

## PENGARUH ETIKA TERHADAP KEGIATAN PELAYANAN JASA PENGIRIMAN EKPEDISI WAHANA

Astrid Virly Maharani<sup>1\*</sup>, Ari Susanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya  
email: <sup>1)</sup> [maharanyastrid@gmail.com](mailto:maharanyastrid@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received : 28 - 08, 2023

Revised : 05 - 09, 2023

Accepted : 20 - 09, 2023

#### Keywords:

Ethics, Expedition, Customer Satisfaction.

### ABSTRACT

*Ethics serves as a framework for various human actions. The study of value today is more about what is meant by ethics. One of the top businesses in the sector is low-cost delivery services under the brand name Wahana Express, logistics and warehousing under the name Wahana Logistic, and e-commerce assistance (Wahana Commerce). Wahana has more than 20 years of experience serving the nation and is poised for dynamic growth in the industry 4.0 era with affordable, fast, and friendly services. Existing customer satisfaction serves as a benchmark for business sustainability efforts. This can be measured by the reaction of the community or existing customers, which can be positive or negative. In addition, marketing can be done by someone introducing some new things that are fairly innovative or new thoughts in terms of some delivery, both on products and services in order to generate interest on the part of consumers. With many people using the internet today, a number of purchases will be made of goods found on e-commerce sites, and delivery will be made using available delivery services. The customer side will likely observe certain principles, such as those used in businesses that provide services to customers while understanding their needs.*

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



#### \*Corresponding Author:

Astrid Virly Maharani  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya  
Email: [maharanyastrid@gmail.com](mailto:maharanyastrid@gmail.com)

### 1. PENDAHULUAN

Istilah "etika," yang berasal dari bahasa Yunani, "*ethicos*," merangkum dimensi mendalam dalam penelusuran nilai-nilai, norma kebiasaan, aturan, dan ukuran perilaku manusia yang dapat dianggap baik atau buruk (Weruin, 2019). Etika, sebagai cabang dari aksiologi, merupakan suatu ilmu yang menekankan pada pengejaran konsep benar dan salah dalam konteks moral dan amoralitas. Oleh karena itu, segala tindakan manusia dapat dianalisis dan dinilai berdasarkan kerangka konseptual etika ini, menjadikannya sebagai landasan bagi berbagai aktivitas manusia di berbagai bidang.

Dalam perkembangan zaman, pengkajian nilai semakin sering disebut sebagai etika, dan fenomena ini tercermin dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam ranah bisnis (Aleron, 2022). Salah satu contoh nyata yang mengilustrasikan penerapan nilai etika dalam dunia bisnis adalah PT. Wahana Prestasi Logistik. Mereka telah membangun merek kuat melalui entitas bisnis seperti Wahana Express, Wahana Logistic, dan Wahana Commerce, yang telah berdedikasi untuk melayani masyarakat Indonesia selama lebih dari dua dekade. Wahana tidak hanya menawarkan layanan logistik dan pergudangan, tetapi juga memainkan peran krusial dalam mendukung industri e-commerce yang berkembang pesat.

Wahana Logistik tidak hanya melihat dirinya sebagai pemimpin dalam sektor jasa pengiriman, tetapi juga sebagai pionir yang siap menghadapi pertumbuhan dinamis di era industri 4.0. Dengan fokus pada penyediaan layanan yang terjangkau, cepat, dan ramah, mereka telah berhasil mendapatkan kepercayaan pelanggan di Indonesia. Pelanggan di negara ini melihat Wahana sebagai pilihan utama untuk kebutuhan pengiriman dokumen dan barang, memandangnya sebagai penyedia jasa ekspedisi yang dapat diandalkan. Sejarah perusahaan ini mencakup perjalanan yang luar biasa, dimulai dari tahun 1998 sebagai Wahana Courier & Air Cargo specialist dengan hanya 5 karyawan. Sejak 2002, Wahana terus memperluas layanannya, termasuk pengiriman dokumen dan barang dalam skala besar dan kecil ke kota-kota besar di Indonesia. Tidak hanya beroperasi secara domestik, Wahana juga merambah pasar internasional dengan membuka kantor cabang di Singapura pada tahun 2005. Saat ini, terdapat 44 kantor cabang utama Wahana Logistik yang tersebar di Malaysia, Singapura, dan Indonesia.

Kunci keberhasilan Wahana Logistik bukan hanya terletak pada jaringan cabang yang luas, melainkan juga pada berbagai fitur dan layanan yang mereka tawarkan. Perusahaan ini menciptakan pengalaman pengiriman yang tidak hanya efisien, tetapi juga menyenangkan bagi setiap pelanggannya. Layanan transportasi gudang, udara, darat, dan laut menjadi tulang punggung Wahana, yang dibangun di atas prinsip ketepatan waktu, kecepatan, ketergantungan, dan keamanan. Dengan perencanaan yang terkoordinasi, armada truk yang terpelihara dengan baik, dan staf yang dapat diandalkan, Wahana mampu menangani pengiriman barang ke seluruh Indonesia.

Sebagai perusahaan ekspedisi terkemuka di Indonesia, Wahana Prestasi Logistik tidak hanya menjadi perwakilan dari bagaimana etika dan nilai-nilai dapat memainkan peran krusial dalam kesuksesan bisnis, tetapi juga menciptakan narasi mengenai bagaimana perusahaan modern dapat membentuk dan memandu praktik bisnisnya dengan memegang teguh nilai-nilai tersebut. Dalam konteks ini, pemahaman mendalam terhadap etika menjadi kunci untuk menggambarkan betapa pentingnya peran nilai-nilai dalam membentuk dan memandu praktek bisnis modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dampak penerapan etika dan nilai-nilai dalam bisnis, khususnya pada kasus PT. Wahana Prestasi Logistik. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi bagaimana etika perusahaan ini mempengaruhi hubungan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan juga karyawan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai yang diterapkan oleh Wahana Logistik mencerminkan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di tengah dinamika industri logistik dan pengiriman. Dengan demikian, penelitian ini menjadi suatu upaya untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang peran etika dan nilai-nilai dalam membentuk citra dan keberhasilan perusahaan, serta bagaimana hal tersebut dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern ini.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diadopsi dalam kerangka penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu metode penelitian sosial yang berfokus pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan menggambarkan fenomena manusia serta maknanya dalam konteks yang alami (Fadli, 2021). Dalam konteks penelitian ini, metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang relevan dan mendalam terkait pengaruh etika dalam kegiatan pelayanan jasa ekspedisi Wahana. Metode ini melibatkan interpretasi hasil dan analisis konten untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak etika dalam aktivitas layanan pengiriman.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh etika dalam kegiatan pelayanan jasa pengiriman ekspedisi Wahana. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dengan akurat besarnya pengaruh etika dalam konteks pelayanan jasa, serta untuk merinci jenis pelayanan yang seharusnya diterapkan sebagai hasil dari penerapan nilai-nilai etika. Untuk mencapai tujuan ini, data sekunder akan digunakan sebagai sumber informasi yang relevan, dan penelitian lapangan (*field research*) akan menjadi pendekatan utama. Melalui kombinasi data sekunder dan pengumpulan data langsung di lapangan, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi pemahaman yang komprehensif terkait peran etika dalam konteks pelayanan jasa ekspedisi, khususnya pada kasus Wahana Logistik.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan pelanggan, sebagai parameter keberlanjutan bisnis, memainkan peran krusial dalam evaluasi efektivitas operasional suatu entitas bisnis (Martua & Djati, 2018). Evaluasi ini dapat dilakukan melalui respons positif atau negatif dari komunitas atau pelanggan yang telah berinteraksi dengan layanan yang disediakan. Pemanfaatan layanan, baik dalam konteks petualangan, utilitas, infrastruktur, atau bidang layanan lainnya, memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang secara langsung terkait dengan kelangsungan kegiatan komersial.

Dalam kerangka ini, istilah "pemasaran" merujuk pada beragam aktivitas yang dilakukan oleh pemangku kepentingan bisnis saat ini guna memperoleh dan memfasilitasi transaksi pembelian dan penjualan produk serta layanan. Pemasaran dilakukan dengan tujuan membangkitkan minat pelanggan terhadap barang-barang baru yang orisinal atau ide pemikiran baru dalam hal beberapa pengiriman, baik dalam produk maupun layanan yang tersedia (Firmansyah, 2020). Manajemen pemasaran, sebagai usaha manusia untuk mencapai pertukaran yang diinginkan dan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dengan pelanggan, memiliki peran sentral dalam membentuk loyalitas konsumen.

