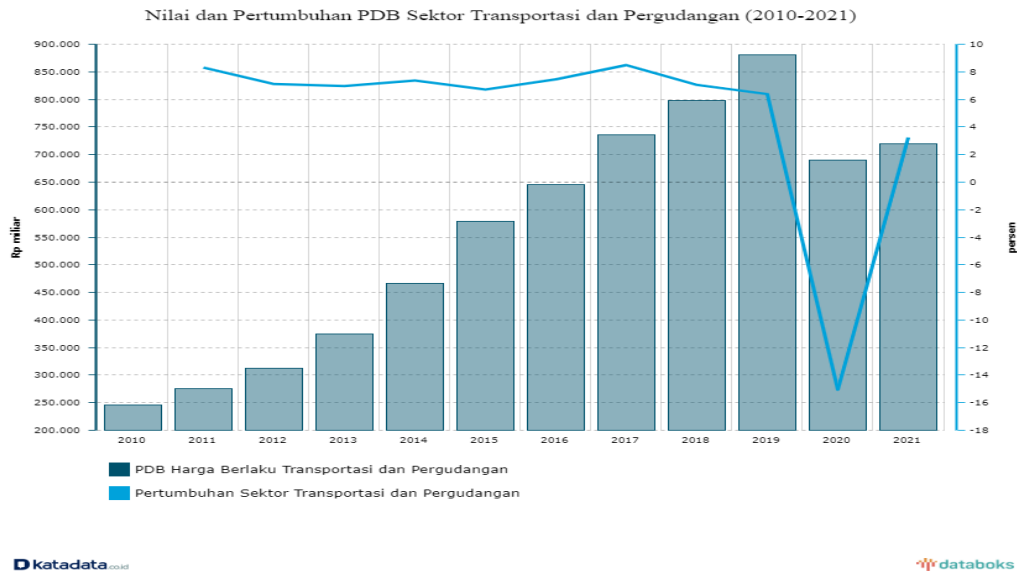
1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan teknologi berjalan dengan cepat dan jangkauannya menjadi luas termasuk hampir ke seluruh Indonesia. Maka dalam menjalani kehidupan masyarakat yang ada tidak terlepas dari penggunaan teknologi, salah satunya dalam memenuhi kebutuhan saat ini melakukan secara *online*. Belanja secara *online* dinilai lebih praktis dan lebih banyak pilihan varian *e-commerce*.

Hal ini berdampak terhadap industri jasa pengiriman yang semakin hari dengan bertambahnya transaksi belanja secara *online* maka kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat dengan pesat. Hal tersebut membuat para perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa pengiriman dituntut untuk memiliki daya saing tinggi untuk menjadi pilihan yang paling unggul bagi konsumen diantara perusahaan-perusahaan pesaingnya. Para konsumen tidak mentoleransi adanya pengalaman negatif seperti pengiriman barang secara berangsur atau sebagian, pengiriman barang yang lama, kebijakan pengembalian barang yang buruk atau dikejutkan dengan kondisi dimana secara menyeluruh barang yang belum atau tidak dipesan mampu disediakan.

Kinerja operasional menjadi hal yang penting dalam proses pengoperasian. Kinerja sendiri merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena kinerja menjadi tolak ukur dalam keberhasilan perusahaan. Semakin baik kinerjanya, maka

semakin cepat perusahaan mencapai tujuannya. Berikut data mengenai pertumbuhan sektor transportasi pergudangan dari tahun ke tahun.



Gambar 1.1

Nilai dan Pertumbuhan PDB Sektor Transportasi dan Pergudangan (2010-2021)

Sumber: Katadata.co,id (2021)

Dari data yang ada dalam Gambar 1.1 menunjukkan apabila diukur atas dasar harga konstan (ADHK) 2010, PDB sektor transportasi dan pergudangan tumbuh 3,24% menjadi Rp406,19 triliun pada 2021 dari tahun sebelumnya. Capaian tersebut lebih tinggi dibanding tahun 2020 yang mengalami kontraksi sedalam 15,05% dikarenakan pembatasan kegiatan sosial untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Namun sepanjang 2011-2019, sektor transportasi dan pergudangan nasional rata-rata tumbuh 7,31% per tahun. Pertumbuhan tertingginya mencapai 8,49% pada 2017 dan terendah 6,38% pada 2019. Hal ini menunjukkan bagaimana pertumbuhan sektor transportasi dan pergudangan pada tahun 2021 belum mampu pulih ke level seperti sebelum terjadinya pandemi. Tetapi dengan data tersebut

dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan industri jasa pengiriman selalu naik setiap tahunnya. Maka banyak pihak melihat peluang di industri tersebut yang menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif seperti pembahasan sebelumnya.

