

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan perdagangan bebas, perusahaan jasa ekspedisi memiliki peranan yang penting bagi para pelaku bisnis yang mempunyai ketergantungan besar terhadap kecepatan dan ketepatan pengiriman barang. Semakin banyak perusahaan jasa ekspedisi yang bermunculan menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan dalam jasa ekspedisi. Banyak strategi yang digunakan oleh perusahaan jasa ekspedisi untuk memasarkan jasanya agar konsumen bertambah dan tidak beralih ke perusahaan jasa ekspedisi lainnya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi adalah PT Caraka Yasa yang berdiri pada tahun 1985. PT Caraka Yasa memiliki 30 kantor cabang di berbagai kota besar di Indonesia. Salah satu kantor cabangnya berada di Bandung tepatnya di Jl. Taman Sari no 66.

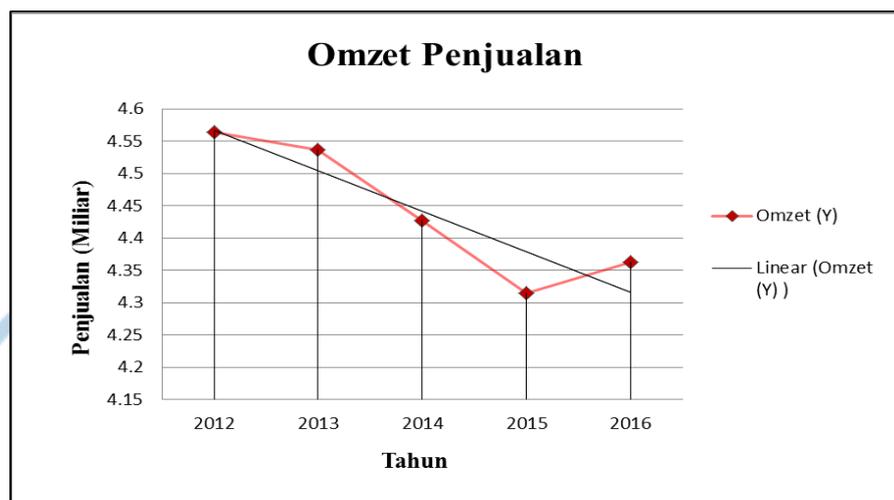
Berdasarkan wawancara dengan Kepala Kantor PT Caraka Yasa Cabang Bandung, omzet penjualan perusahaan pada tahun 2005 dan 2006 pernah tercapai akan tetapi untuk tahun-tahun berikutnya omzet penjualan setiap bulan yang didapat rata-rata belum pernah lagi mencapai target yang telah ditetapkan oleh kantor pusat yaitu Rp. 400.000.000/bulan. Hal ini terlihat dari data penjualan mulai dari bulan Januari 2012 sampai dengan November 2016 (dalam 5 tahun terakhir) dan pihak Caraka belum melakukan perbaikan-perbaikan untuk menangani masalah ini. Berikut merupakan data penjualan PT. Caraka Yasa:

Tabel 1.1
Omzet Penjualan PT Caraka Yasa Januari 2012-November 2016

Tahun	Bulan	Target/bulan	Omzet/bulan	Persentase Omzet
2012	Januari	Rp. 400.000.000	Rp. 381.459.000	95,36%
	Februari	Rp. 400.000.000	Rp. 361.228.000	90,31%
	Maret	Rp. 400.000.000	Rp. 382.448.000	95,61%
	April	Rp. 400.000.000	Rp. 372.810.000	93,2%
	Mei	Rp. 400.000.000	Rp. 375.902.000	93,9%
	Juni	Rp. 400.000.000	Rp. 355.491.000	88,87%
	Juli	Rp. 400.000.000	Rp. 368.931.000	92,23%
	Agustus	Rp. 400.000.000	Rp. 422.079.000	105,52%
	September	Rp. 400.000.000	Rp. 424.477.000	106,12%
	Oktober	Rp. 400.000.000	Rp. 389.115.000	97,28%
	November	Rp. 400.000.000	Rp. 366.570.000	91,64%
	Desember	Rp. 400.000.000	Rp. 364.190.000	91,05%
2013	Januari	Rp. 400.000.000	Rp. 379.033.000	94,76%
	Februari	Rp. 400.000.000	Rp. 374.991.000	93,75%
	Maret	Rp. 400.000.000	Rp. 368.569.000	92,14%
	April	Rp. 400.000.000	Rp. 361.492.000	90,37%
	Mei	Rp. 400.000.000	Rp. 359.908.000	89,98%
	Juni	Rp. 400.000.000	Rp. 359.773.000	89,94%
	Juli	Rp. 400.000.000	Rp. 367.811.000	91,95%
	Agustus	Rp. 400.000.000	Rp. 431.427.000	107,86%
	September	Rp. 400.000.000	Rp. 430.551.000	107,64%
	Oktober	Rp. 400.000.000	Rp. 371.032.000	92,76%
	November	Rp. 400.000.000	Rp. 372.164.000	93,04%
	Desember	Rp. 400.000.000	Rp. 360.229.000	90,06%
2014	Januari	Rp. 400.000.000	Rp. 370.665.000	92,67%
	Februari	Rp. 400.000.000	Rp. 368.752.000	92,19%
	Maret	Rp. 400.000.000	Rp. 366.549.000	91,64%
	April	Rp. 400.000.000	Rp. 359.122.000	89,78%
	Mei	Rp. 400.000.000	Rp. 355.721.000	88,93%
	Juni	Rp. 400.000.000	Rp. 362.495.000	90,62%
	Juli	Rp. 400.000.000	Rp. 359.299.000	89,82%
	Agustus	Rp. 400.000.000	Rp. 411.703.000	102,93%
	September	Rp. 400.000.000	Rp. 409.360.000	102,34%
	Oktober	Rp. 400.000.000	Rp. 352.114.000	88,03%
	November	Rp. 400.000.000	Rp. 358.751.000	89,69%
	Desember	Rp. 400.000.000	Rp. 352.095.000	88,02%
2015	Januari	Rp. 400.000.000	Rp. 363.572.000	90,8%
	Februari	Rp. 400.000.000	Rp. 347.924.000	86,9%
	Maret	Rp. 400.000.000	Rp. 353.405.000	88,3%
	April	Rp. 400.000.000	Rp. 338.719.000	84,6%
	Mei	Rp. 400.000.000	Rp. 348.614.000	87,1%
	Juni	Rp. 400.000.000	Rp. 363.741.000	90,9%
	Juli	Rp. 400.000.000	Rp. 351.402.000	87,8%
	Agustus	Rp. 400.000.000	Rp. 416.293.000	104,1%
	September	Rp. 400.000.000	Rp. 402.359.000	100,5%
	Oktober	Rp. 400.000.000	Rp. 359.816.000	89,9%
	November	Rp. 400.000.000	Rp. 347.285.000	86,8%
	Desember	Rp. 400.000.000	Rp. 322.368.000	80,5%
2016	Januari	Rp. 400.000.000	Rp. 358.602.000	89,65%
	Februari	Rp. 400.000.000	Rp. 355.931.000	88,98%
	Maret	Rp. 400.000.000	Rp. 342.847.000	85,71%
	April	Rp. 400.000.000	Rp. 349.955.000	87,49%
	Mei	Rp. 400.000.000	Rp. 341.772.000	85,44%
	Juni	Rp. 400.000.000	Rp. 346.721.000	86,68%
	Juli	Rp. 400.000.000	Rp. 361.501.000	90,37%
	Agustus	Rp. 400.000.000	Rp. 412.885.000	103,22%
	September	Rp. 400.000.000	Rp. 409.661.000	102,41%
	Oktober	Rp. 400.000.000	Rp. 368.247.000	92,06%
	November	Rp. 400.000.000	Rp. 358.942.000	89,74%
	Desember	Rp. 400.000.000	Rp. 355.895.000	88,97%

Sumber : data penjualan perusahaan, 2012-2016.

Berdasarkan data di atas rata-rata omzet penjualan dari bulan Januari 2015-Desember 2016 adalah sebesar 92,53% masih belum bisa mencapai target. Dengan data penjualan dari 5 tahun terakhir tersebut akan dilakukan analisis trend untuk melihat peramalan omzet penjualan PT Caraka Yasa di masa mendatang. Berikut merupakan grafik total omzet penjualan per tahun:



Gambar 1.1
Total Omzet Penjualan Per Tahun

Tabel 1.2
Analisis Trend Dengan Metode *Least Square*

Tahun	Omzet (Y) (milyar)	X	XY	X ²
2012	4.564700	-2	-9.129400	4
2013	4.536950	-1	-4.536950	1
2014	4.426626	0	0	0
2015	4.315498	1	4.315498	1
2016	4.362949	2	8.725898	4
Jumlah	22.206723		-0.624954	10

Persamaan garis linearnya adalah $Y=4,4413446+(-0,0624954)X$. Dengan menggunakan persamaan tersebut maka dapat diramalkan omzet penjualan pada tahun 2017, yaitu :

$$Y= 4,4413446+(-0,0624954)X \text{ (untuk tahun 2017 nilai X adalah 3)}$$

sehingga $Y = 4,2538584$ artinya omzet penjualan PT Caraka Yasa pada tahun 2017 diperkirakan sebesar Rp. 4.253.858.400. Dari peramalan tersebut terlihat bahwa pada tahun 2017 PT Caraka Yasa masih akan mengalami penurunan total omzet penjualan dan belum bisa mencapai target omzet penjualan. Hasil peramalan ini semakin mendukung permasalahan yang terjadi di PT Caraka Yasa.

Oleh karena itu, PT Caraka Yasa perlu melakukan perbaikan serta menentukan strategi apa yang harus diterapkan agar dapat berdampak positif pada omzet penjualan. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “USULAN STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN JASA EKSPEDISI BERDASARKAN UJI HIPOTESIS, *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA), DAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus di PT Caraka Yasa)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut adalah beberapa faktor yang dapat menyebabkan tidak tercapainya target omzet penjualan di PT Caraka Yasa, yaitu:

1. Adanya pesaing lain yang bergerak di bidang perusahaan jasa ekspedisi paket korporasi.
2. PT Caraka Yasa belum mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan konsumen untuk memilih jasa ekspedisi.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kinerja PT Caraka Yasa.
4. PT Caraka Yasa kurang tepat dalam menentukan *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning*.
5. Strategi korporat yang diterapkan PT Caraka Yasa saat ini belum sesuai.
6. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Caraka Yasa kurang tepat.
7. PT Caraka Yasa belum mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan.
8. Aktivitas pengiriman barang dari konsumen menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah dan asumsi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembahasan. Beberapa hal yang dibatasi adalah:

1. Penelitian dilakukan di PT Caraka Yasa Cabang Bandung.
2. Tidak membandingkan secara spesifik PT Caraka Yasa dengan perusahaan pesaing.
3. Tidak membahas mengenai perilaku konsumen.
4. Tidak membahas secara detail mengenai aktivitas pengiriman barang dari konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Permasalahan yang ingin diselesaikan dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih jasa ekspedisi?
2. Bagaimana tingkat kinerja dan tingkat kepentingan PT Caraka Yasa pada saat ini?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen PT Caraka Yasa pada saat ini?
4. Hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan PT Caraka Yasa serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal?
5. Bagaimana usulan strategi korporat yang sesuai dengan PT Caraka Yasa?
6. Bagaimana *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh PT Caraka Yasa?
7. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat yang dapat dilakukan oleh PT Caraka Yasa untuk meningkatkan omzet penjualannya?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dikemukakan dalam perumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen untuk memilih jasa ekspedisi.
2. Mengetahui tingkat kinerja dan tingkat kepentingan PT Caraka Yasa pada saat ini.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen PT Caraka Yasa pada saat ini.
4. Mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan PT Caraka Yasa serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.
5. Memberikan usulan strategi korporat yang sesuai dengan PT Caraka Yasa
6. Menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh PT Caraka Yasa.
7. Memberikan usulan strategi pemasaran yang tepat yang dapat dilakukan oleh PT Caraka Yasa untuk meningkatkan penjualannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengolahan, penganalisisan serta pemecahan masalah dengan lebih terstruktur, maka penulisan dan pembahasan dalam laporan ini disusun menurut sistematika sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan yang dilakukan pada penelitian di PT Caraka Yasa cabang Bandung.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan masalah menurunnya omzet penjualan. Acuan teoritis tersebut berasal baik dari buku-buku dan karangan ilmiah yang dapat menunjang pemecahan masalah yang dihadapi.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data umum PT Caraka Yasa, data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner, wawancara dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam pengolahan serta analisis data pada penelitian ini.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang hasil pengolahan yang telah dikumpulkan pada bab sebelumnya. Data yang telah diolah akan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan dan saran.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan seluruh hasil pengolahan data dan analisis, serta terdapat usulan kepada pihak tempat penelitian dalam hal ini PT Caraka Yasa cabang Bandung agar dapat memecahkan masalah yang dihadapi.