

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan industri jasa semakin pesat dan bersaing secara global. Salah satu diantaranya adalah jasa pengiriman ekspedisi; mulai dari ekspedisi darat, udara, serta laut. Setiap perusahaan ekspedisi dituntut untuk dapat selalu memperhatikan kepuasan para pengguna jasa, sehingga para pengguna jasa tidak beralih kepada jasa ekspedisi lain. Dalam hal ini salah satu pencetus kepuasan pengguna jasa ekspedisi adalah harga dan distribusi karena semakin tinggi harga yang ditawarkan, semakin besar volume serta ketepatan dan kecepatan distribusinya. Selanjutnya, semakin cepat distribusi maka semakin tinggi pula kepuasan dari para pengguna jasa, semakin besar pula peluang untuk memenangkan persaingan diantara perusahaan sejenis.

Melihat semakin banyaknya ketergantungan antar negara untuk saling melengkapi kebutuhan komoditi ekspor dan import, semakin bertambah banyak yang melakukan pengiriman barang dan jasa baik melalui darat saja, udara saja, laut saja serta yang melakukan pengiriman melalui darat, udara, serta laut sekaligus telah menjadikan sarana utama pengiriman barang dan jasa serta penerusan kargo (*freight forwarding*) menghadapi kompetisi yang ketat karena kompetitifnya perusahaan-perusahaan jasa ekspedisi lokal dan asing yang berada di Indonesia.

Jasa *Freight Forwarding* pernah didefinisikan dalam PER-178/PJ/2006 (yang kemudian dicabut dengan terbitnya PER-70/PJ/2007) yaitu mengacu pada Keputusan Menteri Perhubungan No.KM/10 Tahun 1988 tentang Jasa Pengurusan Transportasi. Berdasarkan SK Menhub tersebut, yang dimaksud dengan Jasa *Freight Forwarding* adalah : usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan Pemilik Barang, untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, udara dan laut yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, klaim asuransi, atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya baik dalam negeri dan khususnya luar negeri. Setiap perusahaan jasa ekspedisi harus memperhatikan pemasaran produknya untuk menarik pengguna atau pelanggan guna terhindar dari beberapa permasalahan yang terjadi dalam perusahaan *freight forwarding*. Salah satu masalah yang sering timbul dari *forwarder* adalah masalah harga dan distribusi.

Harga menjadi masalah dikarenakan relatifitasnya yang sering berubah – ubah dan ditentukan oleh pasar. Dalam perhitungan pemberian harga banyak yang harus dipertimbangkan, seperti harga *ocean freight*, *trucking* dll. Harga bisa turun atau naik dengan tiba-tiba tergantung pada permintaan pasar yang terjadi sesuai periode serta musiman, sedangkan distribusi dalam jasa pengiriman barang dianggap sebagai alat vital karena mampu memunculkan rasa kepuasan bagi para