

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha jasa pengiriman barang via transport laut dewasa ini diwarnai dengan persaingan yang ketat. Situasi ini mencerminkan iklim dunia yang berkembang dan dinamis. Meskipun dilihat dari segi lama waktu yang dibutuhkan dalam pengiriman barang, transportasi laut lebih lama dibandingkan dengan transportasi udara. Namun pengiriman barang transportasi laut tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen yang khususnya menginginkan ruangan tertentu pada ruangan kapal, misalnya untuk pengiriman barang yang berkapasitas berat, lebar, ataupun panjang.

Berbagai cara serta strategi telah dilakukan guna menghadapi tantangan, persaingan, yang dikembangkan oleh manajer pemasaran sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang pemasaran sekarang ini. Sulit bagi perusahaan untuk merebut pasar pesaing. Kepuasan konsumen adalah kunci sukses dan keberhasilan utama strategi bersaing perusahaan jasa dalam menjalankan usahanya. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya yang akan atau selama menggunakan produk jasa yang dipasarkan oleh perusahaannya.

Ada begitu banyak macam strategi yang dijalankan oleh para pesaing salah satunya dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen berperan penting dalam memperkuat minat dari konsumen untuk memakai jasa suatu perusahaan. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut. Seiring dengan semakin meningkatnya permintaan akan pengiriman barang, bisnis pengiriman barang melalui transportasi laut kini menjadi semakin

berkembang dengan prospek yang semakin baik pula untuk masa yang akan datang seperti salah satu contohnya bisnis jasa *freight forwarding*. Menurut Suyono (2005), *Freight Forwarder* adalah badan usaha yang bertujuan untuk memberikan jasa pelayanan/pengurusan atas seluruh kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan dan penerimaan barang dengan menggunakan multimodal transport baik melalui darat, laut, dan/atau udara.

Disamping itu, *freight forwarder* juga melaksanakan pengurusan prosedur dan formalitas dokumentasi yang dipersyaratkan oleh adanya peraturan-peraturan pemerintah negara *export*, negara transit dan negara import. Bisa dikatakan juga bahwa *Freight Forwarding* adalah perusahaan yang memiliki usaha dalam bidang pengangkutan barang secara keseluruhan, *freight forwarding* juga dapat berfungsi sebagai EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), Pelayaran, Jasa kepabeanan, bahkan dapat juga berfungsi sebagai pengiriman *door to door*. Persaingan bisnis *freight forwarding* yang semakin kompetitif, mengharuskan dari perusahaan mampu menerapkan strategi yang dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya.

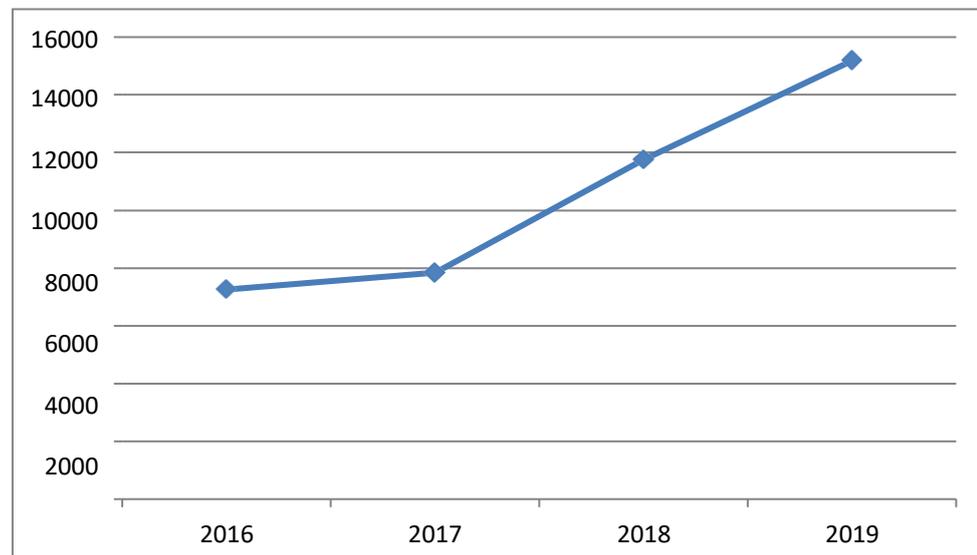
Salah satu contoh perusahaan jasa *freight forwarding* yang sedang berkembang hingga saat ini adalah PT Sinar Mentari Abadi Logistik.

PT Sinar Mentari Abadi Logistik berdiri sejak 5 Juli 2015. Selain jasa penyewaan kendaraan truck, bidang usaha yang paling diminati lainnya oleh konsumen di PT Sinar Mentari Abadi Logistik adalah pengiriman barang domestik *door to door* via transportasi laut.

Dengan semakin banyak perusahaan jasa pengiriman barang domestik *door to door* via transportasi laut baru yang muncul dan siap bersaing menuntut PT Sinar Mentari Abadi Logistik melakukan strategi untuk mencapai penjualan yang diinginkan serta bisa mewujudkan suatu tingkat efisiensi dan produktivitas yang cukup tinggi. Beberapa diantara perusahaan *forwarding* bersaing dengan memberikan pelayanan terbaik dalam hal jaminan keamanan barang, promosi dan penetapan harga hingga diterima oleh *consignee*.

Penjualan PT Sinar Mentari Abadi Logistik dalam 4 tahun terakhir ini cenderung mengalami peningkatan. Total perhitungan volume pengiriman

barang di PT Sinar Mentari Abadi Logistik dapat dilihat pada grafik 1.1 dibawah ini:



**Gambar 1.1 Grafik Volume Pengiriman barang (dalam kontainer)
Periode November 2016 - Maret 2019
(Sumber: PT Sinar Mentari Abadi Logistik)**

Secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar grafik volume penjualan selama tahun 2016 – 2019 mengalami peningkatan. Meningkatnya volume penjualan secara terus menerus dalam beberapa tahun merupakan indikasi semakin meningkatnya persaingan dan strategi yang diterapkan oleh PT Sinar Mentari Abadi Logistik. Dengan adanya peningkatan tersebut perlu adanya pengkajian apa yang menjadi penyebab adanya peningkatan volume penjualan, sehingga perlu dicari kiat-kiat usaha apa yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Hal ini bertujuan agar terus terjadi peningkatan penjualan untuk tahun berikutnya. Mengingat strategi pemasaran dapat berpengaruh baik dalam meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan. Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **harga, promosi dan keamanan barang terhadap volume penjualan jasa forwarding.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, pokok masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan jasa forwarding?;
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan jasa forwarding?;
3. Apakah keamanan barang secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan jasa forwarding?;
4. Apakah harga, promosi dan keamanan barang secara simultan berpengaruh positif terhadap penjualan jasa forwarding?.

1.3 Pembatasan Masalah

PT. Sinar Mentari Abadi Logistik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Jasa logistic 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

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga secara parsial terhadap penjualan jasa *forwarding*;
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap penjualan jasa *forwarding*;
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan barang secara parsial terhadap penjualan jasa *forwarding*;
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan keamanan barang secara simultan terhadap penjualan jasa *forwarding*.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap penulis memiliki manfaat yang akan diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain dari segi pandangan umum dan khusus. Berikut manfaat yang diperoleh dari penelitian ini dari masing-masing pandangan:

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan mengaplikasikannya dengan kenyataan yang ada, serta menambah pengalaman dan pengetahuan penulis akan masalah- masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya dalam hal pengaruh harga, promosi dan keamanan barang terhadap volume penjualan jasa *forwarding*.

2. Manfaat bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan gambaran dan informasi yang relevan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh harga, promosi dan keamanan barang terhadap volume penjualan jasa *forwarding*.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan dan dapat memberikan masukan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam melaksanakan strategi yang berhubungan dengan harga, promosi dan keamanan barang untuk meningkatkan volume penjualan jasa *forwarding*.

4. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan dan pembanding untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Salah satu aspek dalam penyusunan skripsi adalah sistematika penulisan. Oleh sebab itu, pada bagian awal skripsi, berisikan halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman persembahan, abstraksi, kata

pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

2. BAB II Landasan Teori

Merupakan bab yang berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan kegiatan bisnis *forwarding* via transportasi kapal laut, strategi penetapan harga, promosi dan keamanan barang, fasilitas pendukung hipotesis, kerangka pemikiran teoritis.

3. BAB III Metode Penelitian

Merupakan bab yang berisikan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, definisi operasional dan variable penelitian dan metode analisa data.

4. BAB IV Analisa dan Pembahasan

Merupakan bab yang berisikan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi, misi, dan struktur organisasi serta pembagian tugas dan data kegiatan perusahaan.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.