

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Christopher (2005), Logistik adalah proses manajemen strategis untuk dalam mencari, memindahkan dan menyimpan bahan baku, suku cadang, dan produk, serta aliran informasi terkait melalui suatu organisasi dan saluran pemasarannya dengan cara memaksimalkan keuntungan bisnis, sekarang dan di masa depan dengan cara memaksimalkan efisiensi pemenuhan pesanan.

Menurut buku *fundamentals of management logistic*, Ada beberapa tahapan pengembangan terkait konsep logistik, Yang pertama kali terjadi pada tahun 1950-an dan 1960-an, Ketika logistik kebanyakan diperuntukkan untuk membantu organisasi militer. Namun seiring dengan perkembangannya, konsep logistik juga ikut berkembang dan memengaruhi industri.

Tahap kedua pada masa 1960an-1970an, Adalah dekade penting dalam perkembangan konsep logistik. Salah satu perubahan yang paling signifikan dalam tahap ini adalah meningkatnya persepsi perusahaan untuk mengintegrasikan fungsi logistik ke dalam struktur manajemen operasional organisasi mereka. Pada 1980-an, di mana logistik dan distribusi beralih ke perencanaan jangka panjang karena biaya yang meningkat pesat. Pertumbuhan sektor jasa juga semakin cepat di bawah dorongan berbagai perusahaan dalam pengembangan teknologi dan perangkat informasi.

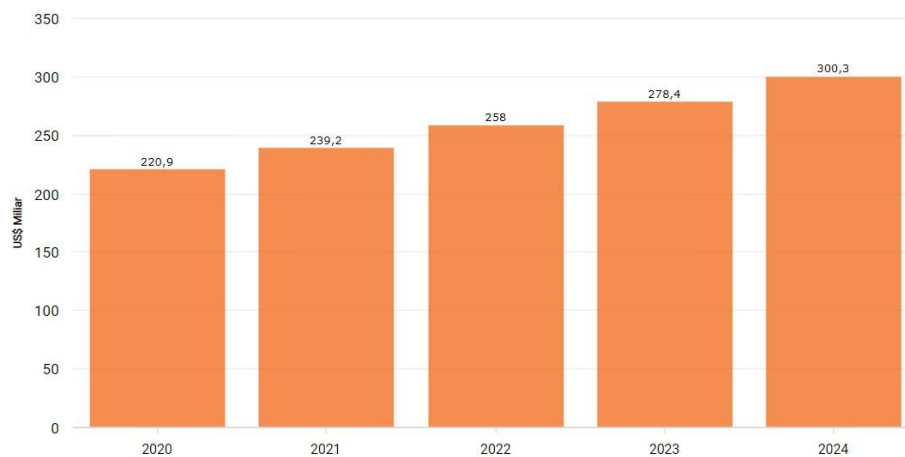
Tahap berikutnya terjadi pada 1990-an. Proses logistik semakin berkembang pesat. Tidak hanya melakukan tugas utama mengangkut barang, Tetapi juga membantu membawa produk ke konsumen akhir. Pada tahun 2000 Hingga saat ini, sebagian besar organisasi di sektor logistik telah mengambil visi fungsional logistik. Visi ini membantu operasional logistik terus berkembang dan memunculkan ide-ide dan inovasi baru untuk meningkatkan operasional logistik untuk mencapai tujuan bisnis para pelaku industri logistik (Savitri, 2022).

Melansir informasi yang didapatkan dari situs Pos Indonesia (Pos Indonesia, n.d.). Pos Indonesia didirikan oleh Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff di Batavia (Jakarta) pada tanggal 26 Agustus 1746 pada masa penjajahan Belanda sebagai pionir bisnis logistik di Indonesia. Pos ini didirikan dengan tujuan untuk menjamin keamanan surat-surat warga, Terutama dalam memberikan layanan diluar Jawa dan mereka yang melakukan perjalanan dari dan ke Belanda, Di tahun 1875, kantor pos ditetapkan sebagai layanan telegraf dengan status layanan dengan nama *POSTEN TELEGRADFDIENST*.

Di tahun 1978 direorganisasi menjadi Pos dan *Gir Generalgesellschaft*, dan saat itu telah memantapkan dirinya sebagai cabang dalam organisasi layanan pos dan giro domestik dan internasional. Selama menjadi Perusahaan Umum (Perum) selama 17 tahun. Pada tanggal 20 Juni 1995, didirikan menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Berikut adalah data perkembangan industri logistik Indonesia tahun 2020-2024

