

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi pada masa sekarang menuntut perusahaan-perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja usahanya dalam berkompetisi dengan perusahaan sejenis untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan saat ini dan masa yang akan datang. Dengan semakin berkembangnya kehidupan dunia usaha, maka semakin ketat pula persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. Oleh karena itu, masalah pencapaian tujuan bukan hal yang mudah, keadaan ini menuntut adanya profesionalisme seorang manajer dalam melaksanakan perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap semua kegiatan operasional perusahaan.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat dan membanjirnya produk-produk dibidang jasa pengiriman barang (Ekspedisi) dipasar maka perusahaan, harus dapat mengetahui dan memahami kebutuhan, keinginan dan kemauan pasar salah satu indikator berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam persaingan dapat dilihat perkembangan penjualan produk atau jasa yang dihasilkannya kebijakan bagi kegiatan pemasaran sangat diperlukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk memperlancar pemasaran produknya.oleh sebab itu,diperlukan perencanaan yang matang sehingga dapat memperhatikan semua penunjangnya,yaitu faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan itu sendiri.disinilah pentingnya kegiatan pemasaran,karena dengan pemasaran yang baik,maka diharapkan kelangsungan hidup perusahaan akan terjamin.

Perusahaan jasa pengiriman barang merupakan salah satu perusahaan jasa yang tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk keperluan pelayanan pengangkutan atau pengiriman barang dari suatu tempat ketempat lain. Konsekuensi dari pelayanan jasa pengangkutan ini juga menuntut peningkatan sarana dan prasarana transportasi serta perhubungan yang memadai,yang akan menunjang roda pembangunan,utamanya dalam meningkatkan pemerataan dan penyebaran hasil-hasil produksi serta meningkatkan sarana perhubungan dan komunikasi dari suatu pihak ke pihak lain.sarana pengangkutan ini pada dasarnya tidak sedikit,karena disamping pihak swasta,pemerintah juga menyediakan sektor jasa ini baik melalui darat,laut,maupun udara. namun mengingat kebutuhan masyarakat akan jasa pengangkutan atau pengiriman barang ini semakin meningkat,sehingga membuka kesempatan dan peluang pihak swasta turut serta.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), kelemahan

(*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). analisis SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan table yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek (Kotler,2007).

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilih berbagai hal yang yang mempengaruhi ke empat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*Strengths*) mampu mengambil keuntungan dari peluang (*Opportunities*) yang ada, bagian cara mengatasi, kelemahan (*Weaknesses*) yang mencegah keuntungan dari peluang (*Opportunities*), yang ada, selanjutnya bagian kekuatan (*Strengths*) mampu menghadapi ancaman (*Threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaiman cara menghadapi kelemahan (*Weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*Threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru (Kotler, 2007).

Dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat menggunakan suatu alat yang tepat, salah satunya adalah analisis SWOT. Menurut Manap (2016), analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Analisis SWOT sangat bermanfaat untuk penentuan strategi pemasaran, karena analisis SWOT dapat mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berjalan langsung maupun dalam perencanaan baru. Jika Analisis SWOT dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan empat elemen tersebut kesempatan besar untuk keberhasilan suatu perusahaan yang tepat direncanakan sebelumnya dan tentunya akan berjalan dengan lancar serta lebih baik dengan hasil yang optimal dan maksimal. Analisis SWOT sangatlah berperan penting dalam suatu strategi pemasaran perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila di terapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Kebutuhan dan keinginan konsumen kompleks mengharuskan perusahaan pengiriman jasa untuk terus meningkatkan pelayanannya sehingga mereka dapat mengalahkan pesaingannya dan menguasai pasar. Berbagai usaha dilakukan perusahaan jasa pengiriman barang untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan jumlah konsemen. Saat ini konsumen diharapkan pada berbagai jenis pilihan.hal ini dikarenakan banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak

dibidang pelayanan jasa pengiriman yang menawarkan pelayanan dengan kelebihan masing-masing. Berikut merupakan daftar perusahaan jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1 Daftar perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia.

No	Perusahaan jasa pengiriman barang	Tahun berdiri
1	PT Pos Indonesia	1746
2	PT Citra Van Titipan Kilat (TIKI)	1970
3	PT Republic Expres (RPX)	1985
4	PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	1990
5	PT Pandu Siwi Sentosa (Pandu Logistik)	1992
6	PT Wahana Prestasi Logistik (Wahana Logistiik)	1998
7	PT Indah Argo (Indah logistic)	2000
8	PT Synergy First Logistik	2007
9	PT Cahaya Logistik	2008
10	J&T Express	2015

Sumber;4muda.com

Dari tabel 1.1 dapat diketahui beberapa contoh perusahaan layanan jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia. Pertambahan perusahaan layanan jasa terus berkembang sejak tahun 1794 hingga saat ini. Salah satunya PT Global Jet Express atau J&T Express perusahaan jasa pengiriman barang termuda dengan tahun pendirian tahun 2015.

J&T Express merupakan perusahaan pengiriman paket kilat (*express delivery*) di Indonesia yang didirikan pada tahun 2015 oleh Jet Lee dan Tony Chen. hadir sebagai perusahaan ekspres baru di Indonesia, J&T Express siap melayani masyarakat Indonesia untuk mendapatkan layanan pengiriman paket yang cepat, nyaman, dan terpercaya. Meskipun termasuk perusahaan baru dibidangnya, J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan ekspres yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau dengan kualitas premium. Sebagai perusahaan jasa pengiriman paket kilat berbasis teknologi, J&T Express terus menjaga kinerja bisnisnya dengan fokus pada perbaikan sistem logistik Indonesia. Dengan tantangan ketebatasan infrastruktur agar proses pengiriman menjadi cepat.

Penetapan menurut KBBI merupakan proses, cara, perbuatan menentukan; penetapan pembatasan. Penetapan adalah sebuah homonym karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Penetapan memiliki dua arti. penetapan berasal dari kata dasar tetap. Penetapan memiliki arti dalam bidang ilmu hukum. penetapan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga penetapan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau benda dan segala yang dibedakan.

Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Didalam pelaksanaan strategi secara keseluruhan terdapat rencana-rencana tindakan untuk mencapai sasaran perusahaan atau sasaran pasar. Tindakan tersebut yang akan membantu mencapai tingkat penjualan dan tingkat laba tertentu untuk suatu produk. Strategi pemasaran sendiri hal yang perlu mendapat perhatian, khususnya adalah tingkat kepuasan pelanggan, karena tanpa memperhatikan faktor tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan hanya bisa menjaring konsumen saja, tetapi belum bisa menggaet konsumen menjadi pelanggan. Dengan penentuan strategi yang tepat, berarti perusahaan telah memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan.

Perkembangan J&T Express cabang Tanggul tergolong sangat pesat menyaingi perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki J&T Express cabang Tanggul merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menyaingi perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya, (cara tersebut tidak terlepas dari pemasaran J&T Express cabang Tanggul. Strategi pemasaran adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang (Syam, 2014:7) strategi pemasaran jasa yang diterapkan dengan baik akan menambah volume penggunaan layanan jasa pengiriman barang, daya saing, dan loyalitas pelanggan. J&T Express cabang Tanggul dapat berkembang pesat melampaui pesang-pesaingnya membuktikan bahwa J&T Express cabang Tanggul mampu bersaing dalam pasar pengiriman barang.

1.2 Perumusan Masalah

Banyaknya jasa pengiriman yang sejenis membuat persaingan perusahaan semakin ketat. Sehingga J&T Express cabang Tanggul memerlukan strategi pemasaran yang sesuai agar dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Berdasarkan uraian latar belakang masalah serta mengacu pada strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah SWOT yang dapat diterapkan pada J&T Express cabang Tanggul efektif sebagai strategi pemasaran ?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada J&T Express cabang Tanggul dalam rangka untuk menghadapi persaingan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu pengetahuan dan pengalaman sekaligus digunakan sebagai perbandingan antar teori yang didapat selama perkuliahan dan penerapannya pada perusahaan secara nyata.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi dan masukan bagi J&T Express cabang tanggul untuk mengambil keputusan dalam rangka menyelesaikan permasalahan internal dan eksternal dalam rangka menentukan kebijakan.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi penelitian berikutnya yang melakukan penelitian sejenis.

1.5 Ruang Lingkup

Lokasi penelitian ini di J&T Express cabang tanggul. Penelitian ini akan memfokuskan pada implementasi strategi pemasaran J&T Express cabang tanggul.