Agar dapat bersaing dengan kompetitif kinerja perusahaan memiliki peran yang sangat besar dalam menjaga perkembangan dan kesinambungan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan. Kinerja perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan mampu mengatur serta mengembangkan sumber daya yang dimiliki dan mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang menjadi standar dalam visi misi. Istilah kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance*. Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2016: 67).

Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja juga sering disematkan untuk individu maupun kelompok individu karena telah melakukan pencapaian tujuan atau prestasi. Dapat disimpulkan untuk mencapai kinerja yang baik maka dilihat dari apakah perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya secara berkesinambungan atau tidak melalui pengawasan terhadap beberapa indikator yang telah ditetapkan sesuai dengan sektor perusahaan tersebut.

Dalam mencapai kinerja oprasional yang baik, maka terdapat faktor-faktor yang mendorongnya, salah satunya adalah desain produk. Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang

khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan yang lain. Desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik. Hal ini membuat desain produk menjadikannya suatu identitas yang menonjol dan menjadi gambaran seperti apa perusahaan pemilik dari produk yang dimiliki. Tidak heran desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya memiliki andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Jadi desain produk itu adalah suatu komponen yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli serta unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan memiliki perbedaan dibandingkan pesaing akan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian.

Selain dari desain produk, faktor lain yang dapat memengaruhi kinerja operasional perusahaan yaitu strategi operasi. Strategi operasi memainkan peran penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan atau organisasi dalam rangkaian kebijakan jangka panjang. Pengembangan strategi operasi mempunyai arti dalam pemberian nilai tambah produk atau layanan yang diberikan perusahaan untuk pemenuhan permintaan konsumen. Nilai tambah produk atau layanan suatu perusahaan dibentuk melalui prioritas yang dipilih perusahaan untuk mendukung strategi yang dibentuk.

Selanjutnya faktor lain yang memengaruhi kinerja operasional perusahaan yaitu lokasi. Lokasi menurut Kotler & Amstrong (2014: 76), lokasi adalah tempat dimana aktivitas usaha dilakukan yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

PT Paxel Algorita Unggul atau yang dikenal dengan “PAXEL” adalah perusahaan multinasional di bidang logistik atau pengiriman berbasis teknologi yang memiliki komitmen untuk memecahkan tantangan jarak jauh di Indonesia. Sesuai dengan arti tersebut PT. Paxel bertujuan untuk memiliki kemampuan pengiriman paket yang efektif dan efisien dibanding dengan competitor lainnya, karena semakin semakin hari masyarakat Indonesia kebutuhan akan pengiriman suatu barang atau produk semakin meningkat sehingga para konsumen berlomba-lomba mencari jasa pengiriman yang cepat. Untuk mewujudkan hal tersebut, kinerja perusahaan sangat berperan penting agar tujuan tercapai, dalam mewujudkannya terdapat berbagai indikator operasional yang perlu diperhatikan seperti design produk, strategi operasi, dan lokasi perusahaan.

Dalam oprasinya, PT Pixel tidak hanya sendiri, nmaun banyak yang perusahaan logistic lain yang lebih besar dan tersebar luas di Indonesia. Menurut data yang diperoleh dari narasumber (PT PAXEL), terlihat bahawa jangkauan PT Paxel hanya 10 provinsi saja, dengan keseluruhan provinsi di pulau jawa dan sisanya ada di kota Meda, Palembang, Bali, dan Makasar. Hal tersebut bisa saja merupakan unsur yang memengaruhi dalam kinerja oprasional perusahaan. Selain dari jangkauan yang kurang luas, program yang ditawarkan tidak semenarik perusahaan logistik lain, seperti J&T dngan layanan J&T Jemari (Jemput Paket Mandiri) yang dapat mudah diingat oleh penggunanya. Namun selain hal itu PT PAXel juga sudah masuk dalam 10 peringkat aplikasi kurir online yang mendominasi di Indonesia (Sumber: kargo.tech). dalam artikel tersebut Paxel berada di bawah GoSend dan Grab Express.

Dalam pembuatan desain produk saat ini menjadi masalah serius sehingga membutuhkan tim khusus untuk menangani, sebagai bentuk dari perhatian terhadap tuntutan konsumen mengenai suatu produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang semakin beragam. Sebelum menetapkan desain produk, perusahaan harus terlebih dahulu menetapkan strategi desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk yang mencakup penyesuaian dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi produk tersebut juga harus memenuhi standar perusahaan yang telah ditetapkan agar tidak mengganggu kinerja secara keseluruhan. Ini berarti desain produk jasa operasional ini merupakan totalitas dari fitur yang memengaruhi pelayanan yang dapat memuaskan konsumennya berdasarkan kebutuhan dari konsumennya tersebut. Desain produk juga dapat menarik perhatian konsumennya sehingga dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.

Strategi operasi merupakan suatu fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah atau daya dorong untuk pengambilan keputusan. Visi ini harus diintegrasikan dengan strategi bisnis dan direfleksikan pada perencanaan formal tapi sering sekali tidak dilakukan. Strategi operasi seharusnya menghasilkan suatu pola pengambilan keputusan operasi yang konsisten dan menghasilkan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Adanya hasil tersebut membuktikan bahwa kinerja secara bertahap terus meningkat dan selalu diperbaiki demi mencapai suatu tujuan. Maka hal ini sangat penting bagi perusahaan di bidang jasa pengiriman, yang setiap kali beroperasi membutuhkan keputusan strategis yang efektif dan efisien, untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap visi / misi

perusahaan. Secara tidak langsung PT Paxel harus selalu menerapkan kegiatan operasi tersebut sebagai penunjang bahwa dapat bersaing secara kompetitif di bidang ini.

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan dalam mencapai tujuan. Hal ini menjadikan setiap lokasi membutuhkan perhitungan dan pertimbangan yang matang, karena jika tidak dapat mengakibatkan berbagai dampak yang mengarahkan pada kerugian yang besar. Apalagi PT. Paxel termasuk bidang jasa pengiriman dengan kebutuhan akan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau agar tidak menyulitkan konsumen maupun distribusi barang yang ada, seperti di pusat kota atau jalur strategis penduduk berpergian. Sebagai contoh ada beberapa perusahaan dengan lokasi cabang yang kurang diperhitungkan, mengakibatkan cabang tersebut kurang diminati karena spesifikasi lokasinya kurang memadai. Tercapainya standarisasi ini mendapatkan nilai lebih bagi konsumen terhadap perusahaan sebagai bukti peningkatan kinerja secara efektif dan efisien. Dengan adanya analisis lokasi ini menjadikan kemudahan di berbagai hal.

Maka dengan adanya beberapa penjelasan dari faktor yang dapat memengaruhi kinerja operasional perusahaan tersebut, penulis berharap dapat menemui suatu cara dalam meningkatkan kinerja perusahaan sebagai bentuk pengembangan secara berkesinambungan agar senantiasa selalu bertahan di kondisi seperti apapun. Berangkat dari berbagai hal yang menjadi pertimbangan di atas maka menjadikannya sebagai dasar untuk melakukan skripsi dengan judul **“Pengaruh Desain Produk, Strategi Operasi, dan Lokasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan di Pt Paxel Algorita Unggul Kota Tasikmalya”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka identifikasi masalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana desain produk di PT. Paxel Jawa Barat.
2. Bagaimana strategi operasi di PT. Paxel Jawa Barat.
3. Bagaimana lokasi di PT. Paxel Jawa Barat.
4. Bagaimana kinerja operasional di PT. Paxel Jawa Barat.
5. Bagaimana pengaruh desain produk, strategi operasi, dan lokasi terhadap kinerja operasional perusahaan pada PT. Paxel Jawa Barat.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai dari hasil pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui desain produk di PT Paxel Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui strategi operasi di PT Paxel Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui lokasi di PT Paxel Jawa Barat.
4. Untuk mengetahui kinerja operasi di PT Paxel Jawa Barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh desain produk, strategi operasi, dan lokasi terhadap kinerja operasi di PT Paxel Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan/manfaat yang diharapkan oleh penulis hasil dari penelitian sebagai berikut:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah ilmu pengetahuan baru dan sebagai acuan guna dalam melakukan atau mengembangkan ilmu skripsi khusus mengenai pembahasan desain produk, strategi operasi, lokasi perusahaan.

2. Penerapan Ilmu Pengetahuan

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan penulis tentang objek yang diteliti baik secara teoritis maupun secara aplikasi, dengan harapan sewaktu – waktu bisa menerapkan hasil tersebut secara efektif dalam keadaan tertentu sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pada saat itu.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan Informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai desain produk, strategi operasi, lokasi perusahaan. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil dari penelitian bisa menjadi bahan pembandingan bagi pihak lain dalam tujuan peningkatan kinerja perusahaan khususnya dibidang desain produk, strategi operasi, lokasi perusahaan. Selain itu juga pembandingan dan acuan dalam melaksanakan penelitian atau tesis di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kantor cabang Paxel yang ada di Jawa Barat, yang mana dengan jumlah 13 cabang yang ada di Jawa Barat.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Untuk jadwal penelitian terinci dalam lampiran (Lampiran 1)