

# STRATEGI DIFERENSIASI PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN BARANG PADA J&T EXPRESS GAMBUT

Abdus salam<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Farida Yulianti<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin  
MPM 16310162

<sup>2</sup>Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin  
NIDN 1125126201

<sup>3</sup>Prodi Manajemen,61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin  
NIDN 1121076901

E-mail: [abdussalamxd@gmail.com](mailto:abdussalamxd@gmail.com) /+6285349874268

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi diferensiasi J&T Express Gambut dalam membedakan perusahaannya dengan kompetitor. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu menggambarkan keadaan terkait analisis kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan minat pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan seperti wawancara antara peneliti dengan admin J&T Express Gambut berdasarkan pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi dan data sekunder yang merupakan data tambahan berupa foto, teori-teori seperti teks buku, jurnal, makalah dan lain sebagainya. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi diferensiasi yang digunakan untuk pengembangan jasa layanan J&T Express sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep, mulai dari diferensiasi layanan yang diberikan, diferensiasi personil dan diferensiasi saluran semuanya baik sampai saat ini. J&T Express tetap melakukan pengamatan dan mengikuti perkembangan industri yang ada agar J&T Express tetap eksis dan diterima masyarakat.

**Kata Kunci:** diferensiasi layanan, diferensiasi personil dan diferensiasi saluran

---

This study aims to determine the differentiation strategy of J&T Express Peat in differentiating its company from its competitors. This research method uses descriptive research with a qualitative approach, which describes the conditions related to service quality analysis in order to increase customer interest. Data collection methods used by researchers are primary data and secondary data. Primary data is data obtained from the field such as interviews between researchers and administrators of J&T Express Peat based on interview guidelines, observation and documentation and secondary data which is additional data in the form of photos, theories such as text books, journals, papers and so on. The results of the study conclude that the differentiation strategy used for the development of J&T Express services is good enough and in accordance with the concept, starting from differentiation of services provided, differentiation of personnel and differentiation of channels, all of which are good to date. J&T Express continues to observe and follow existing industry developments so that J&T Express continues to exist and be accepted by the community.

**Keywords:** service differentiation, personnel differentiation and channel differentiation

## **PENDAHULUAN**

Pada dasarnya persaingan dunia bisnis adalah tantangan terbesar yang dihadapi dan tidak bisa dihindarkan. Perkembangan teknologi membuat perkembangan semakin ketat, apalagi bagi perusahaan jasa yang sejenis dimana para pengusaha berusaha secara maksimal untuk dapat memenuhi permintaan konsumen yang bersifat heterogen.

Tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat dan layanan yang baik kepada pelanggan sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan masyarakat di sebuah negara.

Banyaknya masyarakat yang saling berkiriman barang dari tempat yang jauh membuat jasa pengiriman menjadi sangat penting keberadaannya. Perkembangan teknologi internet ini juga memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang. Untuk urusan jual beli barang kini tidak hanya dilakukan melalui tatap muka saja, tapi sudah bisa dilakukan melalui media online. Dimana setelah barang disepakati dan uang dikirimkan, maka barang akan dikirim melalui jasa pengiriman.

Untuk menarik pelanggan pada industri jasa, hal tepat yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberikan fasilitas. Fasilitas merupakan kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul daripada pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau pengiriman barang J&T express.

Diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan dengan tawaran pesaing (Kotler, 2002: 328). Sebagaimana yang dilakukan J&T Express dengan membedakan penawaran agar konsumen dapat melihat perbedaan antara jasa J&T Express dengan jasa pengiriman yang lain. Sehingga J&T Express dapat menjadi perusahaan jasa pengiriman yang tetap eksis sesuai perkembangan jaman.

Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, pertama Resti Sugiarti yang berjudul “Strategi Diferensiasi Produk Zoya”. Kedua Soraya Hay dengan judul “Strategi keunggulan bersaing PT Bank BNI Syari’ah Cabang Dharmawangsa Surabaya Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah”. Ketiga, skripsi saudara Shofa Sholihin dengan judul “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Dalam Pemasaran Travel Maktour”.

Penelitian ini dilakukan di J&T Express Gambut di Jl. A. Yani No.km 14,500, Malintang Baru, Kecamatan Gambut, kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, kode pos : 70652. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi diferensiasi J&T Express Gambut dalam membedakan perusahaannya dengan kompetitor.

## **Metode**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu menggambarkan keadaan terkait analisis kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan minat pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan (*field research*) seperti wawancara antara peneliti dengan admin J&T Express Gambut berdasarkan pedoman wawancara (*interview guide*), observasi dan dokumentasi. Dan data

sekunder yang merupakan data tambahan berupa foto, teori-teori seperti teks buku, jurnal, makalah dan lain sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Diferensiasi Yang Diterapkan Oleh Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Pada J&T Express Gambut

Strategi diferensiasi produk yang baik dapat memperoleh loyalitas merek, hal terpenting untuk setiap bisnis yang sukses. Strategi ini berfokus pada persepsi nilai pembeli. Selama penjual terus memberikan kualitas pelayanan tertinggi, basis pelanggan akan tetap loyal.

Beberapa keunggulan strategi diferensiasi digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

#### 1) Diferensiasi layanan

(1) Layanan jemput paket di tempat (tanpa biaya tambahan, tanpa minimal berat dan jumlah paket).

Keunggulan J&T Express yang paling menonjol adalah gratis jemput di tempat tanpa batas minimal jumlah dan berat. Dengan layanan ini memanjakan konsumen untuk tidak perlu lagi mendatangi *drop point* atau kantor cabang untuk mengirim paket seperti pada perusahaan jasa pengiriman pada umumnya. Konsumen cukup melakukan pemesanan melalui panggilan telepon atau aplikasi *smartphone* secara *online* lalu paket akan langsung dijemput oleh kurir tanpa dikenakan biaya tambahan.

Selain itu layanan gratis penjemputan ini tidak memiliki batas minimal jumlah atau berat paket. Meskipun paket hanya berupa selembar kertas tetap akan dijemput. Dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan konsumen untuk menggunakan layanan jasa J&T Express.

(2) J&T Express menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan memiliki *real-time tracking system* (sistem pelacakan tepat waktu) yang tersedia di *playstore*, *appstore*, dan *website*.

Selain layanan gratis jemput di tempat, terdapat keunggulan yang membedakan J&T Express dengan para pesaingnya, yaitu J&T Express menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan memiliki *real-time tracking system* (sistem pelacakan tepat waktu). Dalam menjangkau seluruh wilayah Indonesia dengan penyebaran gerai J&T Express di seluruh wilayah Indonesia dengan fokus satu konter untuk satu kecamatan, dengan menggunakan sistem sentralisasi dalam distribusi dan penerimaan paket. Dengan sistem satu konter satu kurir J&T Express mampu menjangkau seluruh wilayah Indonesia tanpa perantara. Sehingga konsumen dengan mudah mencari jasa J&T Express.

J&T Express memiliki sistem pelacakan tepat waktu tersedia di *playstore*, *appstore*, dan *website*. Dalam kegiatan berkirim barang konsumen tentu tidak asing lagi dengan resi pengiriman. Resi pengiriman biasanya berupa kode angka atau huruf yang berguna untuk melacak lokasi paket dalam proses pengiriman atau dikenal dengan istilah *tracking*. Meskipun hampir seluruh jasa pengiriman memiliki sistem pelacakan yang langsung terintegrasi dengan data base, pada perusahaan jasa lainnya hanya menampilkan lokasi dan status paket pada kota pengirim dan kota penerima paket. Sehingga pada sistem *tracking* penyedia jasa lainnya hanya dapat mengetahui dua status pengiriman, ketika paket dibawa oleh kurir dari kota pengirim, kedua ketika paket tersebut sudah berada di kota tujuan dan diterima selebihnya posisi paket tidak diketahui.

Berbeda dengan yang ditawarkan J&T Express yaitu dengan “Real Time Tracking System” memberitahukan keberadaan paket dari tiap poin ke *drop point* yang lain dengan durasi waktu sampai titik ke titiknya. Memungkinkan konsumen untuk melacak pergerakan paket dan memprediksi kapan bakal sampai tujuan secara mendetail. Segera saat mengirim paket, konsumen dapat melihat pergerakan paket dengan waktu yang akurat. Konsumen diberi akurasi jam saat paket mereka transit, atau masuk gudang sortir, hingga sampai di kota tujuan.

Bahkan perjalanan dan nama kurir yang akan mengantar ke alamat pun dapat dilihat konsumen. Sehingga dengan layanan real-time tracking system akan mempermudah pencarian paket jika terdapat kesalahandalam proses pengiriman serta menambah tingkat kepercayaan konsumen terhadap J&T Express.

(3) J&T Express beroperasi tanpa mengenal hari libur.

Diferensiasi yang lain yaitu J&T Express tidak mengenal hari libur, pelayanan non stop dalam setahun mereka akan bekerja selama 365 hari. Meski sedang tanggal merah, pengiriman maupun pengambilan paket ke rumah konsumen tetap dilakukan. Hal ini tentu menjadi layanan yang sangat menguntungkan bagi konsumen karena mengingat hampir semua layanan logistik selalu tutup di hari libur. Padahal bagi pelaku bisnis online, tak mengenal waktu libur untuk mengirim barang.

(4) J&T Express punya pelayanan hotline konsumen 24 Jam

J&T Express mempunyai layanan *24 hours free hotline*/hotline konsumen 24 Jam memungkinkan konsumen dapat melakukan panggilan bebas biaya melalui telepon kepada pihak J&T Express terkait keluhan pengiriman, pengecekan pengiriman, dan melakukan pesanan pengiriman.

(5) Proses klaim lebih cepat, max. 3 hari,

Proses klaim lebih cepat, max. 3 hari, bila ada dalam keadaan tak terduga tiba-tiba paket hilang atau nyasar entah kemana, J&T Express siap memberikan klaim untuk barang tersebut dengan proses klaim lumayan cepat 1-3 hari kerja.

2) Diferensiasi Personil

Kualitas pelayanan memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai sukses dalam menghadapi persaingan. Dengan pengelolaan kualitas pelayanan yang dimiliki J&T Express dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang ramah dan prima menghasilkan kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen bisa tetap loyal terhadap J&T Express.

3) Diferensiasi saluran

Layanan ekstra dalam pendistribusian barang dapat dilihat pada alur pendistribusian yang hanya J&T Express yang melakukan sehingga berbeda sekali dengan jasa pengiriman lainnya, yang biasanya setelah sampai di drop point akan disimpan dulu di gudang, dan dikirim di hari berikutnya. Namun di J&T Express langsung di setor ke konter masing-masing kecamatan sehingga mempercepat kedatangan paket. Dengan demikian konsumen tidak jera menggunakan jasa pelayanan J&T Express dan akan tetap konsisten menggunakan jasa J&T Express.

## **PENUTUP**

Dari hasil penelitian mengenai “Strategi Diferensiasi pada Perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express Gambut”, dapat diambil kesimpulan: Strategi diferensiasi yang digunakan J&T Express adalah strategi diferensiasi layanan, personil dan saluran. Diferensiasi pelayanan meliputi: layanan jasa jemput barang, menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan memiliki sistem pelacakan tepat waktu, beroperasi tanpa mengenal hari libur, pelayanan hotline konsumen 24 Jam, harga reguler dengan Pelayanan Extra-Reguler dan proses klaim lebih cepat, max. 3 hari. Diferensiasi Personil berupa layanan prima dan ramah serta profesional dalam mengemban tugasnya, selain itu karyawan juga harus memiliki kerja sama tim yg baik. Diferensiasi saluran yaitu menerapkan pendistribusian extra, sehingga paket yang dikirim cepat sampai.

## **REFERENSI**

Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi revisi*. Bandung: Alfabeta

- Ambarwati, Sri Dwi Ari. 2003. *“Upaya Membangun Brand Image dan Brand equity melalui Kegiatan periklanan yang Efektif”*. Yogyakarta: STIE Widya Winata
- Ferdinand, Agusty. 2003. *“Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, Edisi 2”* Semarang: Undip.
- Hasan Ali. 2008. *Marketing*. Jogakarta: Medpress
- Heskett, James L. dkk. 2000. *“The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value”*. New York: Simon & Schuster, Inc
- <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>, diakses 9 juni 2020, pukul 21.00 WIB
- [http://id.m.wikipedia.org/wiki/diferensiasi\\_produk](http://id.m.wikipedia.org/wiki/diferensiasi_produk), diakses 9 juni 2020, pukul 20.00 WIB
- Jatmiko, RD. 2003. *Manajemen Strategik*. Malang: UMM Press
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Positioning Diferensiasi dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1*. Jakarta: PT. Prebalindo
- Kotler, Philip & Kevin Lan Keller. 2007. *“Manajemen Pemasaran (edisi dua belas) jilid 1 (Benyamin Molan., alih bahasa)”*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks
- Kriyantoro, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penda Media Group
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, Fendy. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: Bp Undip
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET