

**STRATEGI PEMILIHAN TRANSPORTER PENGIRIMAN BARANG
YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PELANGGAN**

TESIS



ERFIKHAR FADHLURRAHMAN

2171021028

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

**STRATEGI PEMILIHAN TRANSPORTER PENGIRIMAN BARANG
YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PELANGGAN**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**



ERFIKHAR FADHLURRAHMAN

2171021028

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

NAMA : Erfikhar Fadhlurrahman

NIM : 2171021028

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters and numbers, likely representing the author's name.

Tanggal : 14 Agustus 2020


HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Erfikhar Fadhlurrahman
NIM : 2171021028
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Strategi Pemilihan Transporter Pengiriman Barang
Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan

Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Adi Budipriyanto, ST., MT, ()

Penguji : Arief B. Suharko, PhD. ()

Penguji : Dr. Ir. BP. Kusumo Bintoro, M.B.A., ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Manajemen Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc, Ph.D., selaku Rektor Universitas Bakrie.
2. Bapak Ahmad Reza Widjaja, S.E, M.Sc., Ph.D., selaku Wakil Rektor Universitas Bakrie.
3. Bapak Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Sc., Ph.D., selaku Dekan akultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Pasca Sarjana Universitas Bakrie.
4. Bapak Arief B. Suharko, Ph.D., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Bakrie.
5. DR. Adi Budi Prayitno, ST., MT sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan juga membimbing penulis dalam menyusun tesis ini.
6. Kedua orang tua (Erin Sukriawan dan Budiyanti) serta adik (Erfakhri Fathurrahman) tercinta yang selalu memberikan motivasi dan juga semangat kepada penulis.
7. Sahabat terbaik Akira Bintang Fitra, Aji Gempur P, dan Putri Yuliasuti dan lainnya atas motivasi, semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis dan kebersamaannya selama ini.
8. Eka Wiranti yang telah memberikan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman Batch IX Program Magister Manajemen Universitas Bakrie yang sama – sama berjuang dalam membuat Tesis.

Semoga segala perbuatan baik yang diberikan kepada penulis dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, semoga Tuhan memberikan manfaat atas karya ini.

Jakarta, 05 April 2020

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and diagonal strokes, followed by a small 'f' at the end.

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erfikhar Fadhlurrahman

NIM : 2171021028

Program Studi : Magister Management

Jenis Tesis : Management

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PEMILIHAN TRANSPORTER PENGIRIMAN BARANG YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PELANGGAN

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 05 April 2020

Yang menyatakan



(Erfikhar Fadhlurrahman)

STRATEGI PEMILIHAN TRANSPORTER PENGIRIMAN BARANG YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PELANGGAN

Erfikhar Fadhlurrahman

ABSTRACT

Current technology has developed very rapidly especially in the purchase of goods. Purchase of goods can now be ordered via online. The uniqueness of goods available on the internet or marketplace has varied. The more unique the item, the faster it will sell well. Delivery service is also needed to accommodate the delivery of goods. Because of the limitations of mobility, currently most people prefer to shop online rather than shopping directly to shopping centers. As online shop users, they will certainly hesitate in choosing a shipping service, and considering some factors in choosing the shipping. Factors starting from the price, packaging of goods, shipping time, system services make users confused in choosing the best courier. The purpose of this study is to provide information to users in choosing the best shipping service by applying the Simple Additive Weighting method to calculate the case for selecting the type of goods delivery and physical analysis in purchasing goods online as a support for shipping goods.

Keywords: *Decision support system, purchase of goods, purchase of goods digitally, digital marketing, search applications, website purchasing goods*

STRATEGI PEMILIHAN TRANSPORTER PENGIRIMAN BARANG YANG SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PELANGGAN

Erfikhar Fadhlurrahman

ABSTRAK

Teknologi saat ini telah berkembang sangat pesat terlebih lagi dalam pembelian barang. Pembelian barang saat ini sudah dapat dipesan melalui online. Keunikan barang yang tersedia di internet atau marketplace telah beragam. Semakin unik barang tersebut, maka semakin cepat laku pula barang yang dijual. Jasa pengiriman pun dibutuhkan untuk mengakomodasi pengiriman barang. Karena keterbatasan mobilitas saat ini membuat kebanyakan orang lebih senang berbelanja secara online dibandingkan berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan. Sebagai pengguna online shop juga pastinya akan ragu dalam memilih jasa pengiriman barang sehingga mempertimbangkan sistem lain dalam memilih pengiriman barang. Mulai dari harga, pengemasan barang, lama pengiriman barang, layanan sistem hingga membuat para pengguna bingung memilih kurir yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada pengguna dalam memilih jasa pengiriman yang terbaik untuk melakukan perhitungan pada kasus pemilihan jenis pengiriman barang dan physical analysis dalam pembelian barang secara online sebagai penunjang pengiriman barang.

Kata kunci: *Decision support system, purchase of goods, purchase of goods digitally, digital marketing, search applications, website purchasing goods*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABLE	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat	6
1.5. Batasan Masalah	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Supply Chain	7
2.1.1 Definisi Supply Chain.....	7
2.1.2 Supply Chain Performance	8
2.2. Definisi Manajemen Operasional	10
2.3. Teori Manajemen Distribusi Dan Transportasi	11
2.3.1 Manajemen Distribusi.....	11
2.3.2 Transportasi	21

2.3.3	Jenis-Jenis Transportasi	21
2.3.4	Biaya Harga	23
2.4.	Perilaku Pembelian.....	26
2.4.1	Risiko Pembelian Secara Online.....	26
2.5.	Definisi Pengambilan Keputusan	27
2.5.1	Keputusan Pembelian	27
2.5.2	Proses Keputusan Pembelian.....	27
2.6.	Customer Experience	30
2.7.	Customer Satisfaction	31
BAB III	METODOLOGI.....	33
3.1.	Deskripsi Problem	33
3.2.	Kerangka Pikir.....	34
3.3.	Obyek Penelitian	36
3.4.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
3.5.	Tekhnik Pengumpulan Data	37
3.5.1	Pengumpulan Data Barang	37
3.5.2	Pengumpulan Data Biaya Pengiriman	38
3.6.	Metode Analisis Data.....	38
3.7.	Validasi Data	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2.	Subjek Penelitian	42
4.3.	Hasil Penelitian	42
4.3.1	Jenis Transportasi Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan.....	43
4.3.2	Bagaimana Biaya Pengiriman Barang Yang Tepat	51
4.3.3	Proses Customer Satisfaction Dalam Pengiriman Barang.....	54
4.3.4	Proses Customer Journey Dalam Pengiriman Barang.....	59

4.4. Data Biaya	69
4.5. Pembahasan.....	72
4.5.1 Hasil Pembahasan Distribusi	74
4.5.2 Hasil Pembahasan Biaya dan Transportasi Distribusi	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet	2
Gambar 1. 2 Transaksi E-Commerce Indonesia	4
Gambar 1. 3 Konsumen E-Commerce Indonesia (2012 - 2016)	4
Gambar 2. 1 Decision-making framework for operations in the supply chain.....	7
Gambar 2. 2 Lima Proses Inti Supply Chain pada model SCOR.	8
Gambar 2. 3 Sistem Konversi	11
Gambar 2. 4 Manufacturer Storage with Direct Shipping	14
Gambar 2. 5 Manufacturer Storage with Direct Shipping and In-Transit Merge..	15
Gambar 2. 6 Distributor Storage with Package Carrier Delivery	16
Gambar 2. 7 Distributor Storage with last-mile Delivery.....	17
Gambar 2. 8 Manufacturer or Distributor Storage with Customer Pickup.....	18
Gambar 2. 9 Relationship Among Transportation Participants.	25
Gambar 2. 10 Proses Keputusan Pembeli.....	28
Gambar 3. 1 Kerangka Pikir	34
Gambar 3. 2 Struktur Hirarki Penentuan Strategi Distribusi Pengiriman.....	35

DAFTAR TABLE

Tabel 2. 1 Mode of Transportation	22
Tabel 4. 1 Pengiriman Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Suatu Barang Mempengaruhi Kecepatan Suatu Pengiriman	47
Tabel 4. 3 Area Pengiriman Mempengaruhi Proses Pengiriman Barang	49
Tabel 4. 4 Customer Satisfaction Dalam Pengiriman Barang	56
Tabel 4. 5 Resiko Kerusakan Dalam Pengiriman Barang	58
Tabel 4. 6 Alur Proses Pemesanan Barang Sampai Dengan Pengiriman Barang..	61
Tabel 4. 7 Customer Journey Dalam Pengiriman Barang	64
Tabel 4. 8 Customer Statisfaction Berpengaruh Kepada Customer Journey.....	66
Tabel 4. 9 Menjaga Konsumen Agar Menjadi Pelanggan Setia	68
Tabel 4. 10 Tarif Biaya Kirim Barang Lazada	69
Tabel 4. 11 Tarif Biaya Kirim Barang Gosend.....	70
Tabel 4. 12 Tarif Biaya Kirim Barang J&T	71
Tabel 4. 13 Maksimal Berat Barang 20kg dan Jarak 20km.....	78
Tabel 4. 14 Maksimal Berat Barang 20kg dan Jarak 20km – 40km.....	78
Tabel 4. 15 Maksimal Berat Barang 20kg dan Jarak Lebih Dari 40km	79
Tabel 4. 16 Berat Barang Lebih Dari 20kg dan Masimal Jarak 20km	80
Tabel 4. 17 Berat Barang Lebih Dari 20kg dan Jarak 20km – 40km	80
Tabel 4. 18 Berat Barang Lebih Dari 20kg dan Jarak 20km – 40km	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bagaimana menurut anda tentang customer satisfaction dalam pengiriman barang?	88
Lampiran 2. Bagaimana menurut anda tentang customer journey dalam pengiriman barang?	89
Lampiran 3. Bagaimana customer satisfaction berpengaruh kepada customer journey?.....	90
Lampiran 4. Menurut anda kendala apa yang mempengaruhi faktor-faktor dalam pengiriman barang?.....	90
Lampiran 5. Apakah area pengiriman mempengaruhi proses pengiriman barang?	91
Lampiran 6. Ketika konsumen membutuhkan informasi terkait pengiriman barang, apa yang dilakukan perusahaan?	92
Lampiran 7. Apakah dimensi barang mempengaruhi proses pengiriman barang?	92
Lampiran 8. Karakteristik jenis barang apa yang membuat pesanan sampai pada tujuan?	93
Lampiran 9. Apakah jenis transportasi mempengaruhi dalam pengiriman barang?	93
Lampiran 10. Bagaimana resiko kerusakan dalam pengiriman barang?	94
Lampiran 11. Apa saja komplek dari customer yang anda terima?.....	95
Lampiran 12. Jika ada keterlambatan pengiriman maka siapa yang akan bertanggung jawab dan apa solusinya?	95
Lampiran 13. Bagaimana alur proses pemesanan barang sampai pengiriman barang?	96
Lampiran 14. Berapa lama waktu pengiriman barang hingga sampai ke konsumen?	97
Lampiran 15. Apa yang dilakukan perusahaan untuk menjaga konsumen agar menjadi pelanggan setia?	97
Lampiran 16. Apakah pernah berbelanja di Lazada?	98
Lampiran 17. Bagaimana menentukan pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan?	98

Lampiran 18. Mengapa anda memutuskan pengiriman tersebut?	99
Lampiran 19. Apa keuntungan anda memilih pengiriman tersebut?	99
Lampiran 20. Bagaimana menurut anda biaya pengiriman yang anda pilih?.....	99
Lampiran 21. Bagaimana menurut anda tentang customer satisfaction dalam pengiriman barang?	100
Lampiran 22. Bagaimana menurut anda tentang customer journey dalam pengiriman barang?	100
Lampiran 23. Sejauh mana pelacakan pengiriman barang membantu anda dalam membeli barang?	100