

Bab I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu sarana untuk menjalankan roda perekonomian, mempengaruhi aspek kehidupan, serta menjadi penghubung antara dua pihak yang terpisah. Sebagaimana dijelaskan Salim (2000), transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

Dalam dunia perdagangan, transportasi menjadi kunci dalam menghubungkan antara penjual dan pembeli. Secara Umum transportasi terdiri dari Transportasi Darat, Laut, dan Udara. Sebagian besar kegiatan perdagangan antar Negara dilakukan menggunakan moda transportasi laut. Jauh lebih tinggi jumlahnya dibandingkan dengan moda transportasi darat dan udara. Menurut Badan Pusat Statistik (2022) Valuasi ekspor Indonesia di tahun 2021 berada di angka 231,522.5 Juta USD. Melalui angka tersebut dapat dilihat besarnya potensi ekspor yang dimiliki Indonesia. Nilai tersebut terdiri dari berbagai commodity yang laku di pasar dunia.

Keberhasilan proses perdagangan luar negeri didukung dengan adanya moda transportasi yang baik. Sebagaimana telah dijelaskan diatas, moda transportasi laut merupakan salah satu transportasi paling efisien dalam melakukan perdagangan luar negeri (ekspor). *Shipping Lines Company* atau Perusahaan Pelayaran merupakan perusahaan yang memberikan jasa pelayaran (barang atau jasa) dari suatu tempat menggunakan moda transportasi laut (kapal). Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 1988 Tentang Penyelenggaraan

Dan Perusahaan Angkutan Laut Perusahaan Pelayaran adalah Perusahaan Pelayaran adalah badan hukum atau badan usaha yang mengusahakan jasa angkutan laut dengan menggunakan Kapal. Selain menyediakan jasa angkutan laut,

Shipping Lines Company merupakan perusahaan pelayaran yang menyediakan jasa pelayaran untuk menghubungkan kargo (muatan) dari suatu pelabuhan asal menuju pelabuhan tujuan. Selain menyediakan jasa pelayaran, *Shipping Company* menyediakan peti kemas (*Container*) yang disewakan kepada pengirim (*Shipper*) sebagai tempat menyimpan barang selama waktu pengiriman yang diatur dalam perjanjian tertentu yang kemudian disebut dengan *Ocean Freight*.

PT. COSCO SHIPPING LINES INDONESIA merupakan salah satu *Shipping Company* yang cukup ternama di Indonesia. Merupakan bagian dari China Ocean Shipping Company (COSCO Group) yang berpusat di Shanghai, China. COSCO SHIPPING LINES Indonesia menjadi salah satu perusahaan di Indonesia. Menurut *Sustainability Report COSCO SHIPPING LINE 2020*, COSCO group berada di posisi 4 Dunia dengan total 2,291,905 teu's dan 423 armada kapal aktif beroperasi.

Menjadi salah satu perusahaan pelayaran yang besar tentunya memiliki beban dalam mempertahankan citra yang telah terbentuk. COSCO SHIPPING LINES INDONESIA dikenal sebagai salah satu *shipping company* dengan pelayanan yang cepat, aman, dan terpercaya. Hal tersebut dapat dilihat dengan jumlah *order* yang dipercayakan oleh customer COSCO SHIPPING LINES INDONESIA

Booking Party Name	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	GRAND TOTAL
1 Global Transportasi Nusantara	149	235	309	304	276	585	487	321	257	186	175	120	3.404
2 Ikea Services (Vietnam) Co.,Ltd	142	102	234	142	78	232	168	148	210	160	168	126	1.910
3 Expeditors Indonesia	135	116	216	117	79	204	136	226	166	172	142	106	1.815
4 Asia Trade Logistics		21	23	136	47	202	147	210	211	87	161	183	1.428
5 Dsv Transport Indonesia	101	40	93	134	116	126	116	123	82	92	55	65	1.143
6 Indo-rama Synthetics Tbk	72	64	77	64	44	207	14	125	94	58	82	42	943
7 Korman Indo Express				44	2	25	11	18	40	48	29	25	242
8 DHL Global Forwarding Indonesia	16	1	29	14	17		19	28	28	17	47	21	237
9 Naku Freight Indonesia	7	16	19	32	22	19	11	6	4	39	41		216
10 Ecogreen Oleochemicals		5	19	11	10	27	19	25	26	20	20	11	193
11 IFB Indonesia		4	2	1	14	17	16	14	18	38	45	24	193
12 Korman Wahana Transindo	1		4		2	3	7	49	50	40	7	22	185
13 Yamaha Music Manufacturing Asia			8						30	60	52	32	182
14 Anantara kargo Utama						20	36	2	42	28	35	13	176
15 Hellmann Worldwide Logistics Indonesia		10	24	8	2	10	4	25	32	27	4	12	158
16 Care International Freight (M) Sdn Bhd				14	60	66							140
17 Samudera Naga Global			4	2	5	13	48	30	4	9	7	15	137
18 Eurotrans Logistik Indonesia	1	34	27	1	5	16	17	15	14	1			131
19 Friedrich Meyers Sohn Indonesia						40	56	10	8	16			130
20 Trio Eagle Logistic	10		9	13	2	11	19	14	14	14	14	10	130
21 Yamaha Electronics Manufacturing Indonesia	4	18	6								36	30	124
22 Yusen Logistics Indonesia			5	38	40	38							121
23 Tunas Samudra Kurnia				32	1	14	66		2	2			117
24 Sinar Mas Abadi Sejahtera							16	15	19	26	37	4	117
25 Dunia Express Transindo				38		30			34			12	114

Tabel 1.1 Top 25 Customer performance 2021 (data diolah peneliti)

Dari data tersebut dapat dilihat bagaimana kepercayaan yang telah diberikan oleh customer kepada COSCO SHIPPING LINES INDONESIA. Kepercayaan tersebut didapatkan dengan pemberian pelayanan yang baik dan juga relasi yang dibangun dengan harmonis

Namun terkadang terjadi beberapa kasus yang menyebabkan persuaan berselisih dengan customer. Hal ini dapat menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan karena dapat berpengaruh pada nama baik dan citra perusahaan. Disinilah diperlukan peran PR dalam melakukan *management crisis* dan *problem solving*.

Untuk mengatasi beberapa permasalahan tersebut, maka penulis memilih judul penelitian **“STRATEGI CUSTOMER RELATION COSCO SHIPPING LINES INDONESIA”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari Uraian diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:
Bagaimana Strategi Customer Relation Cosco Shipping Lines Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui bagaiman strategi *customer relation* dalam membangun serta mempertahankan relasi terhadap pelanggan di COSCO SHIPPING LINES INDONESIA.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

1. Dapat memberikan kontribusi bagi pendidikan dan ilmu pengetahuan.
2. Dapat digunakan sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sekaligus pengalaman selama melakukan studi di Universitas Esa Unggul Jakarta, dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

2. Bagi Universitas Esa Unggul

Dari hasil penelitian ini dapat dijakukan sebagai tambahan kepustakaan bagi perpustakaan Universitas Esa Unggul untuk mahasiswa lainnya.

3. Bagi Perusahaan

Penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan terhadap pertimbangan manajemen dalam meningkatkan kinerja. Sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan.