

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia cukup baik, saat ini dapat dikategorikan semakin membaik, karena melihat perkembangan teknologi, informasi dan transportasi yang setiap saat terus meningkat.¹ Hal ini menyebabkan terciptanya sektor perdagangan yang membaik pula. Namun, perkembangan teknologi, informasi dan transportasi yang demikian pesat menuntut pelaku-pelaku bisnis mampu dalam menghadapi tantangan berupa persaingan bisnis yang ketat.

Seiring dengan perkembangan Kota Gorontalo yang menjadi kawasan strategis bagi dunia bisnis akhir-akhir ini. Melihat perkembangan ekonomi global yang semakin ketat dan bergejolak saat ini, penyeleksian strategi merupakan tantangan yang substantif bagi pelaku manajemen perusahaan. Dimana dalam pengambilan keputusan, perusahaan perlu pengetahuan tentang kebutuhan pasar dan kecenderungan pasar persaingan serta keunggulan bersaing yang dimilikinya.

Barang dan jasa adalah kebutuhan yang paling utama dan berbagai usaha yang dilakukan untuk memenuhinya. Usaha tersebut antara lain adalah melakukan jual beli, pertukaran barang dan melakukan hubungan social yaitu dengan mengirim suatu barang oleh suatu individu, perusahaan dan kelompok sosial.

¹Kementrian PPN Bappenas, 'Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia', 2019, p. 1
<<https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/perkembangan-ekonomi-indonesia-dan-dunia-triwulan-I-tahun-2019>> [accessed 5 March 2019].

Dalam hal ini yang paling menarik dibahas adalah strategi komunikasi yang ada dalam dunia bisnis demi menunjang beberapa aspek yang harus dipenuhi. Beberapa perusahaan lain diantaranya:

Tabel 1.1 Perusahaan yang berada di Kota Gorontalo

1	CV. Agape Sejati	6	PT Eboni Putra
2	PT. Tritunggal	7	PT BsaGrup
3	PT Selebes	8	PT Gajah Mada
4	PT Katulistiwa	9	PT 17 Express
5	PT Anugrah Duta Prima	10	PT Awet Sarana Jaya

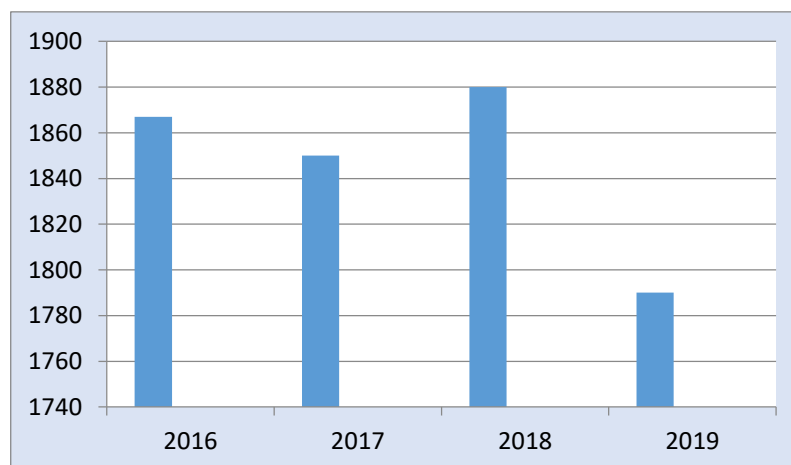
Objek penelitian ini adalah pada perusahaan yaitu PT. Anugrah Duta Prima cabang Gorontalo. Perusahaan ini sangat menarik penulis untuk meneliti lebih dalam karena strategi komunikasi pemasaran didalamnya berbeda dengan perusahaan lainnya.

PT. Anugrah Duta Prima cabang Gorontalo adalah perusahaan cabang swasta yang ada di Gorontalo yang pusatnya berada di Surabaya. Tugas perusahaan yang berada di Gorontalo hanya mendistribusi barang yang berada di Kota Gorontalo yang sebelumnya telah disepakati oleh pelanggan dan perusahaan pusat yang berada di Surabaya. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa pengiriman barang melalui laut yang berusaha mencari peluang bisnis dengan menawarkan

suatu bentuk usaha jasa pelabuhan dengan memberikan berbagai fasilitas yang memadai untuk kegiatan bongkar muat barang seperti hasil pertanian atau perkebunan, sembako, bahan baku material, minyak, kendaraan bermotor, dan barang elektronik.

Untuk menarik beberapa pelanggan yang ada di Kota Gorontalo khususnya, kita memerlukan komunikasi yang baik. Pada perusahaan ini sesuai dengan data di atas, paling banyak hanya menggunakan jasa dan tidak dalam hal lain sehingga tingkat pendapatan pada perusahaan yang lain pada kenyataannya biasa saja.

Sesuai hasil observasi awal penelitian pada tanggal 25 September 2019. Di PT. Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo data yang didapat yaitu :



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Jasa Ekspedisi Pada Tahun 2016-2019

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna jasa yang mengirimkan barang dari tahun ketahun *fluktuatif* (naik-turun). PT. Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo memiliki 1800 pelanggan yang melakukan jasa

pengiriman barang. PT. Anugrah Duta Prima cabang Gorontalo diberi kepercayaan untuk bekerja sama dengan beberapa perusahaan besar yang ada disekitar Gorontalo.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, maka perusahaan selalu berupaya meningkatkan volume penjualan jasa, untuk itu perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran dengan baik seperti menerapkan kebijakan promosi yang tepat, meningkatkan kualitas jasa ekspedisi, menetapkan tarif jasa dan harga yang kompetitif.

Selain persaingan yang semakin ketat faktor strategi pemasaran yang kurang efektif juga menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya pendapatan jasa ekspedisi ini. Saat ini perusahaan mengalami kendala dalam meningkatkan penjualan jasa disebabkan kurangnya strategi komunikasi yang diterapkan pada perusahaan ini, sehingga factor penting lainnya yang juga perlu mendapat perhatian manajemen perusahaan dalam menawarkan produk jasa adalah pelayanan meningkat. Pelayanan sangat penting untuk menjaga kualitas jasa yang ditawarkan perusahaan.

Semakin baik komunikasi pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengamatan awal, selama ini konsumen memiliki pendapat yang berbeda terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, karena menurut pendapat konsumen jasa ekspedisi PT.

Anugrah Duta Prima cabang Gorontalo sebelumnya terkenal tepat waktu dibandingkan dengan perusahaan jasa ekspedisi lainnya.

Dari pengamatan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Ekspedisi PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo Dalam Meningkatkan Penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo
2. Promosi yang dijalankan pada PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo
3. Perankomunikasi PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo memenuhi target peningkatan jumlah pengguna jasa

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana strategi komunikasi pemasaran jasa ekspedisi dalam meningkatkan penjualan PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo”?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara umum

Dalam penelitian ini memiliki tujuan agar kita dapat mengetahui strategikomunikasipemasaranjasaekspedisi dalam meningkatkan penjualanPT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo

2. Khusus

Mendeskripsikan upaya strategi komunikasi pemasaran sales promosi dari PT. Anugrah Duta Prima Cabang Gorontalo dalam meningkatkan target pengguna jasa

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat dalam beberapa hal yaitu :

- a. Manfaat Teoritis**

Untuk menambah dan memperdalam cakrawala pengetahuan penulis dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya pada peningkatan perusahaan

- b. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini sangat bermanfaat sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan strartegi dalam pemasaran dan untuk menyusun perencanaan dan pengembangan usaha pada masa yang akan datang.
2. Dapat dijadikan referensi bagi penulis lainnya untuk meneliti kembali dengan mengangkat permasalahan yang sama.