

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA *FREIGHT*
FORWARDER PADA KANTOR PUSAT PT KAY OCEAN
INDONESIA DI KOTA 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 : Muhammad Imam Allaist

NIM : 40011321650127

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

2025

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q. S AL – Insyirah Ayat 5)

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan
Allah hingga ia kembali."

(HR Tirmidzi)

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Jasa *Freight Forwarder* pada Kantor Pusat PT Kay Ocean Indonesia di Kota Semarang

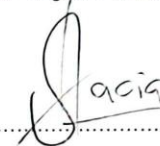
Nama : Muhammad Imam Allaist

NIM : 40011321650127

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. 199107092018072001

()

Dosen Penguji 1:
Dr. Dra. Luluk Fauziah M.Si.
NIP.H.7.196705142018082001

()

Dosen Penguji 2:
Suwandi, S.A.P., M.Si
NIP. 199004122019031007

()

Semarang, 17 Juni 2025
Ketua Program Studi

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

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Imam Allaist
Nomor Induk Mahasiswa : 40011321650127
Tempat/Tanggal Lahir : Semarang, 01 Agustus 2003
Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik
Alamat : Jalan Sambiroto Baru No. 44. Kec. Tembalang,
Kel. Sambiroto, Kota Semarang, Jawa Tengah
50276

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Jasa *Freight Forwarder* Pada Kantor Pusat PT Kay Ocean Indonesia di Kota 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 2025
Pembuat Pernyataan



Muhammad Imam Allaist
NIM. 40011321650127

ABSTRAK

Sebagai salah satu perusahaan *freight forwarder*, PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang belum mampu mencapai dan memenuhi target profit penjualan jasa yang telah ditetapkan perusahaan pada periode waktu setiap bulannya. Sehingga, diperlukan penerapan strategi pemasaran jasa yang tepat dan sesuai untuk menghadapi persaingan pasar dan mempertahankan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran jasa yang tepat dan sesuai bagi perusahaan *freight forwarder* PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian dilakukan dengan analisis STP pasar, bauran pemasaran jasa 7P, dan analisis SWOT. Analisis STP pasar pada PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang dilakukan dengan segmentasi geografis dengan target pasar area Jawa Tengah dan Jogjakarta serta posisi pasar berupa *freight forwarder* yang memberikan pelayanan jasa baik dan berkomitmen pada kepemilikan sertifikasi halal logistik. Analisis bauran pemasaran 7P menunjukkan unsur *product*, *place*, *process*, dan *customer service* telah optimal dilakukan. Namun, pada unsur bauran pemasaran lainnya berupa *price*, *promotion*, *people*, dan *physical evidence* belum diterapkan secara optimal. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi bisnis. Faktor pendorong strategi pemasaran berupa tingginya kebutuhan pengiriman dan kualitas sumber daya manusia. Sedangkan faktor penghambatnya adalah persaingan dengan kompetitor dan belum memiliki armada truk sendiri. Adapun output pada penelitian ini berupa analisis strategi pemasaran jasa yang lebih optimal dan rencana aksi strategi pemasaran pada PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang.

Kata Kunci: Analisis STP, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran 7P, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

As one of the freight forwarding companies, PT Kay Ocean Indonesia in Semarang has not yet been able to achieve and meet the service sales profit targets set by the company for each monthly period. Therefore, the implementation of an appropriate and suitable service marketing strategy is necessary to navigate market competition and maintain competitive advantage. This study aims to identify and analyze a proper service marketing strategy for PT Kay Ocean Indonesia in Semarang. The research employs a descriptive qualitative method. The analysis is conducted using market STP (Segmentation, Targeting, Positioning), the 7P service marketing mix, and SWOT analysis. The company's market STP focuses on geographic segmentation, targeting the Central Java and Yogyakarta regions, and positioning itself as a freight forwarder that offers quality service and is committed to halal logistics certification. The 7P analysis reveals that the elements of product, place, process, and customer service are optimally implemented, while the elements of price, promotion, people, and physical evidence require improvement. The SWOT analysis identifies internal and external factors influencing the business. Drivers of the marketing strategy include high demand for shipping services and strong human resources, while inhibitors consist of competition and the lack of a proprietary truck fleet. The outcome of this research is a more optimized marketing strategy analysis and a strategic marketing action plan for PT Kay Ocean Indonesia in Semarang.

Keywords: Marketing Mix 7P, Marketing Strategy, STP Analysis, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Jasa *Freight Forwarder* pada Kantor Pusat PT Kay Ocean Indonesia di Kota Semarang” dengan baik-baiknya. Penulisan penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan (D-IV) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Titik Djumiarti S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Stacia Reviany Mege S.E., M.S.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama pelaksanaan penyusunan Tugas Akhir.
5. Dr. Dra. Luluk Fauziah M.Si. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan dan perbaikan dalam penulisan Tugas Akhir.
6. Suwandi, S.A.P., M.Si selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan dan perbaikan dalam penulisan Tugas Akhir.
7. Seluruh Dosen Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis.

8. Pimpinan dan seluruh pegawai PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman secara langsung kepada penulis di lokasi penelitian.
9. Kepada kedua orang dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
10. Teman-teman Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Angkatan 2021.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan dari berbagai pihak sebagai penyempurnaan dalam penulisan. Penulis juga mengharapkan Tugas Akhir ini dapat berkontribusi dalam memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun juga untuk semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 17 Juni 2025



Muhammad Imam Allaist

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR... ii	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Bagi Mahasiswa	6
1.4.2 Bagi Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi Logistik	6
1.4.3 Bagi PT Kay Ocean Indonesia di Kota Semarang	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Strategi Pemasaran	14
2.1.3 Pemasaran Jasa	17
2.1.4 <i>Freight Forwarder</i>	26
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	27
2.3 Alur Kerangka Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Fokus dan Lokus Penelitian	41
3.3 Fenomena Penelitian	42

3.4 Sumber Data Penelitian	45
3.5 Penentuan Informan Penelitian	47
3.6 Instrumen Penelitian.....	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.9 Triangulasi Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia.....	54
4.1.3 Kebijakan Mutu Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia..	55
4.1.4 Stuktur Organisasi PT Kay Ocean Indonesia.....	56
4.1.5 Tugas Setiap Divisi Logistik PT Kay Ocean Indonesia.....	57
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	58
4.2.2 Faktor Pendorong dan Penghambat Strategi Pemasaran Jasa <i>Freight Forwarder</i> Pada PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang	103
4.3 Output Penelitian.....	106
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Profit Penjualan PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang Periode Bulan Januari - November Tahun 2024	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Fenomena Penelitian	43
Tabel 3.2 Informan Penelitian.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Penelitian	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia	56
Gambar 4.2 Laman Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia	74
Gambar 4.3 Media Sosial Facebook PT Kay Ocean Indonesia	75
Gambar 4.4 Media Sosial Instagram PT Kay Ocean Indonesia.....	75
Gambar 4.5 Media Sosial LinkedIn PT Kay Ocean Indonesia	76
Gambar 4.6 Media Sosial Youtube PT Kay Ocean Indonesia	76
Gambar 4.7 Promosi Unggahan Status PT Kay Ocean Indonesia	79
Gambar 4.8 Bangunan Kantor PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang.....	89
Gambar 4.9 Profil Perusahaan PT Kay Ocean Indonesia Kota Semarang.....	91