

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX 7P PADA

PT. ANGKASA PURA LOGISTIK SEMARANG

TUGAS AKHIR



Disusun Oleh :

Nama : Saphira Putri Wardani

NIM : 4001132650050

PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)

MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Marketing Mix 7P Pada PT.
Angkasa Pura Logistik Semarang
Nama : Saphira Putri Wardani
NIM : 40011320650050
Program Studi : D4 Manajemen dan Administrasi Logistik

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

Dosen Pembimbing:

Anafil Windriya, S.E., M.M.
NIP. 199301242019032017

(.....)

Dosen Penguji 1:

Agung Budiarmo, S.Sos., M.M.
NIP. 197112302001121001

(.....)

Dosen Penguji 2:

Nurul Imani Kurniawati, S.E., M.M.
NIP. H-7.198510312018072001

(.....)

Semarang, 03 Oktober 2024
Ketua Program Studi

(.....)
Titik Djumarti S.Sos., M.Si.
NIP. 197009251994032001

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH
TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Saphira Putri Wardani
2. Nomor Induk Mahasiswa : 40011320650050
3. Tempat/Tanggal Lahir : Semarang, 07 Agustus 2002
4. Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik
5. Alamat : Jl. Mangga Dalam No. 8, Kec. Semarang
Selatan, Kab. Lamper Kidul, Jawa Tengah,
50249

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul “ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX 7P PADA PT ANGKASA PURA LOGISTIK 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, 3 Oktober 2024
Pembuat Pernyataan



Saphira Putri Wardani
NIM. 40011320650050

ABSTRAK

PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Semarang berada di bawah yurisdiksi PT Angkasa Pura Airports dan menjadi portal utama untuk solusi logistik yang terintegrasi di Jawa Tengah. APLog Semarang telah berkembang pesat dengan jaringan luas dan layanan lengkap, dan siap untuk mengantarkan berbagai kebutuhan logistik hingga ke pelosok tanah air, seta perusahaan telah berdiri sejak tahun 2009. Akan tetapi, pada tahun 2023 perusahaan mengalami penurunan penjualan sebanyak 33% sehingga dapat mempengaruhi penurunan harga penjualan yang disebabkan oleh adanya biaya sewa kontainer yang cukup tinggi, sementara untuk space untuk berlayarnya juga sangat terbatas, jadi membutuhkan waktu secepat mungkin agar mendapatkan space untuk berlayar, serta beberapa pelanggan meminta untuk proses pengirimannya secepat mungkin. Oleh karena itu, dengan adanya biaya sewa kontainer yang cukup tinggi dapat menyulitkan perusahaan untuk bernegosiasi langsung dengan pelanggan dikarenakan mereka perlu mendapatkan persetujuan dari atasan terlebih dahulu sehingga dapat menyebabkan beberapa pelanggan yang akan berpindah ke perusahaan lain. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran marketing mix 7P oleh PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang, serta untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh PT. Angkasa Pura Logistik Semarang untuk menghadapi persaingan. 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 Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang masih kurang maksimal khususnya terkait harga dan promosi. Oleh karena itu, perlu untuk menerapkan pemasaran melalui poster/billboard. Strategi pemasaran ini dapat bermanfaat untuk membantu PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang dalam meningkatkan target penjualan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pemasaran, Penjualan, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

PT Angkasa Pura Logistik (APLog) Semarang is under the jurisdiction of PT Angkasa Pura Airports and is the main portal for integrated logistics solutions in Central Java. APLog Semarang has grown rapidly with an extensive network and complete services, and is ready to deliver various logistics needs to all corners of the country, as the company has been established since 2009. However, in 2023 the company experienced a decrease of 33% so that it could affect the decline in sales prices caused by the high container rental costs, while the space for sailing is also very limited, so it takes time as quickly as possible to get space to sail, and some customers ask for the delivery process as quickly as possible. Therefore, the high container rental fee can make it difficult for companies to negotiate directly with customers because they need to get approval from superiors first, which can cause some customers to move to other companies. The purpose of this study is to determine the marketing strategy using the 7P marketing mix by PT Angkasa Pura Logistics Semarang Branch, as well as to determine the marketing strategy using the 7P marketing mix by PT Angkasa Pura Logistics Semarang Branch. Angkasa Pura Logistics Semarang Branch, and to find out what are the obstacles faced by PT Angkasa Pura Logistics Semarang to face competition. This research uses descriptive method with qualitative approach. Data collection techniques using interviews, observation, documentation and literature study. The results showed that the marketing carried out by PT Angkasa Pura Logistics Semarang Branch is still not optimal, especially related to price and promotion. Therefore, it is necessary to implement marketing through posters/billboards. This marketing strategy can be useful to help PT Angkasa Pura Logistics Semarang Branch in increasing sales targets.

Keywords: *Marketing Mix, Marketing, Marketing Strategy, Sales*

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 Marketing Mix 7p pada PT. Angkasa Pura Logistik 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. Rektor Prof Dr. Ir.Budiyono, M.Si sebagai Dekan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
2. Ibu Titik Djumiarti S.Sos., M.Si. sebagai Ketua Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik.
3. Ibu Anafil Windriya, S.E., M.M. selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing peneliti yang telah membimbing dari awal sampai akhir proses belajar serta telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, bimbingan, arahan, dan motivasi dalam menyusun tugas akhir ini.
4. Bapak Agung Budiatmo S.Sos., M.M. selaku dosen penguji 1 yang dengan segenap arahan memberikan masukan bagi perbaikan skripsi peneliti.
5. Ibu Nurul Imani Kurniawati S.E., M.M. selaku dosen penguji 2 yang dengan segenap arahan memberikan masukan bagi perbaikan skripsi peneliti.
6. Seluruh karyawan PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang yang telah membantu kelancaran dalam proses pengambilan data penelitian.
7. Orang tua tercinta, Bapak Sulasono dan Ibu Susilowati Tri Wardani atas curahan kasih sayang, do’a, bimbingan, dan dukungan secara moral maupun secara finansial yang tiada hentinya kepada peneliti.
8. Adikku satu satunya Bagus Satrio Wibowo yang senantiasa telah memberikan dukungan dan semangat kepada kakaknya sebagai bentuk

kasih sayangnya.

9. Seluruh keluarga besar, yang senantiasa telah memberikan dukungan dan do'anya.
10. Teman-temanku Yusnindita Laila Lintang Suminar, Arinda Dewinta, Meutya Roza, Nurjanah yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam melakukan penyusunan tugas akhir.
11. Teman-temanku Alya Sufi, Denik Puput, Syifa, Deriza, Shafney, Nandita, Alvina, Lea, Aisyah dan Widya terima kasih telah menemani peneliti pada saat masa awal perkuliahan.
12. Teman-teman Dwindi Indriyani dan Lonika yang telah menemani peneliti dari awal hingga akhir perkuliahan peneliti di Semarang, terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
13. Teman-teman Jurusan Manajemen dan Administrasi Logistik 2020 lainnya, terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
14. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik secara langsung ataupun tidak langsung atas kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.

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.

Semarang, 03 Oktober 2024



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	i
1.1. LATAR BELAKANG	i
1.2. RUMUSAN MASALAH	7
1.3. TUJUAN PENELITIAN	8
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kajian Teori.....	11
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	31
2.3. Alur Kerangka Pemikiran	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Pendekatan Pengkajian	50
3.2. Fokus dan Lokasi Penelitian	50
3.3. Fenomena Penelitian.....	51
3.4. Sumber Data Penelitian	51
3.5. Penentuan Informan Penelitian	52
3.6. Instrumen Penelitian	54
3.7. Teknik Pengumpulan Data	54
3.8. Teknik Analisis Data	55
3.9. Triangulasi Data	57
BAB IV PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65

4.2 Hasil Pembahasan.....	80
4.3 Output Penelitian Terapan.....	99
BAB V PENUTUP	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Marketing mix 4p dengan marketing mix 7p.....	20
Tabel 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Matriks Fenomena Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Penentuan Informan Penelitian	54
Tabel 3.3 Member Checking.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Omzet Penjualan tahun 2022-2023.....	6
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 7p	21
Gambar 2.2 Tingkat Saluran Distribusi	22
Gambar 2.3 Alur Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	75
Gambar 4.3 Poster/Billboard PT. Angkasa Pura Logistik Semarang.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Hasil Wawancara	106
Lampiran 2 Surat Bebas Plagiarisme	122
Lampiran 3 Biodata Penelitian.....	123
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	124
Lampiran 5 Dokumentasi.....	125