Proyeksi Pendapatan Pasar Logistik Indonesia 2020-2024

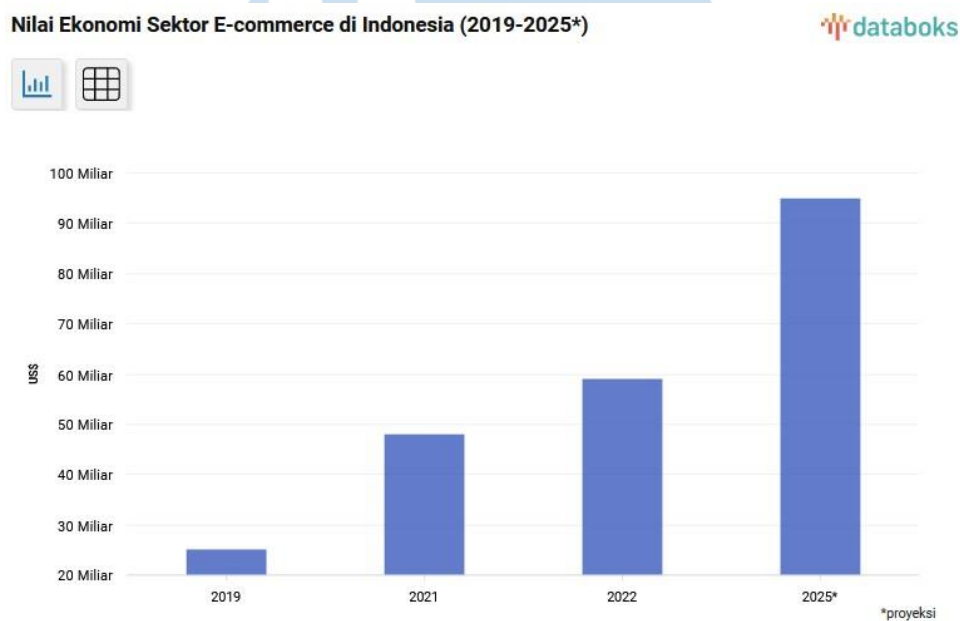


Gambar 1. 1 Proyeksi Pendapatan pasar logistik Indonesia tahun 2020-2024

Sumber: Databoks, 2020

Berdasarkan gambar 1.1, tren penjualan pasar logistik Indonesia diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2024, menurut laporan Ken *Research*. Pada tahun 2020, pendapatan logistik Indonesia mencapai \$220,9 Miliar dan diperkirakan akan meningkat menjadi \$300,3 Miliar pada tahun 2024. Ini termasuk transportasi barang, pergudangan, kurir, pengiriman ekspres dan layanan parcel. Selain itu, Ada layanan tambahan dan *Cold Chain Logistic* (Jayani, 2020)

Perkembangan industri ini sangat baik karena didukung oleh meningkatnya tren *E-commerce*, Seperti data berikut ini



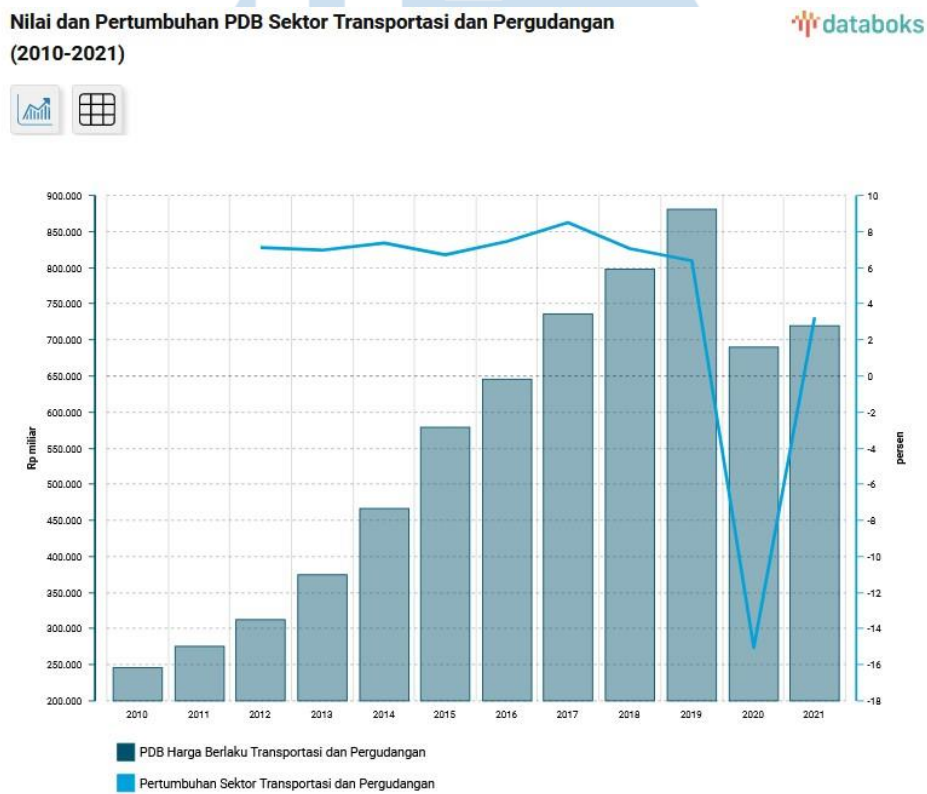
Gambar 1. 2 Data nilai ekonomi pada sektor E-commerce di Indonesia

Sumber: *Databoks*, 2022

Sektor *E-commerce* di Indonesia terus bertumbuh dalam beberapa tahun terakhir, dan faktanya, nilai ekonominya kini telah melampaui nilai sebelum pandemi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Google, Temasek dan *Bain and Company*, nilai ekonomi *E-commerce* Indonesia akan mencapai \$59 miliar pada tahun 2022 atau menyumbang sebesar 76,62% dari total ekonomi digital Indonesia sebesar \$77 miliar. Nilai ekonomi *E-commerce* akan tumbuh 22% *year-on-year* pada tahun 2022, Yaitu masih sekitar \$48 miliar. Dibandingkan sebelum pandemi, nilai

ekonomi *E-commerce* Indonesia meningkat tajam sebesar 136% tahun ini, dibandingkan hanya \$25 miliar pada tahun 2019. Google, Temasek dan *Bain and Company* juga memperkirakan nilai ekonomi *E-commerce* di Indonesia akan terus akan terus tumbuh dan mencapai \$95 miliar di tahun 2025 (Annur, 2022).

Adanya perkembangan yang signifikan pada *E-commerce* terlihat dari volume belanja yang naik dan memberikan pengaruh terhadap sektor transportasi dan pergudangan, Tren yang positif juga ditunjukkan dalam nilai dan pertumbuhan dalam sektor transportasi dan pergudangan, Seperti data di bawah ini:

