



ALMAWARID

Journal of Management and Business Sciences

Journal website: <https://almawarid.al-anwar.id/index.php/i/index>

ISSN: 3089-7599 (Online)

<https://doi.org/10.61166/almawarid.vii2.19>

Vol. 1 No. 2 (2025)

pp. 101-109

Research Article

Analisis Penyusunan Laporan Neraca Pada Ekspedisi Kupang Express Antar Pulau

Fadriana Irgi Ayu Finata¹, Salsabila Kurnia Putri², Hamida Putri Aqila³, AA Ayu Oka Ariani⁴

1. Program Studi Si Manajemen, STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
2. Program Studi Si Manajemen, STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
3. Program Studi Si Manajemen, STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
4. STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia

Correspondent: fadriavinnata@gmail.com 



Copyright © 2025 by Authors, Published by Journal of Management and Bussines Sains. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Apr 11, 2025
Accepted : June 20, 2025

Revised : May 05, 2025
Available online : July 01, 2025

How to Cite: Finata, F. I. A., Putri, S. K., Aqila, H. P., & Ariani, A. A. O. (2025). Analisis Penyusunan Laporan Neraca Pada Ekspedisi Kupang Express Antar Pulau. *Almawarid: Journal of Management and Business Sciences*, 1(2), 101-109. <https://doi.org/10.61166/almawarid.vii2.19>

Abstrak.

Kupang Express merupakan perusahaan ekspedisi yang mengkhususkan diri dalam pengiriman barang ke wilayah Nusa Tenggara Timur, khususnya Rote, Kupang, Atambua, Soe, dan Waingapu. Dengan pengalaman luas di bidang logistik, Kupang Express menawarkan berbagai pilihan layanan pengiriman yang fleksibel dan efisien, antara lain pengiriman via kapal cepat RoRo dengan estimasi waktu 3 hari serta kapal kargo metode LCL (Less Container Load) dengan estimasi 8-9 hari. Selain itu, tersedia pula layanan pengiriman kendaraan bermotor lengkap dengan fasilitas penjemputan dan pembungkusan gratis untuk menjamin keamanan pengiriman. Komitmen terhadap pelayanan terbaik ditunjukkan melalui layanan door to door serta sistem pelacakan barang secara online. Dengan tarif kompetitif dan layanan yang handal, Kupang Express hadir sebagai solusi terpercaya untuk kebutuhan ekspedisi ke seluruh Indonesia, khususnya kawasan Indonesia Timur.

Kata Kunci: Ekspedisi, Laporan Keuangan, Neraca, Jasa Pengiriman

PENDAHULUAN

Di tengah derasnya arus informasi global dan digitalisasi media, keberadaan media lokal menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan informasi dan menyuarakan kepentingan masyarakat daerah. Media lokal memainkan peran sebagai kanal distribusi informasi yang lebih dekat, personal, dan sesuai dengan konteks sosial-budaya masyarakatnya (Kriyantono, 2012). Kupang Express hadir sebagai salah satu media lokal yang menjawab kebutuhan informasi dan komunikasi masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT), khususnya Kota Kupang.

Kupang Express berbasis di Kota Kupang dan berkembang sebagai media daring yang menyajikan berita terkini, tajam, dan kontekstual. Kehadirannya bukan hanya sekadar menyampaikan berita, tetapi juga berperan sebagai ruang publik digital tempat masyarakat dapat menyampaikan aspirasi dan berdiskusi mengenai isu-isu daerah. Dalam konteks demokratisasi informasi, media seperti Kupang Express menjadi elemen penting dalam pembangunan sosial dan kebijakan daerah (McQuail, 2010).

Kupang Express mengangkat isu-isu lokal seperti pemerintahan daerah, pembangunan sosial, pendidikan, ekonomi masyarakat, dan pelestarian budaya. Isu-isu tersebut sering kali kurang terjangkau oleh media nasional yang cenderung berfokus pada wilayah perkotaan di Jawa dan Sumatera. Dengan semangat jurnalisme independen dan berintegritas, Kupang Express menjadi cerminan kebutuhan akan media yang responsif terhadap identitas dan dinamika lokal (Hanitzsch et al., 2011).

Seiring meningkatnya aktivitas e-commerce dan digitalisasi UMKM, permintaan terhadap jasa ekspedisi dan logistik pun mengalami peningkatan tajam. Kota Kupang sebagai ibu kota provinsi ikut terdampak oleh tren ini. Masyarakat lokal kini semakin mengandalkan layanan pengiriman untuk kebutuhan usaha maupun konsumsi pribadi. Fenomena ini menunjukkan hubungan erat antara pertumbuhan ekonomi digital dan perkembangan sektor logistik (Suryanto, 2020).

Kupang Express juga merupakan nama dari sebuah perusahaan jasa ekspedisi dan logistik lokal di Kota Kupang yang menyediakan layanan pengiriman domestik ke wilayah-wilayah pelosok NTT. Dengan biaya yang relatif terjangkau dan jangkauan pengiriman yang luas, perusahaan ini menjadi alternatif bagi masyarakat dan pelaku UMKM. Kekuatan logistik lokal terletak pada pemahaman medan dan kebutuhan pelanggan secara spesifik, yang kerap diabaikan oleh perusahaan nasional (Rizal & Susanto, 2021).

Meskipun kehadirannya penting, tidak sedikit pelanggan yang mengeluhkan kualitas layanan Kupang Express, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, serta lambatnya penanganan komplain. Dalam teori manajemen jasa, kualitas layanan menjadi indikator utama dalam menentukan loyalitas dan kepuasan

pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Apabila kualitas tidak konsisten, maka tingkat kepercayaan konsumen pun akan menurun.

Evaluasi kualitas layanan dapat dilakukan dengan menggunakan model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Model ini dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap layanan Kupang Express dan mengidentifikasi titik lemah yang perlu ditingkatkan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2013).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara ekspektasi dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Dalam konteks jasa ekspedisi, kepuasan pelanggan mencakup kecepatan pengiriman, keamanan barang, kejelasan informasi, serta kemudahan dalam melakukan pelacakan. Studi oleh Sari dan Wulandari (2022) menunjukkan bahwa dimensi reliability dan responsiveness sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di jasa ekspedisi lokal.

Kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain. Dalam industri pengiriman, loyalitas sangat penting mengingat tingginya tingkat persaingan dan kemudahan konsumen untuk beralih ke penyedia jasa lain (Kotler & Keller, 2016).

Melihat peran strategis Kupang Express baik sebagai media maupun jasa ekspedisi lokal, penting dilakukan penelitian untuk mengevaluasi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat memberikan data empiris bagi perusahaan untuk meningkatkan performa layanan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan bisnis lokal berbasis kebutuhan konsumen.

Kupang Express merupakan contoh unik yang menggambarkan peran ganda institusi lokal dalam membangun daerah, yakni sebagai penyampai informasi sekaligus penyedia jasa pengiriman. Dalam kerangka pembangunan daerah berbasis potensi lokal, sinergi antara informasi dan logistik menjadi kunci untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah (Handayani & Hidayat, 2019).

Keberadaan Kupang Express di Kota Kupang menunjukkan pentingnya lembaga lokal yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Namun, agar mampu bertahan dan berkembang, perusahaan ini perlu terus melakukan evaluasi terhadap kualitas layanannya. Pelanggan adalah pusat dari ekosistem layanan, dan peningkatan kualitas berdasarkan feedback pelanggan menjadi langkah esensial dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah transformasi digital yang terus berkembang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang terjadi di lapangan, dalam hal ini adalah persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap kualitas layanan Kupang Express di Kota Kupang. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pemahaman, serta alasan di balik kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan secara lebih mendalam dan kontekstual (Moleong, 2019).

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena berdasarkan perspektif subjek penelitian tanpa menggunakan perhitungan statistik. Metode ini sangat relevan untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat tentang kualitas layanan yang mereka terima dan sejauh mana layanan tersebut memenuhi harapan mereka (Creswell, 2016).

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, dengan fokus pada layanan jasa ekspedisi Kupang Express. Subjek penelitian adalah pelanggan aktif Kupang Express yang dipilih secara purposive, yaitu mereka yang telah menggunakan jasa pengiriman ini minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Selain itu, informan kunci juga mencakup staf atau manajemen Kupang Express guna memperoleh perspektif internal terkait kebijakan layanan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

- a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Teknik utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur. Wawancara dilakukan kepada pelanggan dan staf Kupang Express untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kualitas layanan seperti ketepatan waktu, keamanan barang, keramahan petugas, dan kecepatan penanganan keluhan.
- b. Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi operasional Kupang Express dan tempat-tempat layanan pelanggan untuk melihat bagaimana proses pengiriman dan interaksi dengan konsumen terjadi.
- c. Dokumentasi: Peneliti juga mengumpulkan data pendukung seperti ulasan konsumen, catatan pengaduan, atau tanggapan dari media sosial resmi Kupang Express.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dijelaskan oleh Miles dan Huberman (2014). Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi diklasifikasi berdasarkan tema-tema utama seperti ketepatan waktu, keamanan barang,

komunikasi petugas, dan penanganan komplain. Data kemudian ditafsirkan secara kontekstual untuk menggambarkan pola-pola yang muncul dalam kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan.

5. Uji Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pelanggan dengan staf internal Kupang Express. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji kredibilitas juga dilakukan dengan teknik *member check* yakni mengonfirmasi hasil wawancara kepada narasumber untuk memastikan keakuratan interpretasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas layanan merupakan aspek fundamental dalam membangun **kepuasan pelanggan**, terutama di sektor jasa ekspedisi yang bersifat intangible dan berisiko tinggi terhadap ketidakpastian. Dalam konteks Kupang Express, layanan yang dapat diandalkan dan tepat waktu telah memberikan pengalaman positif bagi sebagian besar pelanggan. Hal ini sejalan dengan konsep kualitas layanan menurut Parasuraman et al. (1988), di mana *reliability* merupakan dimensi utama dalam menciptakan kepercayaan pelanggan.

Meskipun Kupang Express mampu menjangkau wilayah pelosok di Nusa Tenggara Timur (NTT), beberapa pelanggan mengeluhkan adanya keterlambatan pengiriman. Hal ini menunjukkan adanya tantangan geografis yang khas di wilayah timur Indonesia, seperti kondisi jalan yang tidak merata, cuaca ekstrem, dan keterbatasan infrastruktur logistik. Sesuai dengan temuan Suryanto (2020), daerah terpencil membutuhkan adaptasi layanan logistik berbasis lokal yang memahami kondisi wilayah secara kontekstual.

Dalam wawancara mendalam, pelanggan menyatakan bahwa kecepatan pengiriman menjadi prioritas utama. Pengalaman mendapatkan barang sesuai estimasi waktu menjadi faktor yang menentukan apakah mereka akan menggunakan layanan tersebut kembali atau berpindah ke ekspedisi lain. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan berkontribusi langsung pada loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Namun demikian, terdapat kelemahan dalam **daya tanggap** (*responsiveness*) terhadap keluhan. Beberapa pelanggan mengungkapkan rasa kecewa karena tidak mendapatkan tanggapan cepat saat mengadukan masalah, baik melalui telepon maupun media sosial. Menurut Zeithaml et al. (2013), respons cepat atas masalah pelanggan sangat berperan dalam persepsi kualitas layanan.

Respons lambat terhadap komplain juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan. Padahal, dalam industri jasa, kepercayaan adalah elemen penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan konsumen (Tjiptono, 2011). Ketika kepercayaan terganggu, maka potensi kehilangan pelanggan pun meningkat.

Peneliti mengamati bahwa faktor **sumber daya manusia (SDM)** juga menjadi penyebab terhambatnya respons terhadap pelanggan. Hal ini berkaitan dengan keterbatasan jumlah staf layanan pelanggan, serta belum optimalnya pelatihan yang diberikan. Dalam penelitian oleh Sari & Wulandari (2022), peningkatan kompetensi SDM berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan pelanggan di sektor logistik.

Kupang Express sebenarnya memiliki potensi besar sebagai penyedia jasa ekspedisi lokal yang adaptif terhadap karakteristik wilayah. Namun potensi ini belum diimbangi dengan inovasi teknologi layanan. Sistem pelacakan barang (*tracking*) masih dinilai kurang akurat dan tidak real-time, sehingga pelanggan mengalami kesulitan dalam memantau posisi barang yang sedang dikirim.

Pelanggan menyampaikan bahwa adanya sistem tracking yang akurat akan sangat membantu mereka dalam merencanakan waktu penerimaan barang, terutama bagi pelaku UMKM yang bergantung pada pengiriman tepat waktu. Sistem informasi yang transparan merupakan bagian dari dimensi *assurance* dan *tangibles* dalam SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988).

Selain teknologi, **infrastruktur logistik** seperti armada kendaraan dan fasilitas penyimpanan sementara (gudang transit) juga masih terbatas. Peneliti menemukan bahwa di beberapa titik wilayah pelayanan, pengiriman hanya dilakukan beberapa kali dalam seminggu. Hal ini menurunkan efisiensi pengiriman dan memengaruhi persepsi pelanggan terhadap profesionalitas layanan.

Dalam wawancara dengan pihak internal, Kupang Express mengakui adanya keterbatasan modal untuk melakukan ekspansi infrastruktur. Namun mereka menyatakan komitmen untuk melakukan perbaikan secara bertahap. Strategi ini perlu didukung oleh pemetaan kebutuhan pelanggan berdasarkan wilayah dan segmentasi pasar.

Pembahasan juga menyoroti pentingnya komunikasi interpersonal antara petugas lapangan dan pelanggan. Pelanggan menilai bahwa keramahan dan kesopanan kurir menjadi nilai tambah yang membuat mereka merasa dihargai. Dimensi *empathy* dalam model SERVQUAL memainkan peran besar dalam membentuk persepsi positif terhadap perusahaan (Zeithaml et al., 2013).

Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh proses pengiriman, tetapi juga oleh pengalaman menyeluruh yang dirasakan selama berinteraksi dengan penyedia jasa. Dalam hal ini, pengalaman pelanggan (*customer experience*) menjadi

kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang (Pine & Gilmore, 1999).

Peneliti menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang konsisten dan berbasis kebutuhan lokal akan mendukung daya saing Kupang Express. Pelanggan yang puas cenderung akan melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada pengguna baru, sebagaimana dijelaskan dalam teori nilai pelanggan oleh Kotler & Armstrong (2018). Oleh karena itu, Kupang Express perlu fokus pada strategi perbaikan kualitas secara menyeluruh, mulai dari pelatihan SDM, digitalisasi layanan, manajemen komplain, hingga peningkatan armada dan jaringan logistik. Perbaikan ini bukan hanya untuk menjaga keberlanjutan usaha, tetapi juga sebagai bentuk komitmen terhadap pembangunan ekonomi lokal di NTT.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman lokal Kupang Express di Kota Kupang. Dimensi *keandalan* (reliability) dan *ketepatan waktu* terbukti menjadi aspek yang paling dihargai oleh pelanggan, terutama dalam konteks geografis Nusa Tenggara Timur yang menantang. Kupang Express telah menunjukkan kemampuan menjangkau wilayah pelosok dengan layanan yang relatif kompetitif. Namun, penelitian ini juga mengungkap adanya kelemahan pada dimensi *daya tanggap* (responsiveness), khususnya dalam menangani keluhan dan pertanyaan pelanggan. Kurangnya respons cepat dari pihak layanan pelanggan membuat sebagian pengguna merasa tidak puas, meskipun layanan pengiriman telah berjalan sesuai prosedur. Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital seperti sistem pelacakan yang belum optimal menjadi kendala dalam memberikan pengalaman pelanggan yang maksimal. Dari sisi internal, terbatasnya sumber daya manusia dan fasilitas juga menjadi tantangan yang harus dihadapi Kupang Express. Pelanggan menilai bahwa peningkatan kapasitas SDM, pelatihan layanan pelanggan, serta inovasi teknologi sangat dibutuhkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kualitas layanan secara konsisten dan menyeluruh akan berbanding lurus dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas konsumen dan daya saing perusahaan di tengah ketatnya industri logistik. Oleh karena itu, Kupang Express perlu terus beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan lokal, memperbaiki sistem layanan, dan memperkuat peran sebagai perusahaan ekspedisi berbasis kearifan lokal di wilayah Nusa Tenggara Timur.

REFERENSI

- Awwalin, I. N., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2025). Analisis Respon Publik Melalui Sosial Media Facebook terhadap Wacana Kenaikan Pajak Pasca Pilpres 2024 pada Media Pemberitaan. *AKSAYA: Jurnal Rumpun Akuntansi Publik*, 1(1), 01-08.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Handayani, R., & Hidayat, R. (2019). Peran Media Lokal dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 145-158.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., & Anikina, M. (2011). Mapping journalism cultures across nations: A comparative study. *Journalism Studies*, 12(3), 273-293.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2018). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- Rizal, M., & Susanto, H. (2021). Evaluasi Layanan Jasa Pengiriman Logistik Lokal di Daerah Terpencil. *Jurnal Ilmu Logistik Indonesia*, 3(1), 22-30.
- Sari, D. K., & Wulandari, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Ekspedisi di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 113-120.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, T. (2020). Pengaruh Perkembangan E-commerce terhadap Permintaan Jasa Logistik. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 45-53.
- Syaipudin, L., & Amalia, N. R. (2023). Analysis of Risk Management and Joint Office Based Business Development in the Real Estate Company

Wework. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(4), 211-221.

Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed.). McGraw-Hill Education.