

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PESANAN JASA *TRUCKING* DI
PT SAMUDERA PERDANA CABANG SEMARANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun Oleh :

Nama : Aldilla Yulian Mahlinda

NIM : 40011319650079

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
DEPARTEMEN BISNIS DAN KEUANGAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2023

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PESANAN JASA *TRUCKING* DI
PT SAMUDERA PERDANA CABANG SEMARANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun Oleh :

Nama : Aldilla Yulian Mahlinda

NIM : 40011319650079

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
DEPARTEMEN BISNIS DAN KEUANGAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2023

MOTTO

Motto :

1. Lawan rasa malas dan berusaha memberikan yang terbaik untuk menggapai mimpi.
2. Jangan pernah berhenti untuk belajar karena ilmu tidak akan pernah ada habisnya.
3. Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat.
4. Jangan pernah menyerah dan jangan pernah takut untuk berproses.
5. Sebuah keberhasilan akan datang jika terus belajar dan tidak kenal putus asa.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Aalamin. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tidak terhingga kepada kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Mahfud dan teristimewa Ibu Susi Sulastri yang telah melahirkan, merawat, membimbing, melindungi, menasehati dengan tulus dan penuh keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, dan yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan sepenuh hati.

Karya ini saya persembahkan juga kepada seluruh keluarga saya yang selalu menjadi support system terbaik, selalu memberikan dukungan, semangat serta motivasi penuh. Dan terspesial dipersembahkan kepada diri sendiri, karena telah bertahan sejauh ini dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan
Pesanan Jasa *Trucking* di PT Samudera Perdana Cabang
Semarang

Nama : Aldilla Yulian Mahlinda

NIM : 40011319650079

Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D-IV
(Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro.

Dosen Pembimbing :

Stacia Reviany Mege, S.E., M.S.M

NIP. 1991107092018072001 (.....)

Dosen Penguji 1 :

Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M.

NIP. 199003312018072001 (.....)

Dosen Penguji 2 :

Agung Budiatmo, S.Sos., MM.

NIP. 197112302001121001 (.....)

Semarang, 17 Juni 2023

Ketua Program Studi

Dr. Edy Raharja, SE, M.Si.

NIP. 197004251997021001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Aldilla Yulian Mahlinda
2. Nomor Induk Mahasiswa : 40011319650079
3. Tempat/Tanggal Lahir : Blora, 10 Juli 2001
4. Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik
5. Alamat : Jl. Ketapang Selatan No 27 A, Kec. Cepu,
Kab. Blora, Jawa Tengah 58312

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PESANAN JASA *TRUCKING* DI PT SAMUDERA PERDANA CABANG SEMARANG”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis ini terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri melainkan hasil menjiplak karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan karya ilmiah dengan seluruh implikasinya sebagai akibat dari kecurangan yang telah saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 17 Juni 2023

Pembuat Pernyataan

Aldilla Yulian Mahlinda
NIM. 40011319650079

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PESANAN JASA *TRUCKING* DI PT SAMUDERA PERDANA CABANG SEMARANG

ABSTRAK

Siklus ekonomi pada masyarakat saat ini sempat mengalami penurunan semenjak terjadinya *Covid-19* dan kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak). Terdapat beberapa perusahaan yang jatuh dan mengalami penurunan pesanan dari *customer* karena sulit bertahan untuk menghadapi atau menyesuaikan dengan kondisi tersebut. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran pada PT Samudera Perdana Cabang Semarang guna meningkatkan pesanan *trucking* dari *customer*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh PT Samudera Perdana Cabang Semarang masih kurang maksimal. Oleh karena itu, perlu untuk menerapkan strategi pemasaran STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Strategi pemasaran ini bermanfaat untuk membantu PT Samudera Perdana Cabang Semarang meningkatkan pesanan *trucking* dari *customer*.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Pesanan, *Trucking*

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PESANAN JASA TRUCKING DI PT SAMUDERA PERDANA CABANG SEMARANG

ABSTRACT

The current economic cycle in society has experienced a decline since the occurrence of Covid-19. There were several companies that fell and experienced a decrease in orders from customers because it was difficult to survive or adjust to the conditions of Covid-19. The purpose of this study is to analyze the marketing strategy at PT Samudera Perdana Semarang Branch in order to increase trucking orders from customers. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques using interviews, observation, documentation and literature study. The results showed that the marketing carried out by PT Samudera Perdana Semarang Branch was still not optimal. Therefore, it is necessary to implement STP (Segmentation, Targeting, Positioning) marketing strategy, 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence) and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). This marketing strategy is useful to help PT Samudera Perdana Semarang Branch increase truck orders from customers.