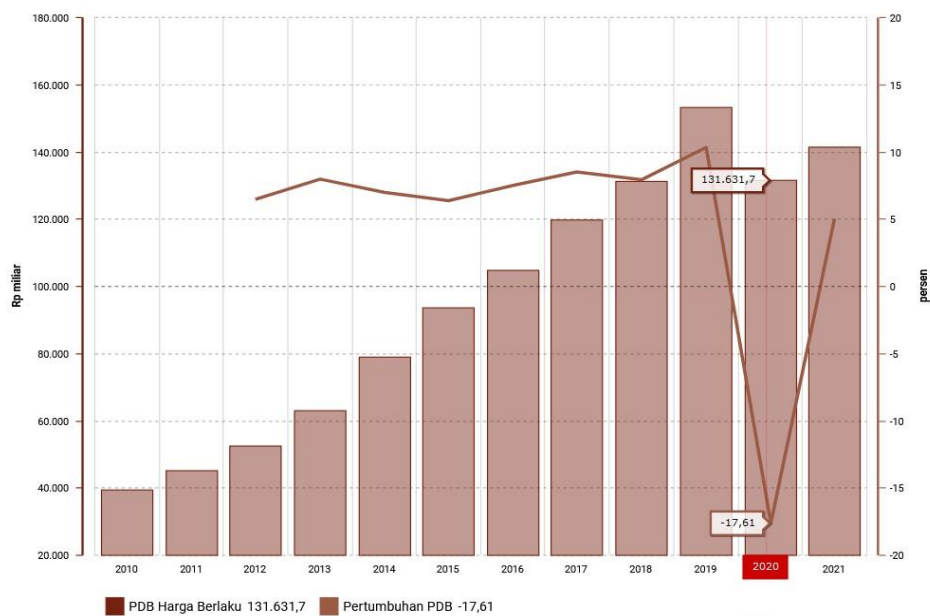


Gambar 1. 3 Data nilai dan pertumbuhan PDB di sektor transportasi dan pergudangan

Sumber: Databoks, 2022

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) sektor pengangkutan dan pergudangan Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) pada tahun 2021 mencapai Rp 719,63 triliun. Jumlah tersebut hanya sebesar 4,24 persen PDB negara setara Rp 16,97 triliun. PDB sektor transportasi dan pergudangan yang

diukur berdasarkan harga konstan (ADHK) 2010 meningkat 3,24% *year-on-year* menjadi Rp 406,19 Triliun pada tahun 2021. Keberhasilan tersebut lebih tinggi dibandingkan tahun 2020 yang turun 15,05%. Sektor transportasi lumpuh pada tahun pertama pandemi Covid-19 karena diberlakukannya pembatasan kegiatan sosial untuk memutus rantai penyebaran virus corona. Dikarenakan hal tersebut, ini berdampak terhadap mobilitas orang-orang yang menyebabkan sektor ini mengalami penurunan secara drastis dan mengalami pertumbuhan secara negatif di tahun 2020. Dari tahun 2011 hingga 2019, Sektor transportasi dan pergudangan di negara ini tumbuh dengan rata-rata pertumbuhan tahunan sebesar 7,31%. Laju pertumbuhan tertinggi mencapai 8,49% pada tahun 2017, dan laju pertumbuhan terendah mencapai 6,38% pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan pertumbuhan sektor transportasi dan pergudangan belum mampu pulih ke tingkat sebelum pandemi pada tahun 2021. Laju pertumbuhan sektor transportasi juga masih lebih rendah dibandingkan laju pertumbuhan ekonomi yang mencapai 3,69 persen di tahun 2021 (Kusnandar, 2022).



Gambar 1. 4 Grafik pertumbuhan dan nilai di sektor pergudangan dan jasa angkut tahun 2010 sampai 2021

Sumber: Databoks, 2022

Kehadiran *marketplace* yang memunculkan fenomena bisnis *online* mampu mempercepat pertumbuhan layanan pendukung penyimpanan dan transportasi tanah air. Seiring dengan meningkatnya permintaan barang, Maka perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa barang (logistik) juga semakin berkembang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB), termasuk jasa pos dan kurir akan meningkat mencapai Rp 141,53 Triliun pada tahun 2021. Nilai tersebut mewakili 19,67 persen PDB negara untuk sektor transportasi dan pergudangan yakni sebesar Rp 719,63 triliun dan 0,83 persen PDB negara. Berdasarkan PDB Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) tahun 2010. Sektor penyimpanan mencapai Rp 66,38 triliun pada tahun lalu, naik 5,03% *year-on-year*. Capaian tersebut melebihi laju pertumbuhan PDB nasional yang hanya tumbuh sebesar 3,69 persen pada tahun 2021. Pada tahun pertama pandemi covid-19, Sektor jasa pergudangan dan angkutan menyusut sebesar 17,61 persen. Lumpuhnya seluruh lini komersial akibat pembatasan aktivitas sosial masyarakat menyebabkan pertumbuhan industri menjadi negatif. Namun, tidak menutup kemungkinan akan bangkit dan tumbuh pada tahun 2021 seiring membaiknya perekonomian dalam negeri. Selama 11 tahun terakhir, Sektor pergudangan tumbuh rata-rata 5,15% per tahun. Berdasarkan grafik, mencapai nilai tertingginya pada tahun 2019 dan mencatatkan pertumbuhan dua digit (Kusnadar, 2022).

Indeks Harga Konsumen Jasa Pengiriman Barang (Sep 2021-Sep 2022)



Gambar 1. 5 Grafik Indeks Harga Konsumen setiap triwulan

Sumber: *Databoks, 2022*

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Indeks Harga Konsumen (IHK) jasa pengiriman barang pada September 2022 sebesar 116,46 meningkat 0,34 persen dari bulan sebelumnya. Dibandingkan pada bulan Desember 2021, harga jasa pengiriman barang mengalami kenaikan sebesar 1,89% (*year-on-year*). Data ini pun meningkat pada bulan September dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tarif jasa pengiriman barang ini naik 1,94% (*Year On Year/YOY*) (Kusnandar, *databooks, 2022*).

Kebiasaan belanja *online* semakin meningkat karena masyarakat membatasi aktivitas di luar rumah sejak pandemi Covid-19 melanda selama hampir 3 tahun, sehingga belanja *online* masih menjadi pilihan hingga saat ini. Hal ini menjadi peluang bagi ekonomi digital untuk berkembang di Indonesia. Adanya penutupan *shopping mall* pada masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang kemudian diikuti dengan penguatan aturan pembukaan pusat perbelanjaan pada masa PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) menyebabkan membuat masyarakat membatasi aktivitas masyarakat dan membuat masyarakat melakukan segala aktivitasnya di rumah. Tren yang hanya berkembang di daerah perkotaan juga bisa dimanfaatkan di pedesaan karena semakin berkembangnya teknologi jasa logistik, selain itu dengan adanya sistem ini semakin membuat perkembangan belanja *online* semakin pesat. Bahkan hal tersebut masih menjadi kebiasaan pilihan masyarakat saat ini, Meski setiap aktivitas bisa dilakukan secara *offline*. (Pancawati, 2023)

Namun, Pertumbuhan bisnis logistik dan *online* masih membutuhkan solusi yang lebih baik. Termasuk masalah pengiriman, di mana pihak logistik dapat memastikan pengiriman barang pelanggan sampai tepat waktu. *E-commerce* membutuhkan partner logistik *E-commerce* perusahaan agar semua operasional bisnis dapat berjalan dengan lancar. Biasanya ini terjadi selama transportasi dan pengiriman. Barang yang dikirim dari satu daerah ke daerah lain sering tertunda dan tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Terkadang ada juga jasa logistik yang mengantarkan

barang tidak sesuai dengan alamat konsumen. Artinya, Jika perusahaan *E-commerce* mengimplementasikan solusi logistik dengan baik, Semua masalah juga akan terselesaikan dengan baik (sera.astra, n.d.)

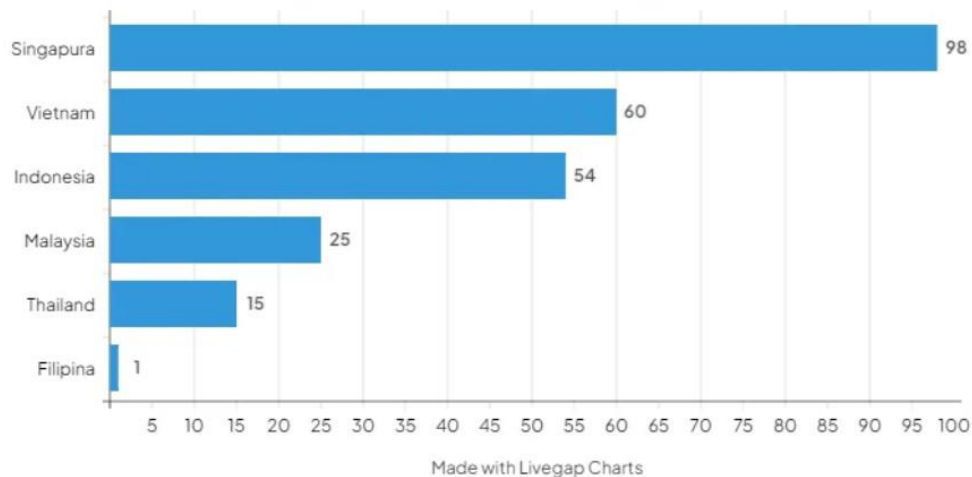
Wong (2010) mengemukakan bahwa perdagangan elektronik, yang biasa disebut *E-commerce*, mencakup aktivitas pembelian, penjualan, dan promosi barang dan jasa melalui sistem elektronik, termasuk namun tidak terbatas pada radio, televisi, jaringan komputer, dan internet. Fenomena *E-commerce*, juga dikenal sebagai perdagangan *online*, mengalami perluasan yang terus-menerus seiring dengan meluasnya pengaruh transformasi digital di berbagai bidang kehidupan sehari-hari. Berbeda dengan metode pembelian tradisional, perdagangan elektronik (*E-commerce*) menghadirkan serangkaian keuntungan yang meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi pengalaman berbelanja.

Menurut proyeksi, sektor *E-commerce* di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan besar pada tahun 2023, yang sebagian besar didorong oleh meningkatnya tingkat belanja rumah tangga di negara ini. Menurut firma analisis tren bisnis WGSN, sektor ritel di Indonesia diperkirakan akan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sehingga menempatkannya sebagai salah satu industri yang berkembang paling pesat di kawasan Asia-Pasifik pada tahun 2023. Informasi tersebut disajikan dalam sebuah penelitian yang baru-baru ini diterbitkan berjudul "*Asia: Markets to Watch 2023*," yang ditulis oleh WGSN. Selain itu, WGSN menilai Indonesia sebagai negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara telah berhasil merevitalisasi berbagai sektor industri pasca pandemi Covid-19. Sektor-sektor tersebut meliputi produk konsumen, ritel, dan infrastruktur. Menurut Ibu Anya Suhardi, konsultan yang berspesialisasi di kawasan Asia-Pasifik di WGSN, Indonesia, sebagai negara berkembang, telah mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan karena pesatnya ekspansi sektor *E-commerce*. Pertumbuhan ini menempatkan Indonesia di antara negara-negara dengan tingkat pembangunan ekonomi tertinggi secara global. Pasca pandemi Covid-19, Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mengalami lonjakan signifikan

pada tahun 2022, mencapai angka tertinggi yang tercatat sebesar 5,31% selama sembilan tahun terakhir. (Nur Rahma, 2022).

Pangsa e-Commerce Lokal di 6 Negara Asia Tenggara

Sumber: iPrice



Gambar 1. 6 Data pangsa pasar E-commerce di Asia Tenggara

Sumber: iPrice, 2022

Pangsa *E-Commerce* lokal di Asia Tenggara masih dikuasai oleh Singapura dengan total 98% dari total platform yang beroperasi di negara tersebut, Hasil ini sebetulnya tidak mengejutkan dikarenakan Singapura memiliki 2 perusahaan *unicorn* di bidang *E-commerce* yang memimpin pangsa pasar, Yaitu Shopee dan Lazada. Indonesia sendiri berada diposisi ketiga sebesar 54%. (Indrajaya, 2022).

