

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, perkembangan pada dunia industri berkembang secara pesat sehingga persaingan antar industri pada permintaan dan penawaran kebutuhan dalam suatu industri. Tentunya dengan adanya peningkatan jalur perdagangan juga mendorong banyaknya muncul perusahaan yang bergerak pada bidang ekspedisi, EMKL (Emisi Muatan Kapal Laut), EMKU (Emisi Kapal Udara), *Freight Forwarding* sebagai jasa pengiriman barang baik didalam negeri maupun impor dan ekspor. Perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan penyedia jasa atau memberikan bantuan yang memudahkan konsumen ketika ingin melakukan pengiriman suatu barang. Teknologi yang semakin berkembang dengan pesat dan membuat segala sesuatu secara lebih mudah dan praktis. Perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat dapat membantu proses pengiriman barang semakin mudah. Proses pengiriman barang atau produk tersebut akan melibatkan pihak ketiga yaitu perusahaan jasa pengiriman barang atau produk. Contoh perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman adalah seperti JNE, J&T, Si Cepat, Lalamove, Deliveree, dan masih banyak lagi.

Kegiatan ekspedisi adalah kegiatan yang memberikan jasa pelayanan atau pengurusan pada seluruh kegiatan yang diperlukan pengiriman, pengangkutan, dan penerimaan barang dengan menggunakan multimodal transportasi darat, laut, dan udara (Suyono, 2005). Transportasi pengiriman darat dapat dilakukan dengan bantuan kendaraan mobil pick up bank terbuka 4R (Grandmax, Carry), mobil box 4R (L300), Blindvan 4R, mobil CDD 6R (Colt Diesel Double), mobil CDE 4R (Colt Diesel Engkel), Truk Fuso 6R, Tronton 8-12R, dan Tronton *wingbox* 10R. Besar truk yang dipakai dalam pengiriman ditentukan oleh besar kargo (20 feet, 40 feet, 60 feet), pengiriman barang adalah suatu kegiatan dari bagian operasional logistik yang mendistribusikan produk barang dan jasa produsen ke konsumen. Pengiriman yang dilakukan oleh perusahaan biasanya meliputi pengiriman produk pada antar cabang, pengiriman *raw material* (bahan mentah) ke pabrik produksi, dan pengiriman dari perusahaan hingga ke tangan konsumen.

PT Indojoya Trans Logistik merupakan salah satu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyedia jasa angkutan ekspedisi. Perusahaan PT Indojoya Trans Logistik memiliki dua kantor pada Kota Surabaya yaitu sebagai garasi dan kantor. Kantor pada perusahaan ini terletak pada Jalan Laksda Moh. Nazir no.29 Perak Barat, Surabaya. Garasi untuk menyimpan truk terletak pada Jalan Kalianak 55-B, Surabaya. PT Indojoya Trans Logistik sendiri memiliki kendaraan angkutan 138 yang terdiri dari mobil pick up, *blindvan*, dan truk yang masih aktif beroperasi. PT Indojoya Trans Logistik memiliki customer seperti beberapa perusahaan EMKL, perusahaan logistik, Perusahaan besar hingga kecil seperti PT Charoen Phokphand Indonesia, PT Wonokoyo Corporindo, PT Central Proteina Prima, PT Den Hartogh Logistics, PT EMKL Transindra Perkasa, dan masih banyak lagi perusahaan-perusahaan besar yang menggunakan jasa pengiriman dari PT Indojoya Trans Logistik.

PT Indojoya Trans Logistik belum memiliki strategi pemasaran yang tepat, sehingga strategi pemasaran diperlukan pada perusahaan tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, laporan Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang menjadi hambatan dan menyusun strategi pengembangan usaha PT Indojoya Trans Logistik. Harapan dari hasil laporan Praktik Kerja Lapangan ini adalah dapat mengoptimalkan atau meningkatkan kebutuhan pelanggan. Sehingga pada laporan ini juga berisi sebuah analisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada proses operasional pengiriman barang yang dilakukan oleh PT. Indojoya Trans Logistik. Oleh sebab itu dengan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, and Threats*) juga dapat membantu dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat guna PT Indojoya Trans Logistik untuk memiliki startegi pemasaran yang tepat.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian praktik kerja lapangan di PT Indojoya Trans Logistik adalah:

1. Laporan ini hanya berisi analisis strategi pemasaran menggunakan metode SWOT.
2. Data yang diambil hanya pada perusahaan PT Indojoya Trans Logistik

3. Waktu pengambilan data dilakukan pada bulan Juli hingga Desember tahun 2023.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan dari praktik kerja lapangan di PT Indojaya Trans Logistik adalah:

1. Mengidentifikasi masalah yang menjadi hambatan dalam pengembangan usaha di PT Indojaya Trans Logistik.
2. Menyusun Strategi Pemasaran dalam pengembangan usaha pada PT Indojaya Trans Logistik.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dari praktik kerja lapangan di PT Indojaya Trans Logistik adalah:

a. Bagi Mahasiswa

1. Mendapat pengalaman dan gambaran kerja secara nyata.
2. Menambah wawasan mengenai prospek kerja sebagai alumni Teknik Industri.
3. Sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan sesuai kebutuhan perusahaan.
4. Memperoleh bekal untuk masuk baik dalam kehidupan pekerjaan dan kehidupan sosial masyarakat.
5. Melatih kemampuan analisis masalah secara langsung berdasarkan keadaan sesungguhnya di perusahaan.
6. Memahami proses pengiriman produk secara keseluruhan di PT Indojaya Trans Logistik.

b. Bagi Perusahaan

1. Sarana untuk menjalin hubungan kerjasama dengan Prodi Teknik Industri Universitas Ma Chung baik secara akademis maupun organisasi.
2. Sarana untuk mengetahui kualitas pendidikan di Program Studi Teknik Industri.
3. Membantu tugas dari karyawan instansi atau perusahaan pada

bidang yang bersangkutan.

4. Sebagai sarana pengembangan kualitas sumber daya manusia, terutama calon tenaga kerja baru.
5. Memperoleh masukan pikiran dan tenaga untuk meningkatkan kinerja perusahaan.