Keywords : Marketing Strategy, Orderan, Trucking

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam tidak lupa selalu penulis hantarkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan petunjuk Allah SWT untuk semua umat-Nya. Berkat pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pesanan Jasa *Trucking* di PT Samudera Perdana Cabang Semarang”.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat di semester akhir dalam menyelesaikan studi di Program Studi Sarjana Terapan Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof Dr. Ir.Budiyono, M.Si sebagai Dekan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Edy Raharja, S.E, M.Si sebagai Ketua Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik.
3. Ibu Stacia Reviany Mege, S.E., M.S.M sebagai Dosen Pembimbing yang senantiasa mendukung dan selalu memberikan saran kepada penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Riandhita Eri Werdhani S.M.B., M.S.M sebagai Dosen Penguji 1.
5. Bapak Agung Budiatmo S.Sos., M.M sebagai Dosen Penguji 2.
6. Kedua orang tua beserta keluarga besar yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, doa dan kasih sayang kepada saya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak (pembaca). Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai luasnya dunia logistik dan untuk pengembangan wawasan bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaan.....	6
2.1.2 Pengertian Strategi	9
2.1.2.1 Komponen Dalam Sebuah Strategi	10
2.1.2.2 Prinsip Kesuksesan Sebuah Strategi.....	12
2.1.2.3 Tujuan Sebuah Strategi	13
2.1.2.4 Jenis-Jenis Strategi	14
2.1.2.5 Fungsi Strategi	15
2.1.2.6 Manfaat Adanya Strategi.....	16
2.1.3 Pengertian Pemasaran	17
2.1.3.1 Tujuan Umum Pemasaran	18
2.1.3.2 Fungsi Pemasaran.....	18
2.1.3.3 Strategi Pemasaran	19

2.1.3.4 Jenis-Jenis Dari Pemasaran	20
2.1.3.5 Konsep Pemasaran	21
2.1.3.6 Kinerja Pihak Pemasaran	22
2.1.3.7 Contoh Pemasaran.....	22
2.1.4 Pengertian Pemasaran Jasa.....	23
2.1.4.1 Karakteristik Dari Pemasaran Jasa.....	24
2.1.4.2 Jenis Pemasaran Jasa.....	25
2.1.4.3 Strategi Memasarkan Jasa	27
2.1.4.4 Perpaduan Dari Pemasaran Jasa.....	28
2.1.4.5 Pengecekan Kembali Pemasaran Jasa	29
2.1.5 Pengertian STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	30
2.1.6 Pengertian Bauran Pemasaran 7P (<i>Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence</i>).....	34
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu (KPT).....	36
2.3 Alur Kerangka Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Pendekatan Penelitian.....	54
3.2 Fokus dan Lokus Penelitian	54
3.3 Fenomena Penelitian	54
3.4 Sumber Data Penelitian	56
3.5 Penentuan Informan Penelitian	57
3.5.1 Karakteristik Informan	57
3.5.2 Profil Informan.....	58
3.6 Instrumen Penelitian.....	59
3.7 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7.1 Dokumentasi	61
3.7.2 Observasi.....	61
3.7.3 Wawancara Terorganisasi	62
3.7.4 Studi Pustaka.....	62
3.8 Teknik Analisis Data	63
3.8.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	64
3.8.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	64

3.8.3	Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing</i> atau <i>Verification</i>)....	65
3.9	Triangulasi Sumber Data	66
3.9.1	Triangulasi Metodologis	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1	Sejarah PT Samudera Perdana Cabang Semarang	68
4.1.2	Profil Perusahaan	69
4.1.3	Lokasi.....	71
4.1.4	Visi dan Misi PT Samudera Perdana Cabang Semarang	72
4.1.4.1	Visi	72
4.1.4.2	Misi	72
4.1.5	Tujuan PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	73
4.1.6	Struktur Organisasi	73
4.1.7	Tugas dan Fungsi Masing-Masing <i>Divisi/Bagian</i>	75
4.1.8	Budaya.....	79
4.1.9	Layanan PT Samudera Perdana Cabang Semarang	79
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	83
4.2.1	Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan PT Samudera Perdana Cabang Semarang?	83
4.2.1.1	STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>) Pada PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	83
4.2.1.2	Bauran Pemasaran 7P Pada PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	85
4.2.1.3	SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) Pada PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	94
4.2.2.	Apa saja faktor penghambat dan pendukung penerapan strategi pemasaran di PT Samudera Perdana Cabang Semarang?.....	97
4.2.2.1	Faktor Penghambat Strategi Pemasaran.....	97
4.2.2.2	Faktor Pendukung Strategi Pemasaran.....	100
4.3	Output Penelitian	104
4.3.1	<i>Marketing</i> Strategi.....	104
4.3.1.1	Strategi STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	104

4.3.1.2 Strategi Bauran Pemasaran 7P (<i>Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence</i>)	108
4.3.1.3 Strategi SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) 120	
4.3.2 Langkah Penerapan Strategi.....	125
BAB V PENUTUP.....	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Fenomena Penelitian	53
Tabel 3.2 Data Informan Penelitian	56
Tabel 4.1 Analisis <i>SWOT</i> (<i>Strange, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	94
Tabel 4.2 Segmentasi Pasar PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	104
Tabel 4.4 Matriks <i>SWOT</i> (<i>Strange, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 3.1 Tahap Analisis Data Kualitatif Miles dan Huberman	61
Gambar 4.1 Logo PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	66
Gambar 4.2 Lokasi PT Samudera Perdana cabang Semarang	68
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	72
Gambar 4.4 Layanan 1	78
Gambar 4.5 Layanan 2	79
Gambar 4.6 Layanan 3	79
Gambar 4.7 Layanan 4	80
Gambar 4.8 Layanan 5	80
Gambar 4.9 Layanan 6	81
Gambar 4.10 Garasi Truk PT Samudera Perdana Cabang Semarang.....	110
Gambar 4.11 Strategi Promosi PT Samudera Perdana Cabang Semarang	112
Gambar 4.12 SOP (Standar Operasional Prosedur) Setiap <i>Divisi</i>	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Hasil Wawancara

Lampiran 2 Hasil Turnitin

Lampiran 3 Biodata Peneliti

Lampiran 4 Surat Keterangan Ijin Penelitian

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian