

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indeks kinerja logistik merupakan suatu hal yang penting di era globalisasi ini. Pertumbuhan ekonomi dan daya saing perdagangan sebuah negara dapat dipengaruhi oleh kinerja logistiknya. Tidak efektifnya sistem transportasi akan menyebabkan kinerja logistik yang buruk dan biaya logistik yang tinggi (Arvis et al., 2016).

Salah satu faktor yang mempengaruhi langsung kegiatan perdagangan sebuah negara adalah biaya logistik. Hal ini terbukti oleh penelitian yang dilakukan oleh Limão dan Venables (2001) yang menemukan bahwa infrastruktur adalah hal yang sangat penting dan mempengaruhi secara langsung biaya logistik dan bahkan pertumbuhan ekonomi sebuah negara.

Sebagai salah satu obyek vital negara, sebagian besar pelabuhan di Indonesia merupakan pelabuhan yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (“BUMN”) untuk memastikan keamanan logistik nasional. Salah satu BUMN yang mengelola pelabuhan adalah PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) (“Pelindo III”), yang salah satu bidang usahanya adalah pelayanan jasa bongkar/ muat barang dari dan ke kapal.

Layanan logistik yang kompetitif di sebuah negara merupakan hal yang baik, karena menunjukkan infrastruktur dan ekonomi dari negara tersebut mengalami pertumbuhan dan peningkatan. Seiring dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran

yang mengatur Badan Usaha Pelabuhan, Pelindo III beralih fungsinya menjadi Operator Pelabuhan, sehingga persaingan dengan Perusahaan Bongkar Muat (“PBM”) lainnya-pun tidak dapat dihindari.

Untuk dapat bersaing dengan PBM lainnya, Pelindo III melakukan beberapa strategi mulai dari memberikan layanan door-to-door logistik hingga strategi pemasaran jasa. Pemasaran sendiri telah merevolusi perekonomian dunia, dan sejak perkembangannya yang pesat dan saat ini seluruh bisnis yang ada bergantung oleh kegiatan pemasaran dan philosophy suksesnya (Kotler dan Armstrong, 2010).

Berdasarkan CIM (2009), kegiatan pemasaran dapat memberikan kepastian keberlangsungan bisnis untuk jangka panjang dan visi dari setiap organisasi. Sehingga kegiatan pemasaran dalam kompetisi di bidang layanan logistik yang dalam hal ini merupakan jasa PBM yang wajib dilakukan untuk memenangkan kompetisi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bongkar Muat PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) di Tanjung Perak, Surabaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Product* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
2. Apakah *Place* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
3. Apakah *Price* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
4. Apakah *Promotion* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
5. Apakah *People* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
6. Apakah *Process* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?
7. Apakah *Phsycal Evidence* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa

Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?

8. Apakah *Product, Place, Price, Promotion, People, Process dan Physycal Evidence* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Memahami apakah *Product* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
2. Memahami apakah *Place* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
3. Memahami apakah *Price* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
4. Memahami apakah *Promotion* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
5. Memahami apakah *People* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
6. Memahami apakah *Process* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa

Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;

7. Memahami apakah *Phsycal Evidence* yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya;
8. Memahami apakah *Product, Place, Price, Promotion, People, Process dan Phsycal Evidence* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Jasa Bongkar Muat Pelindo III di Tanjung Perak, Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah :

Manfaat Teoritis

1. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi peneliti mengenai daya saing pelabuhan dalam rantai pasok;
2. Untuk akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran secara teoritis dalam lingkup konsentrasi manajemen kepelabuhanan.

Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dan melakukan kegiatan strategi pemasaran.