

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Dakota Cargo berdiri sejak tahun 1996 bertempat di Jl. Wibawa Mukti II No. 8 Jati Asih Bekasi dan merupakan sebuah perusahaan jasa pelayanan pengiriman barang ke seluruh Indonesia. PT Dakota Cargo mempunyai misi melayani kebutuhan logistik barang yang berkesinambungan ke seluruh Indonesia dengan memberikan jaminan bahwasanya barang akan berada ditempat yang tepat pada saat yang tepat dengan menggunakan layanan jasa yang aman, cepat dan bertanggung jawab. Jasa layanan pengiriman barang atau jasa ekspedisi pada saat ini sudah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia dalam memenuhi tingginya kebutuhan hidup masyarakat dalam memenuhi aktivitasnya baik itu perorangan maupun suatu perusahaan.

Perusahaan jasa ini menjadi solusi pengiriman secara cepat tanpa membuang waktu yang cukup lama dan pengiriman barang dapat dilakukan secara mudah. Selain itu, dapat membantu masyarakat atau usaha bisnis berbasis *online* untuk mendistribusikan barang kebutuhannya ke tempat yang akan dituju (Indriyanto, 2017). Persaingan yang semakin tinggi sehingga perusahaan dituntut memiliki keunggulan dalam memuaskan pelanggannya dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan yang setia diantara perusahaan lainnya. Perusahaan juga harus mengerti keinginan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan, selain itu para pelanggan akan memilih jasa sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sesuai dengan misinya bahwa PT. Dakota Cargo tampil untuk melayani kebutuhan logistik yang berkelanjutan dan jasa kurir diseluruh indonesia dengan memberikan jaminan barang sampai di tempat yang tepat pada waktu yang tepat dan pelayanan yang cepat, aman dan bertanggung jawab. PT Dakota Cargo lebih unggul dalam pengiriman barang dari pada pengiriman dokumen, dikarenakan pada sistem PT. Dakota Cargo disetiap pengiriman barang dikenakan berat minimal lima kilogram untuk daerah jabodetabek, pulau jawa dan sumatera disetiap kirimannya,

karena itulah pada pengiriman dokumen biasanya pelanggan merasa terlalu besar biaya yang harus dikeluarkan untuk satu dokumennya.

Masalah yang dihadapi PT. Dakota Cargo pada kepuasan pelanggan. Pada penggunaan jasa ekspedisi pelanggan akan merasa puas saat mendapatkan pengalaman terbaik atau pengalaman positif dan kualitas pelayanan maksimal yang diberikan perusahaan. Dalam kenyataannya pada PT. Dakota Cargo, beberapa pelanggan belum sepenuhnya menerima dan merasakan untuk mendapatkan kemudahan dan kenyamanan saat pelayanan berlangsung serta beberapa pelanggan belum sepenuhnya menerima pelayanan maksimal seperti pada penyampaian barang masih terkadang tidak tepat waktu, kenaikan harga dan pengantian barang yang rusak prosesnya memakan waktu. Permasalahan yang dihadapi PT. Dakota Cargo dalam strategi pemasaran yaitu tidak sesuai misinya. Banyak sekali kendala yang dihadapi PT. Dakota Cargo dalam bertahan selama ini, dari masalah keterlambatan barang, barang rusak, basah, salah pengiriman ke alamat, dan lain-lain. Walaupun banyak pelanggan yang kecewa dan akhirnya berpindah ke jasa pengiriman lainnya namun masih banyak juga pelanggan yang setia.

PT. Dakota Cargo ialah industri yang bergerak dalam bidang industri jasa, ialah buat pengiriman kargo, yang melayani pengiriman benda jumlah banyak atau jumlah minim. PT. Dakota Cargo cuma melayani pengiriman benda dalam negeri ialah pengiriman benda ke bermacam kota di Indonesia. Bersumber pada observasi jasa pengiriman merupakan jasa pengiriman yang mempunyai kesamaan dari tipe pengiriman yang ditawarkan oleh Dakota Cargo seperti Indah Logistik Cargo, J&T Cargo dan JNE Trucking.

Berikut ini adalah tabel perbandingan tarif pengiriman jasa ekspedisi antara Dakota Cargo, Indah Logistik Cargo, J&T Cargo dan JNE Trucking yang di kirim dari Jakarta Selatan tujuan D.I Yogyakarta dengan berat 20 kg.

.

Tabel.1.1 Perbandingan Tarif

No	Jasa Pengiriman		Asal Kirim	Tujuan Kirim	Biaya Kirim	Est.Waktu Pengiriman
1	Dakota Cargo		Jakarta Selatan	D.I Yogyakarta	Rp. 58.000	2-3 hari
2	J&T Cargo		Jakarta Selatan	D.I Yogyakarta	Rp. 64.000	2- 4 hari
3	JNE Trucking		Jakarta Selatan	D.I Yogyakarta	Rp. 80.000	3- 4 hari

Sumber : *Website* masing-masing cargo

Dari tabel diatas bisa dilihat kalau ketiga jasa pengiriman benda tersebut mempunyai sebagian tipe pengiriman dengan harga serta ditaksir waktu yang dapat diseleksi pelanggan cocok kebutuhannya. Tetapi Dakota Cargo mempunyai harga yang lebih murah dibanding dengan jasa pengiriman yang lain. Pelanggan sangat berarti buat dicermati, industri yang bergerak dibidang jasa pengiriman paket semacam Dakota Cargo cabang Jakarta Selatan, selaku bahan pertimbangan untuk pihak industri supaya terus mencermati pelanggan mereka, berikut merupakan jumlah pertumbuhan pelanggan yang terdapat pada PT Dakota Cargo cabang Jakarta Selatan:

Tabel.1.2 Jumlah Transaksi

No	Bulan	Jumlah Transaksi Resi
1.	Agustus 2022	1.538
2.	September 2022	1.282
3.	Oktober 2022	1.385

Sumber: Data Penjualan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan mempunyai harga yang relatif rendah dari jasa pengiriman yang yang lain serta posisi yang sangat strategis tetapi pada realitasnya PT. Dakota Cargo cabang Jakarta Selatan hadapi penyusutan serta jumlah pelanggan juga hadapi fluktuasi. PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan wajib bisa bersaing dengan industri kargo yang lain dalam mendapatkan serta mempertahankan keyakinan pelanggan. Untuk mendapatkan serta mempertahankan keyakinan pelanggan dibutuhkan kecepatan serta ketepatan waktu pengantaran, keamanan, serta jaminan ganti rugi akibat

kelalaian industri, sehingga pelanggan merasa puas dalam menggunakan industri jasa tersebut serta diharapkan dapat menjaring pelanggan baru.

Salah satu jalan untuk mencapai keunggulan kompetisi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang baik di mata pelanggan. Kala ini semakin bertambah persaingan jasa pengiriman barang di Indonesia dengan banyaknya perusahaan- perusahaan bergerak bidang yang sama. Dalam mengalami persaingan industri jasa pengiriman, dibutuhkan terdapatnya harga yang bersaing serta pelayanan yang memuaskan pada pelanggan serta organisasi. Dakota Cargo merupakan salah satu jasa yang bergerak dalam bidang pengiriman. Industri manufaktur ataupun industri jasa wajib bisa tingkatkan mutu produk ataupun pelayanan jasanya untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Demikian pula untuk industri yang bergerak dalam bidang jasa, keahlian untuk penuhi kemauan serta kebutuhan pelanggan ialah perihal yang sangat berarti.

Komunikasi sangat diperlukan dalam hidup ini, begitu pula dalam kehidupan bisnis. Untuk menjalankan ikatan positif dengan industri serta pelanggan dibutuhkan komunikasi. Komunikasi positif hendaknya menciptakan mutu aktivitas pemasar yang positif. Maraknya persaingan bisnis, hingga bermacam usaha untuk membentuk citra industri ialah perihal berarti yang wajib senantiasa dicoba. Untuk mempertahankan persaingan pasar dibutuhkan strategi agar mencapai keunggulan industri. Komunikasi pemasaran yaitu fasilitas dimana perusahaan berusaha menginfokan, bujuk, serta menegaskan pelanggan dengan cara langsung atau tidak, perihal produk dan merk. Komunikasi pemasar menyampaikan pesan perusahaan dan merek, fasilitas dimana perusahaan mampu buat diskusi membangun ikatan dengan pelanggan.

Komunikasi pemasaran yaitu kegiatan yang berupaya menyebarkan informasi, pengaruhi, bujuk serta menegaskan target pasar perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang berkaitan pada pelanggan ataupun organisasi. Oleh sebab itu, upaya melindungi loyalitas pelanggan ialah perihal berarti yang wajib dicoba oleh industri. Loyalitas tak muncul dengan sendirinya, perlu strategi dalam perihal pengelolaan pelanggan guna mendapatkan keuntungan. Komentor Kotler,

(1997:78) Strategi komunikasi pemasar bisa dicoba melalui iklan, promo penjualan, *public relations*, *personal selling* serta *direct*.

Bersumber pada latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan dalam meningkatkan pelanggan. Ada pula sebabnya peneliti memandang dari eksistensi di tengah maraknya persaingan bisnis dan menghadapi penyusutan serta jumlah pelanggan pula mengalami fluktuasi. Kemungkinan di balik eksistensi PT. Dakota Cargo cabang Jakarta Selatan ada strategi-strategi komunikasi pemasaran yang dirancang guna menarik para pelanggan sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan pelanggan PT. Dakota Cargo cabang Jakarta Selatan. Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mempelajari serta menjadikan bahan penelitian skripsi berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pelanggan PT Dakota Cargo Jakarta Selatan”**.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini menuju pada strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui dan memahami strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan PT. Dakota Cargo Jakarta Selatan dalam proses komunikasi pemasaran.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, serta dapat berguna baik dalam aspek teoritis ataupun praktis :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam wacana ilmu komunikasi.
 - b. Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi atau pemahaman dasar efektifitas strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini sebagai bahan pengetahuan dan wawasan untuk mengaplikasikan prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi yang mengutamakan proses serta pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pembaca serta masyarakat luas, dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan.

