

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi Indonesia saat ini telah memasuki pasar global, yang melibatkan perdagangan internasional dengan berbagai negara di seluruh dunia yang mempunyai peran penting dalam berjalannya perekonomian suatu negara yang berguna untuk meningkatkan cadangan devisa, dalam hal ini kegiatan ekspor dan impor dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan warga negara. Umumnya perdagangan internasional mempunyai tahapan yang rumit dibandingkan dengan perdagangan lokal, hal ini dikarenakan perdagangan internasional memiliki jarak yang relatif jauh antara *shipper* dan *buyer* oleh batas-batas negara sehingga memiliki proses yang sedikit rumit dan membutuhkan waktu yang lama. Antar negara memiliki perbedaan hukum dan peraturan dalam perdagangan internasional, sehingga para pelaku perdagangan internasional harus taat para peraturan dan hukum sesuai dengan ketentuan yang disepakati bersama agar dalam kegiatan ekspor dan impor berjalan dengan lancar (Mahadeva 2020).

Perdagangan internasional muncul disebabkan oleh langkanya SDA (sumber daya alam) pada suatu negara. Kelangkaan SDA ini dapat diatasi dengan adanya perdagangan antar negara, negara yang memiliki sumber daya alam yang berlimbah dan kebutuhan negaranya sudah terpenuhi dapat

melakukan kegiatan ekspor ke negara yang membutuhkan komoditas tersebut (Saragih, H. S. 2022).

Kegiatan perdagangan internasional tidak bisa terlepas dari perusahaan *freight forwarder*, *freight forwarder* mempunyai peran vital dalam kegiatan perdagangan internasional, pabrik atau customer menjadi terbantu oleh perusahaan *freight forwarder* dalam melakukan perdagangan. *Freight forwarder* memberikan pelayanan kepada eksportir atau importir dan menyediakan beberapa pelayanan seperti pengurusan dokumen kepabeanan, dokumen pendukung ekspor atau impor, pembelian jasa pelayaran atau booking kapal dan menyediakan pelayanan trucking untuk mengantarkan komoditas dari pabrik eksportir ke pelabuhan dan sebaliknya pelabuhan ke gudang pabrik importir (Mahadeva 2020).

Perusahaan *Freight forwarder* adalah badan usaha yang menjual layanan jasa pengangkutan, pengiriman, *custom clearance* dokumen dalam rangka kegiatan pengiriman barang dengan moda transportasi darat, laut ataupun udara (Sutrisno dan Saputra 2018). *Freight forwarder* menjalankan fungsi serta mempunyai tujuan mengurus segala aktivitas pengiriman dan penerimaan barang, *freight forwarder* mempunyai tanggung jawab penerimaan barang dari *shipper* sampai barang di tempat pembeli (*consignee*).

Seiring dengan potensi pasar yang sangat besar, pertumbuhan jumlah perusahaan *freight forwarding* juga mencatat perkembangan yang positif. Berdasarkan data Gabungan *Forwarder* dan Ekspedisi Indonesia (GAFEKSI) tidak kurang terdapat 3.000 perusahaan *freight forwarding* berskala internasional dan lokal yang bernaung didalam induk organisasi ini, dan

diperkirakan terdapat lebih dari 1000 perusahaan *freight forwarding* yang berada di luar keanggotaan GAFEKSI yang terdapat di Indonesia dan menawarkan jasanya seperti yang terlihat pada tabel berikut:

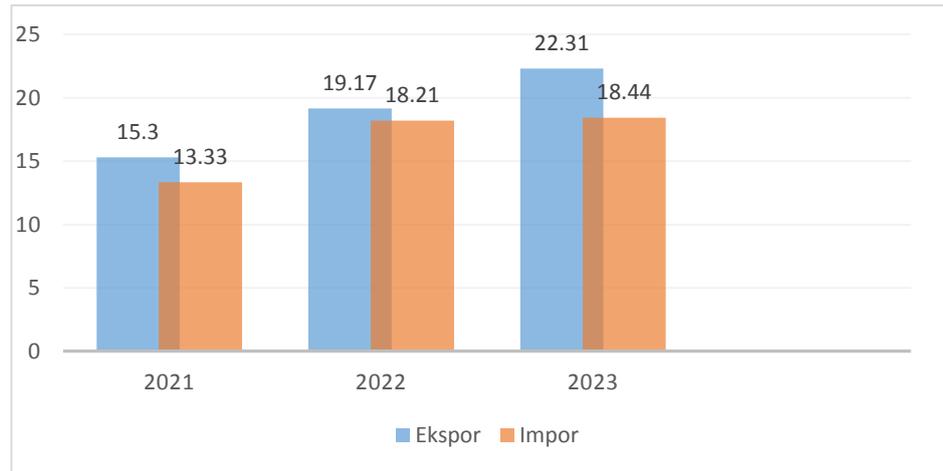
Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Penunjang Angkutan Laut

NO	Uraian	Satuan	2019	2020	2021
1	JPT	Perusahaan	3162	3162	3407
2	Perusahaan bongkar muat	Perusahaan	1023	1023	1023
			4185	4185	4430

Sumber: Statistik Perhubungan, data diolah 2023

Keuntungan yang menggiurkan dan kepastian kelangsungan perusahaan merupakan stimulus yang ampuh yang membuat banyak sekali perorangan maupun korporasi yang mendirikan perusahaan *freight forwarding*, dari data diatas tidaklah mengherankan jika para pelaku pasar didalam industri ini tetap optimis dalam memasuki industri ini.

Pertumbuhan yang signifikan dalam dunia bisnis *freight forwarding* membuat aktivitas ekspor dan impor yang ada seperti yang terlihat pada statistik jumlah perusahaan penunjang angkutan laut 2021-2023 yang mengalami peningkatan seperti pada gambar grafik berikut.



Gambar 1.1 Perkembangan Ekspor Impor Indonesia (miliar US\$)

Sumber: Badan Pusat Statistik, data diolah 2023

Perkembangan bisnis yang semakin ketat dan banyaknya kompetitor bisnis yang serupa khususnya dalam bidang transportasi menjadi ancaman keberlangsungan hidup perusahaan, untuk memenangkan persaingan pasar maka perusahaan harus dapat membaca kondisi pasar agar mampu merancang strategi pemasaran, perusahaan harus bekerja keras dan berpikir cerdas dalam menentukan strategi yang tepat untuk pertumbuhan perusahaan (Jervis 2021).

PT Mitra Persada Logistik (MPL) merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan bisnis dibidang *freight forwarding* yang berdiri pada tahun 2018 menyediakan layanan ekspor impor untuk kargo *full container load* maupun *less container load* ke berbagai wilayah, membantu pengurusan ekspedisi muatan kapal laut (EMKL), menyediakan truk kargo bagi keperluan pengiriman barang. Untuk mempertahankan bisnisnya PT Mitra Persada Logistik perlu melaksanakan strategi dalam pemasaran yang terstruktur dan sistematis untuk menunjang aktivitas dalam menjalankan bisnis *freight forwarding*.

Strategi pemasaran yang ada pada PT Mitra Persada Logistik diperlihatkan dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan menggunakan media komunikasi lalu dengan rekomendasi pelanggan yang sudah ada kepada rekan bisnisnya untuk menggunakan jasa *freight forwarder*. Berdasarkan data sementara yang penulis peroleh dari wawancara dengan staf *marketing*, pemasaran melalui media digital masih kurang sehingga hal ini menyebabkan sulitnya mendapatkan pelanggan baru dan bersaing dengan perusahaan sejenis.

Perusahaan harus menyusun strategi dalam kegiatan pemasaran dengan baik. Banyaknya kompetitor *freight forwarder* terutama di Semarang dan wilayah Jawa Tengah membuat persaingan semakin ketat yang mengharuskan perusahaan untuk tetap eksis dan tidak tertinggal dengan perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan untuk mengoptimalkan kinerjanya serta mengantisipasi terhadap ancaman dan kelemahan yang ada. Untuk tercapainya tujuan organisasi perusahaan pihak perusahaan memperhatikan aspek lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menyadari peran yang sangat penting dari hal tersebut dalam menjaga kelangsungan bisnis organisasi.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik mengetahui dan mendalami pemilihan strategi yang diterapkan oleh PT Mitra Persada Logistik, Peneliti memiliki minat untuk mengeksplorasi topik penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Pada Perusahaan *Freight Forwarding* Dalam Menunjang Kegiatan Ekspor Dan Impor**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjabaran latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana strategi pemasaran PT Mitra Persada Logistik untuk menunjang kegiatan ekspor dan impor?
2. Apa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki PT Mitra Persada Logistik dalam menunjang aktivitas ekspor dan impor?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran PT Mitra Persada Logistik untuk menunjang aktivitas ekspor-impor.
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang & ancaman PT Mitra Persada Logistik dalam menunjang kegiatan ekspor dan impor.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Mahasiswa**

1. Untuk memanfaatkan ilmu pengetahuan yang diperoleh penulis dari program Studi Diploma IV Manajemen Dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang terhadap permasalahan yang ada di lapangan.
2. Untuk menambah wawasan penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat dari perkuliahan.
3. Pengembangan diri dalam bersosialisasi dalam dunia kerja dan berinteraksi sosial yang baik dan ber-*attitude*.

**2. Bagi Program Studi Diploma IV Manajemen Dan Administrasi Logistik**

1. Memanfaatkan umpan balik untuk menyempurnakan materi perkuliahan sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi Pemerintah, BUMN, maupun Swasta.
2. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat dengan *stakeholder*.

**3. Bagi perusahaan**

1. Menjalinkan hubungan yang teratur, sehat, dan dinamis antara PT Mitra Persada Logistik dengan Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
2. Dapat membantu perusahaan dalam pelaksanaan operasional PT Mitra Persada Logistik.
3. Mahasiswa diharapkan dapat memberikan saran/masukan kepada PT Mitra Persada Logistik.