

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis adalah sesuatu yang biasa. Setiap saat akan muncul pesaing baru yang menawarkan berbagai pelayanan yang memanjakan pelanggan. Harga yang terjangkau, system layanan yang memuaskan adalah beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk memenangkan persaingan. Perusahaan yang tidak memberikan layanan yang terbaik akan tersingkir, cepat atau lambat.

Persaingan juga terjadi pada perusahaan jasa dan layanan pengiriman paket atau dokumen. Banyaknya kebutuhan pengiriman baik paket atau dokumen menjadi salah satu penyebabnya. Apalagi semakin banyak bisnis berbasis online yang dapat dilakukan dari mana saja, membuat kebutuhan pengiriman barang dan dokumen semakin meningkat.

	REMARKS	STT	REVENUE	CHARGEABLE WEIGHT
2021	2021-01-JAN	190,392	30,121,995,398	1,134,174
	2021-02-FEB	193,296	30,505,222,332	1,139,539
	2021-03-MAR	250,226	43,213,755,339	1,696,075
	2021-04-APR	291,479	45,326,930,725	1,814,324
	2021-05-MEI	191,225	26,037,863,464	988,785
	2021-06-JUN	186,726	25,070,926,742	468,806
	2021-07-JUL	196,202	20,309,815,937	823,955
	2021-08-AUG	182,596	20,713,242,517	854,791
	2021-09-SEPT	198,635	23,440,987,672	975,924
	2021-10-OKT	222,675	28,621,156,667	1,042,126
	2021-11-NOV	226,282	27,946,614,403	1,136,224
	2021-12-DES	266,018	30,499,068,809	1,253,370
2022	2022-01-JAN	255,657	32,168,216,215	1,804,374
	2022-02-FEB	266,911	31,733,742,234	2,061,223
	2022-03-MAR	372,279	43,216,430,656	2,889,975
	2022-04-APR	392,797	44,345,794,735	3,396,715
	2022-05-MAY	313,715	34,232,153,978	2,445,296
	2022-06-JUNE	370,062	35,885,293,698	2,566,815
	2022-07-JULY	387,102	35,699,691,602	2,734,966
	2022-08-AUG	429,356	38,049,309,646	2,831,533
	2022-09-SEP	462,820	39,091,720,332	3,281,891
	2022-10-OCT	538,076	40,571,186,815	3,732,056
	2022-11-NOV	564,872	55,428,837,615	4,236,812
	2022-12-DEC	580,473	57,620,652,279	4,753,146
2023	2023-01-JAN	510,135	53,025,919,471	4,129,660
	2023-02-FEB	598,949	51,947,774,002	3,910,809
	2023-03-MAR	643,209	70,225,246,441	5,144,406
	2023-04-APR	464,247	56,707,612,205	4,704,516
	2023-05-MAY	498,733	60,499,692,375	4,523,817
	2023-06-JUNE	485,184	62,851,949,981	4,924,116
	2023-07-JULY	532,342	70,067,649,886	5,942,147
	TOTAL	16,412,787	1,759,921,121,522	107,720,595

*Gambar 1.1 Data penggunaan Transaksi Logistik
Sumber Data : Quicksight, Agustus 2023*

Seperti terlihat pada gambar 1.1 Jenis Industri Pengguna Logistik, berbagai kebutuhan masyarakat sehari-hari yang bisa dan biasa didapatkan dengan menggunakan pasar daring (online/ ecommerce). Jenis penggunaan pasar online memiliki trend semakin besar dari tahun ke tahun. Pada beberapa jenis industry seperti fesyen, gawai dan elektronik, perlengkapan anak serta perjalanan dan rekreasi, penjualan melalui pasar online (ecommerce) sudah melampaui pasar atau toko fisik. Pandemi yang melanda dunia, tentu memberi kontribusi besar pada fenomena ini.

Di sisi lain, bisnis penjualan berbasis online memerlukan jasa pengiriman yang dapat diandalkan. Perusahaan pengiriman yang terpercaya dan melakukan tugasnya dengan tepat dan cepat akan meningkatkan performa bisnis penjualan berbasis online.

Saat ini ada beberapa perusahaan yang bersaing dalam usaha penyedia layanan jasa pengiriman paket dan dokumen. Beberapa perusahaan yang tergolong besar pada bidang usaha penyedia layanan jasa pengiriman paket dan dokumen terlihat pada tabel 1.2 Perusahaan Jasa Pengiriman di Indonesia.

No	Nama Perusahaan	Tahun Berdiri
1	Pos Indonesia	1746
2	Tiki	1970
3	JNE Express	1990
4	Wahana	1998
5	SiCepat	2004
6	First Logistic	2007
7	Pahala Express	2008
8	Lion Express	2013
9	J&T Express	2015

Sumber : <https://www.selasar.com/perusahaan-logistik/>

Gambar 1.2 Tabel Kompetitor Pengiriman

Seperti terlihat pada tabel 1.2 Perusahaan Jasa Pengiriman di Indonesia, PT. Lion Express termasuk salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha penyedia layanan jasa pengiriman paket dan dokumen. Setiap harinya perusahaan ini melakukan banyak transaksi layanan pengiriman paket dengan jangkauan area hampir di seluruh wilayah Indonesia. Perusahaan logistik yang berpusat di Jakarta ini memanfaatkan jaringan dan keuntungan yang diberikan oleh induk perusahaan yaitu Lion Air Group untuk membesarkan bisnisnya. Keuntungan tersebut tercermin dalam beberapa keuntungan yang juga diberikan kepada konsumennya seperti:

1. Harga Kompetitif
2. Jaringan Penerbangan Lion Air Group
3. Cash On Delivery (COD)
4. Money Back Guarantee (MBG)
5. Layanan Customer Service 24 Jam
6. Sistem Terintegrasi
7. Asuransi Pengiriman

Untuk memenangkan persaingan dan merebut konsumen yang jumlahnya semakin besar, sejalan dengan membesarnya penggunaan pasar online, PT Lion Express (Lion Parcel) juga menggunakan Analisa segmen pasar. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini mengambil judul “Strategi Riset Komunikasi Pasar Penyedia Layanan Jasa Pengiriman Paket dan Dokumen PT. Lion Express”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemasaran PT. Lion Express (Lion Parcel) untuk memenangkan pasar Penyedia Layanan Jasa Pengiriman Paket dan Dokumen”.
2. Bagaimana penggunaan metode segmentasi pasar PT. Lion Express (Lion Parcel) pada Pasar Penyedia Layanan Jasa Pengiriman Paket dan Dokumen

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana metode pemasaran yang dilakukan PT. Lion Express (Lion Parcel) untuk memenangkan pasar penyedia layanan jasa pengiriman paket dan dokumen”.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan metode segmentasi pasar PT. Lion Express (Lion Parcel) pada pasar penyedia layanan jasa pengiriman paket dan dokumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Terkait dengan tema penelitian, manfaat penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis yang umumnya diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di bermaksud untuk dapat mengetahui seberapa besar pasar atau market suatu perusahaan dalam penggunaan jasa logistik dalam mendistributorkan produk-produk nya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan beberapa gambaran serta penjelasan kepada seluruh pengguna jasa logistik terutama dalam perusahaan untuk memerhatikan kembali beberapa point yang dipilih sebagai memilih jasa logistik atau rekanan nya.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan tugas akhir skripsi ini, penulis mengelompokkannya menjadi beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan tinjauan pustaka dalam penyusunan skripsi yang membahas tentang definisi dan penjelasan yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka analisis sistem penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisis deskriptif.