Loyalitas pelanggan menjadi perhatian utama dalam konteks kualitas layanan. Kualitas tidak hanya terbatas pada keunggulan produk, melainkan juga mencakup penyediaan layanan berkualitas tinggi (Putri et al., 2021). Kualitas layanan ini mencakup pemberian pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan jika dilakukan dengan baik, dapat membangun loyalitas pelanggan secara tidak langsung. Loyalitas pelanggan, sebagai hasil dari kualitas layanan yang diberikan, dapat memberikan manfaat signifikan bagi bisnis, termasuk promosi melalui word of mouth (Sari & Budiarmo, 2019). Dalam menjalankan layanan jasa, penting untuk menerapkan etika kerja yang mencakup beberapa aspek:

- a. Perhatikan Penampilan Profesional: Kesadaran terhadap standar atau aturan berpakaian yang berlaku di lingkungan profesional menegaskan komitmen individu terhadap citra dan norma yang diterima dalam ranah kerja. Kepatuhan terhadap norma ini bukan sekadar bentuk ketaatan, melainkan representasi dari kesiapan individu untuk menginternalisasi dan beradaptasi dengan budaya organisasional. Dalam konteks ini, penampilan bukanlah semata-mata aspek fisik, melainkan juga mencakup postur tubuh dan kebersihan diri, yang secara holistik memberikan kesan profesional dan menggambarkan integritas individu dalam menjaga etika visual di ruang kerja.
- b. Jaga Kerapian: Keteraturan dan kebersihan ruang kerja, khususnya dalam merapikan meja kerja sebelum dan setelah aktivitas kerja, tidak hanya mengarah pada penciptaan kenyamanan individu, tetapi juga mengekspresikan kualitas organisasional dan kedisiplinan personal. Meja kerja yang terorganisir memberikan indikasi tentang keteraturan pikiran dan kesediaan untuk mengelola tugas dengan sistematis. Oleh karena itu, kegiatan merapikan meja bukan hanya merupakan perbuatan fungsional, tetapi juga manifestasi dari nilai-nilai estetika dan keteraturan yang membangun kesan profesionalisme.
- c. Hormati Setiap Individu: Menunjukkan rasa hormat terhadap semua individu di sekitar, dengan memperhatikan etika interaksi tanpa mengganggu konsentrasi mereka, adalah prinsip dasar dalam membangun relasi profesional yang sehat. Pemilihan kata, ekspresi non-verbal yang sopan, dan penghargaan terhadap ruang pribadi merupakan aspek-aspek yang tidak hanya menandai etika interpersonal, tetapi juga menciptakan atmosfer positif di lingkungan kerja. Pemanfaatan kecerdasan interpersonal melalui penghargaan terhadap keberagaman individu dapat membentuk reputasi positif dan mendorong pertumbuhan karier.
- d. Tanggung Jawab: Menerima dan menunaikan tanggung jawab terhadap hasil pekerjaan atau proyek, tanpa mencari alasan ketika kinerja kurang optimal, memperlihatkan integritas dan komitmen terhadap standar etika profesional. Kualitas tanggung jawab ini mencerminkan karakter individu yang tidak hanya memiliki orientasi pada tugas, tetapi juga mengakui dampak pribadi dan organisasional dari setiap tindakan. Oleh karena itu, penunjukan diri sebagai entitas yang bertanggung jawab adalah fondasi utama dalam membentuk citra profesional yang berkelanjutan.
- e. Peduli: Mengartikulasikan kepedulian terhadap lingkungan kerja, baik dalam konteks penggunaan peralatan kantor maupun dukungan moral kepada rekan kerja, menjadi strategi integral dalam membangun hubungan interpersonal yang positif. Kepedulian tersebut mencerminkan kesadaran individu terhadap faktor-faktor kesejahteraan bersama dan menunjukkan komitmen terhadap

kolaborasi yang produktif. Secara keseluruhan, kepedulian bukan hanya sebagai manifestasi nilai moral, tetapi juga sebagai landasan yang memperkuat integritas dan relevansi profesional.