Adanya pandemi *Covid-19* membuat industri ini semakin dibutuhkan dikarenakan harus mengurangi interaksi antar manusia untuk mencegah menyebarnya penyakit corona ini. Menurut catatan dari Asosiasi Logistik Indonesia (ALI), jumlah arus pengiriman barang tercatat meningkat hingga 40% selama pandemi Covid-19. Peningkatan ini didorong oleh beberapa sektor, seperti industri farmasi, alat kesehatan, dan barang konsumsi (*consumer goods*). Menurut ketua umum ALI Mahendra Rianto, mengatakan arus barang terbesar terjadi pada *last-mile delivery*, Yaitu pengiriman dari ritel /toko langsung ke konsumen. Sektor ini didukung oleh

banyaknya perusahaan farmasi yang menjual produknya melalui *E-commerce*/toko *online* (Fitri, 2022)

Namun perlu diwaspadai karena dua tahap lainnya, terutama tahap pengiriman mil pertama, sehingga disarankan untuk berhati-hati. Pasalnya, banyak negara yang melakukan *lockdown* di awal pandemi, Sehingga aktivitas perdagangan internasional menurun. Hal tersebut juga membuat kelangkaan kontainer yang membuat biaya pengiriman melonjak. Lain halnya dengan di dalam negeri, meski pemerintah telah memberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), Untuk pengiriman barang sendiri tidak mengalami hambatan pengiriman dan keterlambatan (Rabbi, 2021)

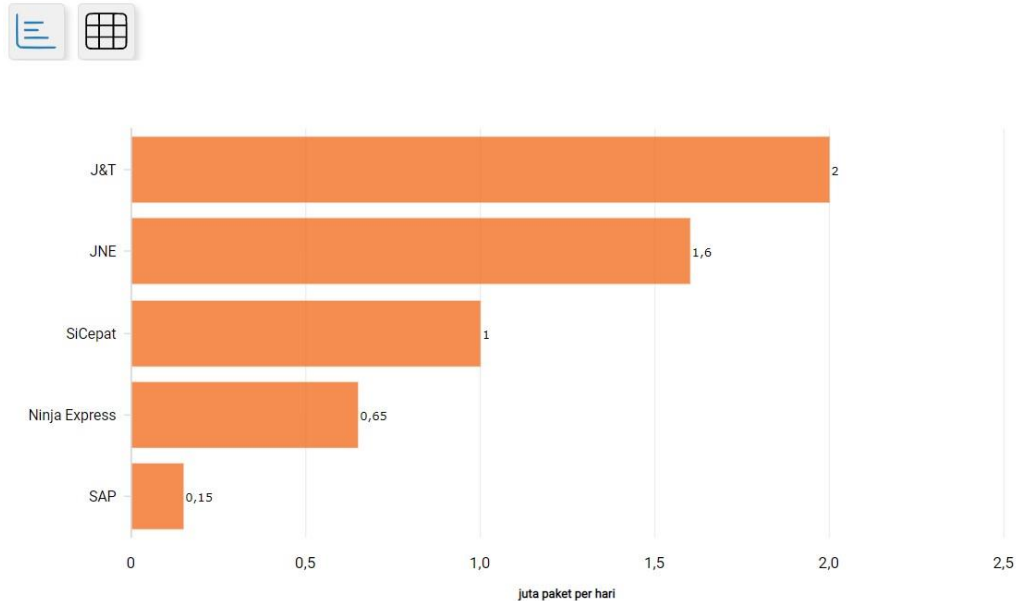
Perluasan perdagangan elektronik dan peningkatan pendapatan individu untuk belanja domestik semakin merangsang industri jasa logistik dan transportasi. Penting untuk diketahui bahwa, berdasarkan perkiraan yang diberikan oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (IDEA), proyeksi nilai transaksi *E-commerce* diperkirakan akan mencapai Rp 700 triliun pada tahun 2023. Untuk sementara, Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan sektor *E-commerce* sebesar 12% pada tahun 2023. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Google, Temasek, dan *Bain & Company*, diperkirakan nilai ekonomi perdagangan elektronik di Indonesia akan berjumlah sekitar \$59 miliar pada tahun 2023. tahun 2022. Angka tersebut mewakili porsi yang signifikan, khususnya 76,62 persen, dari keseluruhan ekonomi digital Indonesia, atau setara dengan sekitar \$77 miliar. Industri *E-commerce* diperkirakan akan mengalami pertumbuhan substansial sebesar 22% pada tahun 2022, lebih tinggi dibandingkan nilai tercatat sebesar \$48 miliar pada tahun 2021 sebelumnya. kekuatan konsumen rumahan. Berdasarkan perkiraan Badan Pusat Statistik (BPS), diperkirakan akan terjadi peningkatan pengeluaran konsumsi rumah tangga Indonesia sebesar 4,93% pada tahun 2022. Tingkat pertumbuhan yang diamati menunjukkan kenaikan sebesar 2,91% dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan. terlihat pada tahun 2021, yang hanya mencapai 2,02% (Putra, 2023).

Selain adanya perubahan masyarakat yang menjadikan *E-commerce* sebagai gaya hidup, hal yang mendorong bisnis ini semakin bertumbuh adalah beragamnya

segmentasi usaha yang membuat semakin kompetitifnya persaingan. Hal ini juga membantu industri kreatif semakin mendapatkan pijakan di hati konsumen berkat pertumbuhan pasar dan penyedia jasa logistik. Menurut Bank Indonesia (BI), pada paruh pertama di tahun 2022, total nilai transaksi *E-commerce* mencapai Rp 227,8 triliun. Jumlah ini meningkat sebesar 22,1% apabila dibandingkan pada periode yang sama di tahun 2021. Selain itu, volume perdagangan meningkat secara signifikan dari Januari hingga Juni 2022. Volume transaksi *E-commerce* mencapai 1,74 juta, meningkat 39,9% setiap tahunnya (*Year-on-Year/YOY*) (Kencana, 2022).

Dikarenakan makin tumbuhnya seiring dengan semakin meluasnya *E-commerce*, bisnis jasa pengiriman barang/ekspedisi di Indonesia diperkirakan akan terus bertumbuh juga. Menurut Direktur Utama Asperindo, Syarifuddin ada dua faktor lain yang terus mendorong pertumbuhan industri pengiriman barang. pertama, usaha pengiriman barang akan selalu ada selama masih ada perdagangan. Hingga saat ini, belum ada teknologi yang memungkinkan barang dapat diangkut dari satu tempat ke tempat lain tanpa melalui perantara. Kedua, pengiriman produk di Indonesia meningkat sebesar 14,7 persen setiap tahunnya. Meningkat jika dibandingkan dengan tahun lalu yang nilainya mencapai 2,105 triliun rupiah (Rahman, 2017).





Gambar 1. 7 Data perusahaan logistik di Indonesia dengan volume pengiriman terbanyak

Sumber : Databoks, 2022

Selain itu kenaikan ini dibuktikan dengan berkembangnya salah satu *start-up* J&T Express yang mampu merambah ke berbagai negara, seperti Singapura, Malaysia, Singapura, Vietnam, Kamboja, dan Indonesia. Perusahaan ekspedisi ini juga menarik perhatian investor, terbukti dengan pendanaan J&T sebesar \$2,5 miliar pada 2021. Pada akhir tahun 2021, J&T dikabarkan mempunyai nilai valuasi sebesar 20 Miliar dolar atau sekitar Rp 283,78 Triliun. Dengan valuasi sebesar itu, Membuat J&T menyanggah status *decacorn* (sebuah *startup* yang bernilai lebih dari \$10 miliar). Hal tersebut juga didukung dengan semakin banyaknya pengguna yang memakai jasa J&T (Pahlevi, 2022)

Salah satu aspek manajemen terpenting dalam pengelolaan jasa logistik adalah kurir. Kurir sendiri berasal dari Bahasa Inggris yang berarti jasa ekspedisi, yaitu suatu perusahaan atau perorangan yang tugasnya mengirimkan pesan atau paket dari suatu tempat ke tempat lain. Kurir ekspedisi memiliki tugas yang mulia, Karena mereka memiliki beban dan amanah para pengirim barangnya untuk memastikan

barang yang dikirim sampai tujuan dengan aman, tepat serta tidak salah alamat. Karena semakin pesat perkembangan bisnis *online*, Ini juga berpengaruh terhadap kurir ekspedisi. Seiring dengan berkembangnya teknologi, Sekarang sudah ada aplikasi untuk memantau dan melacak keberadaan kurir dan pesanan pembeli (Access logistik, n.d.)

Tabel 1. 1 Data turnover intention kurir di PT Shopee Express tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah karyawan	Jumlah karyawan keluar	Persentase
2019	160	20	12,5%
2020	157	29	18,47%
2021	140	15	10,71%

Sumber : PT Shopee Express Kota Bandung

Dari tabel 1.1, Menunjukkan angka *turnover* yang tinggi yang dialami PT Shopee Express menunjukkan bahwa kurir yang mengundurkan diri sangat banyak, Bahkan dalam 3 tahun terakhir angka kurir semakin menurun, Namun dalam 3 tahun terakhir ini, Angka kurir yang keluar pada tahun terakhir sangat rendah baik dari persentasenya maupun dari jumlah karyawan yang keluar. Angka-angka ini sudah menunjukkan adanya permasalahan *turnover* di PT Shopee Express menjadi isu besar karena jumlah *turnover* dalam 3 tahun terakhir karena rata-rata yang dari data tercantum adalah 13,89%. Alasan utama banyak kurir yang keluar ialah lingkungan kerja yang tidak menentu dikarenakan mereka bekerja di luar lingkungan perusahaan dan beban kerja mereka yang sangat tinggi bagi karyawan membuat mereka berniat untuk keluar dari perusahaan.

Keadaan lingkungan kerja kurir yang jauh berbeda dibandingkan pekerja kantoran yang mempunyai sebuah ruangan, Kurir memiliki lingkungan kerja di luar ruangan atau sering disebut pekerja lapangan yang tidak mempunyai ruang gerak yang terbatas. Hal lain yang kebetulan diketahui para kurir adalah beban kerja mereka yang *overload* apabila ada *flash sale* atau hari besar belanja *online* seperti 12.12, Hal ini membuat barang yang akan dikirim terlalu banyak hingga membuat staf kewalahan dan berakibat gagalnya kiriman sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu (Novianti & Suwarsi)

Berikut Data *turnover* kurir di PT Pos Indonesia

Tabel 1. 2 Data *turnover* karyawan di PT Pos kantor pusat Cilaki Bandung

Tahun	Karyawan Masuk	Karyawan Keluar	Turnover Rate
2019	9	16	5,44%
2020	11	18	5,76%
2021	10	19	7,92%

Sumber : PT. Pos Kantor Pusat Cilaki Bandung

Dari data tersebut, Dapat diperoleh bahwa tingkat *turnover* dalam 3 tahun terakhir selalu meningkat dan karyawan yang keluar juga lebih banyak dibandingkan karyawan yang masuk, Berdasarkan data-data yang telah diperoleh, Tingkat komitmen organisasi yang dimiliki PT Pos Indonesia (Persero) di Cilaki Bandung belum optimal. Ini terlihat dari menurunnya serta kinerja karyawan yang belum maksimal, Ketidakhadiran yang tinggi dan juga tingkat *turnover* karyawan yang meningkat dalam 3 tahun terakhir. Hal ini dipicu oleh menurunnya kinerja pegawai yang dapat menghambat tercapainya tujuan organisasi atau instansi yang disebabkan pegawai kurang tekun dalam melakukan pekerjaannya, Sehingga membuat pekerjaan tertunda dan tidak selesai dengan tepat waktu. Diharapkan dengan adanya disiplin kerja yang baik dan komitmen untuk organisasi yang baik diharapkan dapat meningkatkan kinerja pegawai. Salah satu hal yang penting ialah bahwa berlatih disiplin dapat mendorong untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan memiliki komitmen terhadap organisasi, Oleh sebab itu karyawan dianjurkan untuk memaksimalkan pekerjaannya untuk mencapai tujuan organisasi (Febrian F. , 2022)

Berikut data *turnover* kurir di PT J&T

Tabel 1. 3 Data *turnover* kurir J&T Express Februari 2018 - Februari 2019

Tabel 1. Data *Employee Turnover*

Bulan	Karyawan Keluar	Total
Februari 2018	6	70
Maret 2018	5	70
April 2018	8	70
Mei 2018	4	70
Juni 2018	5	70
Juli 2018	3	70
Agustus 2018	5	70
September 2018	5	70
Oktober 2018	1	70
November 2018	7	70
Desember 2018	10	70
Januari 2019	4	70
Februari 2019	3	70
Total	68	840
Presentase <i>Turnover</i>		$(68/840) \times 100\% = 8,09\%$

Sumber: Data PT J&T Express Jakarta Utara (2019)

Melihat tabel di atas, terlihat tingkat *turnover* kurir pengiriman J&T Express sangat tinggi, menunjukkan 68 karyawan meninggalkan perusahaan setiap bulannya dalam setahun terakhir. Menurut Leonard (2019), statistik tersebut menunjukkan *turnover* merupakan masalah utama di J&T express, karena jumlah karyawan yang keluar pada tahun lalu lebih tinggi dari rata-rata, yaitu sebesar 8,09% (<http://repository.fe.unj.ac.id/8519/3/Chapter1.pdf>)

Berikut adalah data *turnover* pada kurir JNE

Tabel 1. 4 Tabel jumlah kurir yang keluar dan masuk tahun 2016 – 2019

Data Keluar Masuknya Kurir Pengiriman Barang Tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah	Keluar	Masuk
2016	43	8	7
2017	42	9	6
2018	39	7	11
2019	43	8	10

Sumber : Unit HR PT JNE Cabang Cilacap (2019)

Melihat tabel 1.4 di atas, terlihat bahwa jumlah kurir yang masuk dan keluar mengalami peningkatan selama 4 tahun terakhir. Hal ini dikarenakan para pengantar

barang percaya bahwa banyak masalah yang terkait dengan pekerjaan mereka dan juga rutinitas kerja mereka yang membosankan (Aji & Pratama).

INDUSTRI /

Kisah Ojol & Kurir: Kerja 54 Jam Sepekan, Kelelahan, Cemas Hingga Penghasilan Anjlok

Sabtu, 11 Maret 2023 / 11:10 WIB



Gambar 1. 8 Kisah para kurir dan ojol yang terlalu banyak kerja hingga kelelahan sehingga penghasilan anjlok

Sumber : kontan.co.id

Sayangnya, perluasan sektor ini tidak dibarengi dengan kemajuan kesejahteraan kurir. Meskipun dianggap sebagai garda depan *E-commerce*, sebagian besar kurir, yaitu lebih dari 66%, menyatakan keinginan untuk mengundurkan diri dari jabatannya saat ini dan beralih ke pekerjaan kantoran dengan jam kerja konvensional, khususnya dari pagi hingga sore hari. Ada alasan di balik keputusan mereka. Faktor utama yang berkontribusi terhadap lingkungan kerja yang negatif dan ketidakstabilan keuangan diidentifikasi sebagai penyebab utama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yorga Permana, mahasiswa *London School of Economics*. Data menunjukkan bahwa hanya 5% pengemudi ojek *online* yang

mempunyai pengalaman sebagai pengemudi ojek tradisional, sedangkan 49% sisanya pernah bekerja di kantor. Sisanya terdiri dari pelajar, pengangguran, atau mereka yang pernah melakukan pekerjaan informal lainnya. Selain itu, banyaknya kasus kecelakaan akibat kelelahan di kalangan pengemudi ojek *online* menjadi sinyal peringatan bagi pemerintah untuk meningkatkan upaya regulasi dan melakukan penilaian komprehensif terhadap industri ojek *online*.

Di sisi lain, Banyak *driver* ojek *online* yang berhenti dari pekerjaan sebelumnya dikarenakan ada dorongan untuk melakukan penghasilan tambahan, tetapi kebanyakan *driver* tersebut menyesal sekarang. Penyebab utamanya adalah penghasilan *driver* yang sekarang sedang anjlok. Berdasarkan penelitiannya, Ada 3 faktor yang membuat pengemudi ojek *online* ingin berhenti dari pekerjaannya, diantaranya adalah pendapatan pengemudi yang menurun, Jauh sebelum pandemi Covid-19 dikarenakan sistem bonus harian yang disediakan oleh operator tidak semenarik saat dahulu, Banyaknya *driver* yang bergabung membuat para *driver* saling berkompetisi satu sama lain, Yang membuat daya tawar mereka semakin berkurang, Yang terakhir adalah adanya pandemi Covid-19. Industri ini merupakan industri yang mempunyai dampak yang sangat besar dikarenakan adanya pembatasan sosial. Meski ditopang dengan baik oleh peningkatan pesan antar dan pesan makanan, Namun pendapatan mereka terus menurun. Hal ini juga berdampak terhadap tingkat kebahagiaan dan kecemasan para *driver*, Menurut survei yang dilakukan, Rata-rata nilai kebahagiaan para pengemudi ojek *online* adalah 6 dan tingkat kecemasannya adalah 6,4. Artinya para *driver* ojol ini banyak cemasnya dibandingkan bahagiannya. Meski banyak kecemasannya, Para pengemudi ojol mengaku sulit keluar dari pekerjaannya. Ini karena pilihan pekerjaan yang terbatas dan Sebagian besar *driver* tidak memiliki sumber pendapatan lain (Febrian A. , 2023)

Viral Kurir Kewalahan Jelang Lebaran, Ada yang Sampai Kirim 250 Paket/Hari

Shafira Cendra Arini - detikFinance

Senin, 17 Apr 2023 12:57 WIB



Gambar 1. 9 Kurir Kewalahan menjelang lebaran, Ada yang sampai kirim 250 paket per hari.

Sumber: Detik.com, 2023

Sempat heboh di media sosial, Ada komplain dari beberapa kurir parcel bahwa nomor parcel membludak jelang lebaran. Kurir ini ternyata bisa mengangkut hingga 250 paket per harinya. Sayyid, Salah satu kurir perusahaan pelayaran, Mengatakan dalam tiga minggu terakhir, Jumlah parcel meningkat sehingga kiriman menjadi kelebihan muatan. Hal ini juga memungkinkan beberapa kurir mengirimkan hingga 250 parcel per hari. Menurutnya sejak minggu ketiga, Dia mengalami kelebihan beban. Kisaran kurir adalah 100 hingga 250 paket per hari. Saya sendiri masih 100-150 paket sehari ujarnya. Namun kini kondisinya berangsur pulih. Harga pengiriman parcel kini sudah mulai turun jelang lebaran. Di sisi lain, Presiden Asosiasi perusahaan Jasa kurir, Pos dan logistik Indonesia (Asperindo) Sekaligus Presiden Direktur JNE, Mohammad Feriadi mengatakan normalnya bahwa satu kurir motor bisa membawa 80-100 paket per harinya. Dihubungi terpisah, Feriadi mengatakan bahwa harus mempertimbangkan batas kewajaran dari apa yang bisa dibawa oleh kurir. Jangan sampai kurir terlalu sibuk membawa banyak, tetapi

banyak juga yang Kembali, Hal ini membuat kualitasnya menurun. Untuk motor bisa mengirimkan 80-100 paket kecil. Tetapi dia menegaskan bahwa semua tergantung kebijakan masing-masing perusahaan. Dibandingkan tahun lalu, Jumlah paket akan meningkat sebesar 20%. Setiap perusahaan individunya berbeda, Yang berarti ada perusahaan yang ingin memaksimalkan hal tersebut sehingga armada yang dibawa harus sebanyak mungkin. Ada yang berfokus pada kualitas, Apabila keberhasilannya rendah, Mengapa mereka melakukannya. Sedangkan untuk paket-paketnya sendiri, Pak Feriadi mengatakan bahwa Sebagian besar barang yang dikirim melalui jasa pengiriman ini adalah barang *fashion* yaitu pakaian. Untuk menghadapi kondisi tersebut, Pak Feriadi mengatakan, Perusahaan harus selalu mempertimbangkan faktor kompetensi dan kemampuan. Menurutnya, ledakan paket di bulan Ramadan ini salah satunya disebabkan Indonesia telah melewati masa pandemi Covid-19 dalam dua tahun terakhir. Hal inilah yang membuat perekonomian semakin membaik. Menurutnya yang menyebabkan *traffic* meningkat adalah masyarakat yang kembali melakukan belanja secara *online* lalu mengirimkan barang ke keluarganya di kampung halamannya maupun sebaliknya, saling mengirimkan hadiah, dan lain-lain. Dalam kondisi saat ini, Pihaknya tidak memungkiri bahwa keterlambatan paket sangat mungkin terjadi. Pihaknya juga selalu mengingatkan anggota Asperindo lainnya untuk memperhatikan pelayanan. Apalagi dikondisi saat ini, Keberadaan jasa pengiriman sangatlah penting. Menurutnya kalau tidak bisa memberikan pelayanan yang baik, Dikhawatirkan akan mengurangi kepercayaan masyarakat di tahun-tahun mendatang. (Arini, 2023)

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan hasil pembahasan dalam permasalahan tersebut dan berdasarkan dari data primer maupun sekunder yang telah diperoleh penulis. Ditemukan permasalahan terkait dengan tingginya tingkat *turnover* dari kurir di industri digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, Peneliti ingin menjawab beberapa pertanyaan penelitian diantaranya adalah:

1. Apakah *job stres* berdampak positif terhadap *turnover intention*?

2. Apakah *work overload* berdampak positif terhadap *turnover intention*?

3. Apakah *work environment* berdampak terhadap *turnover intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan di atas, Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Melakukan identifikasi dan menganalisis pengaruh *job stres* terhadap *turnover intention* terhadap kurir yang bekerja di industri logistik
2. Melakukan identifikasi dan menganalisis pengaruh *work overload* terhadap *turnover intention* terhadap kurir yang bekerja di industri logistik
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *work environment* terhadap *turnover intention* terhadap kurir yang bekerja di industri logistik

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan, pemikiran, dan informasi yang bermanfaat mengenai “Pengaruh *job stres, work overload, dan work environment* bagi para kurir yang bekerja di industri logistik

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini agar menjadi solusi untuk perusahaan yang ingin menurunkan angka *turnover* karena aspek *job stres, work overload, dan work environment* secara efektif untuk mencegah adanya *turnover intention* di perusahaan logistik.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis melakukan penelitian kepada kurir perusahaan logistik. Variabel yang diuji dan diteliti dalam penelitian ini adalah *job stres, work overload, work environment, dan turnover intention*.

1.6 Sistematika Penelitian

Bab I Pendahuluan

Bab ini berfungsi sebagai landasan dan bahan acuan untuk melakukan penelitian, bab ini juga menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, keterbatasan penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini memuat mengenai penjelasan tentang teori penelitian dan berbagai dasar pemikiran seluruh variabel dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga membahas tentang hubungan variabel independen dan dependen, penelitian terdahulu, model penelitian dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

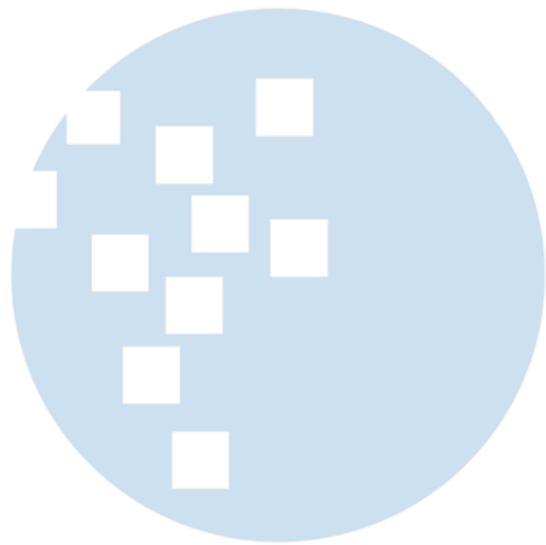
Pada bab ini peneliti menguraikan segala rinci mengenai asal-usul penelitian. Pada bab ini, penulis juga memaparkan variabel-variabel penelitian beserta definisi operasionalnya dan metodologinya, pengumpulan data, pemilihan sampel dan teknik pengolahan data yang digunakan

Bab IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini akan memperkenalkan temuan berdasarkan hasil survei yang dilakukan dan menjelaskan hasil analisis survei. Dalam hal ini penulis menjelaskan pengaruh *job stres*, *work overload*, dan *work environment* terhadap *turnover intention*, serta menghubungkan hasil penelitian sebelumnya dengan teori terkait

Bab V Hasil dan Kesimpulan

Bab ini berisi mengenai saran dan kesimpulan dari penelitian ini. Bagian ini merupakan hasil dari identifikasi, analisis, dan penyelesaian masalah yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA