

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia yang terus berkembang dan memanfaatkan teknologi, layanan kurir online telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya. Aplikasi kurir online seperti Borzo menyediakan solusi pengiriman yang cepat dan efisien, yang mendukung dinamika kehidupan urban yang serba cepat. Persepsi pelanggan terhadap aplikasi ini tidak hanya menentukan keberhasilan dan kegagalan layanan tersebut tetapi juga memberikan wawasan tentang dinamika ekonomi lokal dan kebiasaan konsumen.

Surabaya, sebagai salah satu pusat ekonomi dan bisnis di Indonesia, memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi baru, termasuk layanan kurir online. Kehadiran Borzo di kota ini menawarkan kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi dan penerimaan pelanggan terhadap layanan tersebut. Faktor-faktor ini mungkin termasuk kecepatan layanan, keandalan, biaya, kualitas interaksi pelanggan, dan kemudahan penggunaan aplikasi.

Perkembangan dan pemanfaatan teknologi saat ini sudah menyentuh di segala bidang termasuk dalam hal bisnis jasa yang saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama Pengantaran logistik . Menurut Kotler, Keller. (2009), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menghasilkan nilai tukar yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Salah satu perusahaan transportasi yang berkecimpung di bidang logistik ini adalah Borzo, Borzo merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi yang berfokus pada

pengantaran barang logistik online yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa transportasi lain. PT Dostavista didirikan pada tahun 2012 oleh Mike Alexandrovski yang didirikan di Moscow, Moscow City, Russian Federation. Borzo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan transportasi di bidang logistik secara online, merupakan perusahaan perantara antara driver dengan pengguna yang menggunakan teknologi modern. PT Dostavista, Menurut Doni sales Manajer Borzo Indonesia, mengatakan, perkembangan pasar jasa pengiriman selama pandemik sejak tahun 2020,tumbuh sangat tinggi. Karena itu Borzo Indonesia memperluas jaringan hingga akhir tahun 2021 ini,

Peneliti agresif memperluas pasar hingga hadir di lebih dari 45 kota di Indonesia. Borzo juga terus melakukan adaptasi dengan beberapa kompetitor di dalam jasa pengiriman instan dan perluasan layanan jaringan Borzo ini pada tahun 2021 telah merata di hampir semua daerah mulai dari pulau Jawa, Bali, Madura, Kalimantan, Sumatra, Sulawesi, Kepulauan Riau dan Kepulauan Batam perkembangan waktu, kepopuleran gojek tampaknya menarik banyak pihak tanpa terkecuali Borzo Sebagai Aplikasi logistik selain aplikasi Borzo Ada beberapa aplikasi pesaing Borzo yang memiliki fungsi yang sama yaitu Seperti Lalamove, Gosend, Grab Express, Paxel, Shipper, AntarAja, Kargo.tech, Maxim, Deliveree, RARA NOW dan Pos Indonesia.

**Gambar 1. Strategi Komunikasi Pemasar Aplikasi Kurir Online Borzo Indonesia Melalui Media Sosial**



(Sumber: <https://www.instagram.com/Borzo.id/>)

Penelitian tentang persepsi pelanggan terhadap aplikasi kurir online seperti Borzo di Surabaya sangat penting untuk beberapa alasan. Pertama, penelitian ini dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam layanan yang disediakan oleh Borzo, yang dapat dijadikan dasar untuk perbaikan dan penyesuaian strategi oleh perusahaan. Kedua, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang preferensi dan perilaku konsumen di Surabaya, yang bisa bermanfaat bagi pemangku kepentingan lain dalam industri logistik dan e-commerce. Ketiga, dengan memahami persepsi pelanggan, Borzo dan perusahaan serupa dapat mengembangkan strategi pemasaran dan operasional yang lebih efektif untuk meningkatkan penetrasi pasar dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teori dan model dari literatur pemasaran dan teknologi informasi, untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Model-model ini akan membantu dalam menginterpretasikan bagaimana fitur-fitur spesifik Borzo dan interaksinya dengan pelanggan mempengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini akan memperluas pemahaman tentang penerimaan teknologi di kalangan pengguna layanan kurir online di kota besar Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini akan berguna bagi Borzo dan perusahaan lain dalam industri serupa untuk memperbaiki dan menyempurnakan layanan mereka demi memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dengan demikian, penelitian tentang persepsi pelanggan terhadap aplikasi kurir online Borzo di Kota Surabaya ini tidak hanya relevan tetapi juga penting dalam konteks yang lebih luas dari pertumbuhan teknologi dan pengaruhnya pada kehidupan urban di Indonesia. Analisis mendalam tentang persepsi ini akan menyediakan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dan operasional yang lebih informasi dan efektif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Persepsi Pelanggan Terhadap Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Aplikasi Kurir Online Borzo Di Kota Surabaya?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan pokok penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Pelanggan Terhadap Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Aplikasi Kurir Online Borzo Di Kota Surabaya

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.2.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini berkontribusi pada literatur akademis dengan menyediakan data empiris mengenai efektivitas strategi komunikasi pemasaran di sektor kurir online. Hal ini memungkinkan pengembangan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai teori-teori pemasaran yang ada, serta bagaimana teori-teori tersebut dapat diadaptasi atau diperbaharui untuk mengakomodasi konteks digital dan online yang terus berkembang.

### **1.2.2 Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini akan sangat berguna bagi Borzo dan perusahaan kurir online lainnya dalam merancang strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami persepsi pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan pesan, media, dan frekuensi komunikasi mereka untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan. Melalui peningkatan strategi komunikasi yang didasarkan pada hasil penelitian ini, Borzo dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang tinggi cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada peningkatan pendapatan dan pangsa pasar. Dengan memahami apa yang dihargai oleh pelanggan dalam komunikasi pemasaran, Borzo dapat lebih efektif dalam menyusun dan menyebarkan konten yang resonan dengan audiens mereka. Ini termasuk menyesuaikan pesan berdasarkan preferensi demografis dan psikografis pelanggan mereka di Surabaya.