- f. Sopan Berbicara: Mengontrol volume dan nada bicara, menggunakan bahasa yang sopan, dan memahami etika komunikasi di tempat kerja adalah unsur kunci dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif. Komunikasi yang terencana dengan baik mencerminkan kemampuan individu untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, mendukung aspek-aspek keterampilan interpersonal yang dibutuhkan di dunia profesional. Keterampilan sopan berbicara bukan hanya sebagai bentuk komunikasi efektif, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan dinamika hubungan yang seimbang dan saling mendukung.

Menerapkan prinsip-prinsip etika tersebut merupakan langkah krusial dalam membentuk fondasi budaya kerja yang kokoh, di mana profesionalisme, saling menghargai, dan kerjasama saling mendukung menjadi pilar utama. Budaya kerja yang profesional menciptakan lingkungan di mana setiap individu diakui atas kontribusinya dan diilhami untuk mencapai standar kinerja tertinggi (Yuniarta et al., 2019). Saling menghargai memperkuat hubungan interpersonal, menciptakan suasana kerja yang inklusif, dan merangsang kolaborasi tim. Dalam kerangka ini, kerjasama yang didorong oleh etika menciptakan fondasi yang kokoh untuk keberhasilan jangka panjang suatu bisnis. Kepercayaan yang dibangun melalui etika bisnis yang kuat menjadi landasan untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, mitra, dan stakeholder lainnya, menciptakan fondasi yang tidak hanya berkelanjutan tetapi juga mendorong pertumbuhan dan inovasi yang berkelanjutan (Syafitri, 2021). Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip etika tidak hanya mencerminkan integritas perusahaan tetapi juga merupakan investasi strategis dalam membangun fondasi yang kokoh untuk masa depan yang sukses.

#### 4. KESIMPULAN

Tingkat kepuasan pelanggan yang telah ada memegang peranan signifikan sebagai indikator kinerja bisnis, terutama dalam konteks keberlanjutan. Evaluasi kinerja ini tidak hanya mencakup sejauh mana suatu entitas bisnis mendapatkan respons positif dari masyarakat atau klien yang sudah berinteraksi, tetapi juga seberapa baik bisnis tersebut merespon umpan balik negatif. Dalam era globalisasi dan persaingan yang ketat, bisnis yang mampu mengelola dan meningkatkan tingkat kebahagiaan pelanggan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang substansial. Oleh karena itu, pemantauan terus-menerus terhadap dinamika umpan balik pelanggan dan upaya proaktif untuk meningkatkan kualitas layanan menjadi imperatif dalam strategi keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Seiring dengan fenomena perkembangan e-commerce dan peningkatan penggunaan layanan pengiriman, peran pelanggan dalam keputusan pembelian semakin teramati. Konsep business to customer (B2C) menjadi landasan utama, di mana perusahaan berupaya memberikan layanan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Penggunaan teknologi internet dalam transaksi bisnis memberikan peluang dan tantangan baru, termasuk dalam hal efisiensi dan keandalan layanan pengiriman. Oleh karena itu, pelanggan cenderung mempertimbangkan aspek-aspek ini ketika berinteraksi dengan layanan pengiriman. Kesadaran pelanggan terhadap strategi perusahaan dalam manajemen produk dan pengiriman secara menyeluruh turut membentuk persepsi mereka terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, perusahaan yang berhasil mengakomodasi kebutuhan pelanggan dan merespons perubahan tren di pasar dapat mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aleron, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa Ekspedisi J&T Express yang dimoderasi oleh Garansi (studi kasus pada pengguna jasa ekspedisi J&T Express Kota Surabaya)*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*, 3.
- Martua, C., & Djati, S. P. (2018). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan jasa pengiriman AB Cargo. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal Dan UMKM*, 1(1), 10–18.

- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1).
- Sari, N. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.(Persero) Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 200–209.
- Syafitri, S. (2021). *Penerapan Strategi Direct Selling dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Bisnis Madhising Pinrang (Etika Bisnis Islam)*. IAIN Parepare.
- Weruin, U. U. (2019). Teori-Teori Etika Dan Sumbangan Pemikiran Para Filsuf Bagi Etika Bisnis. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 313–322.
- Yuniarta, F., Barokah, I., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 152–158.