

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan di era digitalisasi cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis seperti belanja *online*. Sedangkan belanja *online* tidak terlepas dari perusahaan ekspedisi terlebih dalam hal mengirimkan yang menyangkut keterjangkauan wilayah.

Perusahaan ekspedisi merupakan sebuah perusahaan yang berbentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses pengiriman suatu barang dari satu wilayah ke wilayah lainnya dengan aman dan dapat dipertanggungjawabkan oleh perusahaan jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa sehelai surat, dokumen, produk-produk elektronik, logistik dan barang lainnya.

Kini perusahaan ekspedisi semakin marak, hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang membuat maraknya perdagangan *online* pada *e-commerce*. Sehingga banyak permintaan para pelaku bisnis untuk menyalurkan barang dagangannya ke tangan konsumen.

Mengutip data *Momentum Works*, J&T memimpin pasar logistik dengan memiliki volume pengiriman terbesar di Indonesia. J&T mampu mengirim 2 juta paket tiap harinya. Pemain lama di bidang logistik JNE, berada diperingkat kedua. JNE mampu mengirim 1,6 juta paket tiap harinya. Sicepat berada di peringkat ketiga dengan pengiriman 1 juta paket per hari. Selanjutnya Ninja Express tercatat mengirim 0,65 juta paket perhari dan SAP 0,15 juta

paket per hari. Pada Desember 2021, J&T resmi menjadi decacorn kedua di Indonesia setelah Gojek. Decacorn berarti *startup* dengan valuasi diatas US\$ 10 miliar. J&T memiliki valuasi mencapai US\$ 20 miliar.²

Semakin pesatnya persaingan bisnis pada perusahaan jasa khususnya perusahaan ekspedisi, kini perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk mencapai target yang sudah direncanakan supaya perusahaan dapat tetap unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaing tersebut. Dengan adanya persaingan tersebut maka perusahaan memerlukan suatu perencanaan bisnis yang tepat. Sehingga dapat memfokuskan perhatian posisi bisnis tersebut, sebab perencanaan bisnis merupakan suatu alat yang penting untuk menjalankan sebuah bisnis yang efektif dan efisien. Selain perencanaan, bisnis juga membutuhkan sebuah analisis yang efektif dan efisien untuk menjalankan sebuah perencanaan tersebut dan analisis yang biasa digunakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut yaitu analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Anaisis SWOT merupakan metode analisis suatu perencanaan strategi untuk mengetahui atau mengevaluasi lingkungan perusahaan baik secara eksternal maupun internal untuk mencapai tujuannya. Analisis SWOT ini sangat penting karena dengan metode ini sebuah perusahaan akan mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang bahkan sampai ancaman pada perusahaan tersebut. Tujuan dari analisa swot ini untuk memudahkan pemetaan beberapa

² Reza Pahlevi, J&T Perusahaan Logistik dengan Volume Pengiriman Terbesar di Indonesia.. Diakses di <https://databoks.katadata.co.id>, pada 31 Mei 2023

faktor penting, memprediksi berbagai permasalahan yang akan timbul, mengetahui posisi perusahaan di tengah pesatnya persaingan, mempermudah untuk mengembangkan perusahaan, memudahkan pengambilan keputusan penting selama menjalani bisnis di perusahaan karena sesuai fungsinya analisis swot digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan atau organisasi tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang mengatakan, analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan. Istilah analisis SWOT seringkali ditemukan dalam ruang lingkup ekonomi dan bisnis. analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai evaluasi terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang terdapat pada individu atau organisasi.³

Analisis SWOT sangat bermanfaat bagi perusahaan, karena analisis SWOT berperan sebagai penentu strategi keberlangsungan bisnis di masa depan. Dengan adanya analisis SWOT membantu perusahaan untuk menetapkan prioritas mana saja yang harus didahulukan oleh perusahaan, dan tanpa adanya analisis SWOT perusahaan tidak akan mengetahui apa kekuatan, kelemahan perusahaan serta tidak akan mengetahui peluang pasar dan ancaman pada perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan rencana suatu perusahaan untuk memperkenalkan suatu *brand* yang bertujuan untuk mencapai target pelanggan

³ Wustari L H Mangundjaya, Pengembangan Organisasi Diagnosis dan Intervensi, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2019), hal. 93

dan penjualan. Untuk mempersiapkan dan memaksimalkan strategi pemasaran yang efektif yaitu perusahaan harus mempromosikan atau memperkenalkan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen, perusahaan harus menemukan cara-cara baru/kreativitas yang digunakan untuk kegiatan marketing supaya menarik minat para pelanggan atau konsumen, konsistensi dalam menjalankan bisnis juga hal yang wajib untuk dijalankan guna membantu mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan efektivitas penciptaan merk, perencanaan konsep pemasaran juga sangat mempengaruhi banyaknya pelanggan yang diperoleh, anggaran dana, perusahaan juga harus dapat membuat branding supaya para pelanggan mengenali produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, kemudian perusahaan juga harus dapat mengelola hubungan dengan pelanggan yang baik untuk menciptakan konsumen yang loyal dan konsisten.⁴

Analisis SWOT merupakan sebuah analisis yang memberikan *output* berupa arahan bukan solusi ajaib dalam sebuah permasalahan. Meskipun arahan tersebut bisa diartikan sebagai salah satu bentuk solusi, namun pada dasarnya arahan/rekomendasi yang dihasilkan bertujuan untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.⁵

Analisis SWOT berkaitan erat dengan strategi perusahaan, yang dibuktikan dengan strategi perusahaan dirancang sesuai dengan ide sebuah

⁴ Raissa Nathania, 16 Strategi Pemasaran Terbaik yang dapat Dimanfaatkan oleh Marketer.. Diakses di <https://glints.com/id/lowongan/strategi-pemasaran-untuk-bisnis-perusahaan-/#.ZFrYihxcu8> pada 10 Mei 2023

⁵ Fajar Nuraini, Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman (t.t.p: Anak Hebat Indonesia,t.t), hal. 7

perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang bertujuan untuk meraih dan memanfaatkan semua peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman yang diterapkan melalui pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada dan berusaha meminimalisir kelemahan yang ada.

Melansir dari eprints.umm.ac.id, di Indonesia, terdapat beberapa jasa pengiriman seperti Pos Indonesia, JNE, TIKI, J&T Express, Si Cepat, Wahana, dan masih banyak lagi. Jasa-jasa pengiriman tersebut bergerak di bawah perusahaan ekspedisi. Perusahaan ekspedisi didefinisikan *forwarding agent* atau perusahaan yang memberikan jasa dalam bentuk pengumpulan, pengurusan, pergudangan, dan penyerahan barang. Dengan demikian, perusahaan ekspedisi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang, kurir ekspres, dan logistik.⁶

Perkembangan perusahaan ekspedisi di Indonesia sangat pesat, hal ini kemudian mendorong lahirnya beberapa perusahaan ekspedisi baru, salah satunya yaitu J&T Cargo, J&T Cargo adalah perusahaan ekspres yang inovatif secara teknologi dibawah naungan J&T Group. J&T Cargo terus meningkatkan efisiensi dan mengoptimalkan biaya logistik berdasarkan standar operasional untuk menciptakan pengalaman logistik yang terbaik.

J&T Group yang didirikan pada Agustus 2015 merupakan perusahaan logistik yang berbasis teknologi pertama di Asia Tenggara dengan *E-commerce*

⁶ S Dian Andriyanto, Mengenal Perusahaan Ekspedisi Bukan Cuma Kirim Barang.. Diakses di <https://bisnis.tempo.co/read/1576549/mengenal-perusahaan-ekspedisi-bukan-cuma-kirim-barang> pada 14 Oktober 2022.

sebagai bisnis utamanya, bisnisnya mencakup berbagai bidang seperti pengiriman ekspres, pengiriman kargo, pergudangan dan rantai pasok, serta jenis bisnisnya melayani pengiriman antar kota, antar provinsi, dan internasional. Pada Januari 2021, J&T Group memiliki lebih dari 240 gudang sortir skala besar, 600 set alat sortir otomatis dan 8000 kendaraan milik sendiri yang tersebar di seluruh dunia, serta mengoperasikan lebih dari 23.000 outlet dan memiliki hingga 350.000 karyawan.

Memasuki tahun keenam melayani kebutuhan pelanggan, J&T Group sukses meraih pasar pada jenis pengiriman cepat melalui J&T Ekxpress. Permintaan jasa logistik yang terus meningkat membuat J&T Group melebarkan sayap bisnisnya dengan meluncurkan pengembangan perusahaan baru yaitu J&T Cargo. Menurut Jonathan, kebutuhan pasar kargo di Indonesia terus naik, salah satunya dipicu dengan meningkatnya pelaku bisnis dan penggunaan transaksi *e-commerce*. Pengiriman yang efisien menjadi faktor penting khususnya pengiriman kargo dengan berat maupun volume besar. J&T Cargo pun resmi diluncurkan dalam *launching* yang digelar pada Jumat, 20 Agustus 2021 lalu. Jonathan menambahkan, J&T Cargo mengedepankan *smart logistic* dengan aplikasi JFS sistem yang mengerahkan 1000 *developers* dalam operasionalnya. Sistem ini disebutnya mampu mengintegrasikan dan mengelola seluruh paket secara *online* yang mampu mendukung capaian SLA serta *real time tracking*. Kehadiran J&T Cargo dicanangkan mampu mendukung kebutuhan pengiriman

jumlah besar, dan menysar kepada produsen pabrik maupun pelaku *e-commerce* yang memiliki kapasitas besar.⁷

J&T Cargo merupakan ekspedisi yang fokus pada pengiriman paket besar, sedangkan di wilayah penelitian rata-rata usaha bergerak di bidang barang kecil atau paket kecil yang dijual satuan seperti kerudung, baju, dan lain-lain. J&T Cargo penginputan harga lebih murah jika barang diatas 3kg (paket besar), sedangkan untuk paket satuan rata-rata beratnya hanya sekitar 1kg. di wilayah penelitian banyak perusahaan ekspedisi yang berfokus pada paket kecil seperti J&T Express, JNE, Tiki, dan kantor pos. selain itu J&T Cargo mempunyai persaingan yang sepadan di bidang pengiriman barang besar seperti PT Harapan Jaya dan PT KAI. Namun PT Harapan Jaya dan PT KAI tidak memiliki asuransi dan barang tidak sampai di alamat penerima, namun hanya sampai di terminal atau stasiun.

Dari keterangan pada *outlet* J&T Cargo Desa Tiudan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung, sejak awal buka *outlet* yang ada di Desa Tiudan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung per Mei 2022 tercatat 483,7 kg barang masuk, Juni 2022 tercatat 1717,34 kg, Juli 2022 tercatat 1605,4 kg, Agustus 2022 tercatat 1315 kg, September 2022 tercatat 2027 kg dan Oktober 2022 tercatat 2012 kg barang yang masuk pada *outlet* tersebut, sedangkan perusahaan tersebut memiliki target 2600 kg per bulan barang yang masuk pada *outlet*.

⁷ Ridwan Nanda Mulyana, J&T Cargo Meluncur Layani Segmen Jasa Pengiriman Paket Besar.. Diakses di <https://amp.kontan.co.id/news/jt-cargo-meluncur-layani-segmen-jasa-pengiriman-paket-besar>, pada 20 Oktober 2022

Dari pemaparan permasalahan diatas maka dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Ekspedisi (Studi Kasus J&T Cargo Desa Tiudan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung).

B. Fokus Penelitian

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka fokus penelitian yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan ?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di buat memberikan maksud sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan

D. Batasan Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian survey dalam mengetahui analisa swot pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan untuk menentukan suatu strategi pemasaran pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan tersebut. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini lebih memfokuskan

pada analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran pada usaha ekspedisi J&T Cargo Desa Tiudan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terkait analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran pada usaha ekspedisi. Serta meningkatkan kreatifitas dan keterampilan, sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuat usaha ke depannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis tentang objek yang diteliti baik secara teoritis maupun secara aplikasi.

b. Bagi perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai strategi bersaing. Selain itu dapat memberikan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya guna menambah perkembangan ilmu pengetahuan terkait analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran pada usaha ekspedisi.

F. Penegasan Istilah

Dalam hal ini untuk memahami lebih mudah terkait judul penelitian Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Ekspedisi (Studi Kasus J&T Cargo Desa Tiudan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung) maka peneliti memberikan penegasan judul sebagai berikut:

1. Secara Konseptual
 - a. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti, Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor untuk merumuskan suatu strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategi (*Strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.⁸

- b. Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran,

⁸ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2006), hal. 19

dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.⁹

c. Usaha Ekspedisi

Usaha atau bisnis ekspedisi adalah bisnis yang bergerak di bidang pengiriman barang dan logistik. Dikutip dari jurnal Universitas Multimedia Nusantara, ekspedisi adalah jasa pengiriman barang atau perusahaan pengangkutan barang. Bisnis ekspedisi pada umumnya akan memberikan harga pengiriman barang berdasarkan jarak kota yang ditempuh dan berat barang yang dikirimkan.¹⁰

2. Secara Operasional

Secara operasional pada judul analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada usaha ekspedisi (studi kasus J&T Cargo desa tiudan kecamatan gondang kabupaten tulungagung) dalam penelitian ini adalah menjelaskan mengenai analisis suatu perusahaan ekspedisi dengan cara mengevaluasi pada faktor internal meliputi kekuatan , kelemahan pada perusahaan ekspedisi tersebut dan juga mengevaluasi pada faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada perusahaan ekspedisi tersebut, untuk menentukan suatu strategi pemasaran guna memenuhi target pada perusahaan tersebut.

⁹ Marissa Grace Haque Fawzi Dkk., Strategi Pemasaran Konsep Teori dan Implementasi, (Tangerang: Pascal Books,2021), hal. 10

¹⁰ Stefani Ditamei, Cara Membuka Bisnis Ekspedisi dan Bedanya dengan logistik.. Diakses di <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6353454/cara-membuka-bisnis-ekspedisi-dan-bedanya-dengan-logistik> pada 19 Oktober 2022.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini berisi tentang isi dari keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir dari penelitian guna menyusun skripsi akan disajikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA terdiri dari landasan teori dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data, pengecekan keabsahan penulisan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN terdiri dari paparan data, temuan penelitian dan analisis temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN terdiri dari penerapan analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran pada J&T Cargo Desa Tiudan, solusi strategi pemasaran pada J&T Cargo Desa Tiudan.

BAB VI PENUTUP terdiri dari kesimpulan dan saran bagi penulis, perusahaan dan saran bagi akademisi.