#### **BABI**

# **PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatanlaba perusahaan.

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranyaadalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan Dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yangsudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah jaman dimana

produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen.

Perusahaan memerlukan suatu sarana untuk mempertahankan pasar perusahaan, bahkan untuk meningkatkan penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yaitu dengan sarana periklanan dan promosi penjualan. Kebijaksanaan perusahaan untuk mempertahankan pasar terutama karena adanya realitas persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dengan perusahaan lain. Persaingan pada hakekatnya adalah merebut pangsa pasar yang dalam prakteknya berupaya kegiatan menarik pembeli potensial. Kelangsungan suatu perusahaan dapat diukur dari keberhasilan perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya dan untuk itu perusahaan mengantisipasinya dengan menyelenggarakan kegiatan promosi.

Kegiatan suatu perusahaan akan berjalan lancar dan baik apabila sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Rencana pemasaran mencakup pengembangan program jangka pendek dan jangka panjang untuk masalah-masalah yang luas dalam *marketing mix* yang meliputi pengembangan produk, struktur harga, distribusi dan promosi. Perencanaan pada masing-masing variable marketing mix selalu mengadakan interaksi dengan variabel lainnya, untuk meningkatkan volume penjualan memerlukan usaha yang sungguh-sungguh dari perusahaan. Disini yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan usaha penjualan perusahaan adalah pada bagian penjualan dan pemasaran. Peranan penting dalam usaha menaikkan volume penjualan melalui periklanan dan promosi. Bagi perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan utama dalam melaksanakan penjualannya yaitu mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan hidup perusahaan.

Dengan latar belakang di atas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dalam meningkatkan volume penjualannnya dengan demikian penulis memilih judul skripsi sebagai berikut: Analisis strategi pemasaran jasa *freight forwading* pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik.

## 1.2 Rumusan Masalah

- 1. Bagaimana Strategi Pemasaran *Freight Forwarder* Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang distribusi;
- 2. Bagaimana strategi Pemasaran *Freight Forwarder* Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang produk;
- 3. Bagaimana strategi Pemasaran *Freight Forwarder* Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang promosi.

#### 1.3 Batasan Masalah

PT. Sinar Mentari Abadi Logistik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Jasa logistik yang bergerak dalam bidang *trucking* dan ekspedisi muatan kapal laut. Mengingat peranannya yang sangat luas, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah skripsi ini sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang disajikan. Untuk membatasi permasalahan maka penulis hanya membahas tiga faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan jasa *domestic forwarding* via transportasi kapal laut yaitu faktor harga, promosi dan keamanan barang terhadap penjualan jasa forwarding.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

- Mengetahui Strategi Pemasaran Freight Forwarder Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang distribusi;
- Mengetahui strategi Pemasaran Freight Forwarder Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang produk;
- Mengetahui strategi Pemasaran Freight Forwarder Pada PT. Sinar Mentari Abadi Logistik dibidang promosi.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Penelian ini dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja;

## 2. Bagi praktisi

Dapat digunakan sebagai pedoman untuk melaksanakan penelitian pada masa yang akan datang sserta sebagai masukan untuk pembuatan keputusan dan menambah pengetahuan;

## 3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan forwading khususnya mengenai jasa, produk, dan marketing.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Terdapat rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Terdapat Batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Adapun tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan yang terakhir dalam bab ini adalah sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang menjadi landasan berpikir. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dari hasilpengamatan, pengumpulan, serta pengelolahan data hingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

# BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengansaran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.