

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

- PT Angkasa Pura Logistik (APLog), perusahaan logistik yang menyediakan layanan pengiriman melalui transportasi darat, udara, dan laut. PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) telah berkolaborasi dengan berbagai perusahaan besar di berbagai sektor industri, seperti kimia, alat kesehatan, elektronik, dan farmasi. Jaringan agen APLog juga telah tersebar di berbagai negara, termasuk Amerika, Cina, dan Afrika. Dalam menjalankan operasionalnya, APLog memiliki tujuh aktivitas utama (*Core Business*) yang menjadi pilar dalam bisnisnya, yaitu:
- a. PT Angkasa Pura Logistik (APLog) menyediakan layanan pergudangan dan distribusi yang berfokus pada pengelolaan persediaan serta perlindungan barang milik pelanggan. Untuk memastikan manajemen inventaris yang optimal, APLog menawarkan solusi terbaik melalui sistem *Warehouse Management Solution (WMS)*, yang memungkinkan pemantauan stok secara real-time. PT Angkasa Pura Logistik (APLog) mengoperasikan gudang logistik yang tersebar di empat kota utama, yakni Jakarta, Surabaya, Bali, dan Balikpapan.
 - b. *Total Baggage Solution (TBS)*. PT Angkasa Pura Logistik (APLog) menyediakan layanan di terminal bandara. Layanan ini mencakup *Baggage Wrapping, Strapping*, dan *Packaging* yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan serta keamanan pelanggan dalam membawa barang bawaan dan bagasi mereka.

- c. *Regulated Agent*, layanan deteksi risiko yang dilakukan untuk kargo dan pos yang dikirim dengan transportasi udara. Proses ini umumnya dikenal sebagai pemeriksaan menggunakan X-Ray untuk memastikan keamanan sebelum pengiriman.
- d. *Cargo Handling/Terminal Kargo*, menangani pengelolaan dan distribusi kargo serta pos melalui jalur udara. Dengan kapasitas penanganan mencapai 350.000 ton per tahun, layanan ini memastikan kelancaran proses pengiriman barang serta mendukung efisiensi logistik di sektor udara.
- e. *Freight Forwarding*, layanan logistik yang berperan dalam pengelolaan ekspor dan impor melalui jalur udara serta laut. Layanan ini mencakup layanan *door-to-door*; proses kepabeanan, serta pengelompokan barang, sehingga memastikan distribusi barang yang lebih efisien dan terorganisir bagi pelanggan.
- f. *Air Freight*, layanan pengiriman khusus yang memanfaatkan pesawat freighter untuk mengangkut kargo melalui jalur udara. Layanan ini dirancang demi menjamin distribusi lebih cepat, terjamin keamanannya, dan berjalan secara efisien, terutama bagi kebutuhan logistik yang memerlukan kecepatan tinggi.
- g. *Express Agent*, layanan khusus dari PT Angkasa Pura Logistik (APLog) yang dirancang untuk lebih mendekatkan perusahaan dengan konsumennya. Layanan ini menggunakan sistem konsolidasi Express Door-to-Door yang dilengkapi dengan fasilitas penjemputan (pick-up) dan pengantaran (delivery). Selain itu, SIAP juga memiliki collection point yang berlokasi di area strategis di berbagai kota di Indonesia, sehingga mempermudah akses pelanggan dalam menggunakan layanan ini.

4.1.2 Sejarah PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Cabang Semarang

Angkasa Pura I mendirikan PT Angkasa Pura Logistik (APLog) pada tahun 2012 untuk mengembangkan bisnis di sektor logistik. Sejak didirikan, perusahaan terus berkembang dengan memperluas jangkauan melalui pembukaan kantor cabang di berbagai kota di Indonesia. Pada periode 2012 hingga 2014, APLog memperluas jangkauannya ke Cengkareng, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Bali, Kupang, Makassar, Banjarmasin, Balikpapan, Manado, dan Ambon. Ekspansi berlanjut pada tahun 2015 dengan pembukaan kantor cabang di Biak. Tidak berhenti di situ, antara tahun 2017 hingga 2021, APLog kembali memperluas cakupan bisnisnya dengan membuka kantor cabang di Lombok, Batam, Gorontalo, Kendari, dan Sentani. Untuk semakin memperkuat lini bisnisnya, perusahaan juga membentuk empat Strategic Business Unit (SBU), yakni SBU Freight Forwarder, SBU Warehouse, SBU Air Freight, dan SBU Express. Keberadaan unit-unit bisnis ini memungkinkan APLog memberikan layanan logistik yang lebih terintegrasi dan efisien bagi pelanggan di seluruh Indonesia. Pada tahun 2019, kantor cabang Cengkareng mengalami transformasi menjadi SBU Freight Forwarder, menandai langkah strategis PT Angkasa Pura Logistik (APLog) dalam memperkuat layanan logistiknya. Sebelumnya, pada Desember 2018, perusahaan menjalin kerja sama dengan Gapura Angkasa untuk menangani operasional kargo, memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi layanan. Kemudian, pada Juni 2020, APLog mulai mengoperasikan pesawat kargo ATR 72-500 yang memiliki kapasitas angkut hingga 8,4 ton. Pesawat ini disewa dari Pelita Air Service dan digunakan untuk melayani beberapa rute utama, seperti Jakarta-Banjarmasin-Surabaya PP serta Jakarta-Batam PP.

Langkah ini merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memperkuat jaringan distribusi kargo udara di Indonesia.

Gambar 4.1 Logo Perusahaan



4.1.3 Visi dan Misi

1. Visi PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Cabang Semarang

Menjadi perusahaan logistik yang paling terpercaya dan terintegrasi dengan baik di Indonesia.

2. Misi PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Cabang Semarang

- a. Menyediakan layanan logistic terpadu secara professional dan inovatif untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
- b. Memungkinkan peningkatan kemampuan, peningkatan kapasitas, dan peningkatan kesejahteraan antar karyawan.
- c. Mengembangkan hubungan sinergis dengan mitra bisnis.
- d. Memaksimalkan nilai bagi pemegang saham
- e. Memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

4.1.4 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan didasarkan pada beberapa nilai inti dan prinsip yang mendasari operasi dan interaksi di perusahaan tersebut. Berikut adalah beberapa aspek budaya perusahaan Angkasa Pura Logistik yang mungkin ada:

1. Keandalan: Angkasa Pura Logistik mendorong keandalan dalam semua aspek bisnisnya. Mereka berkomitmen untuk memberikan layanan logistic

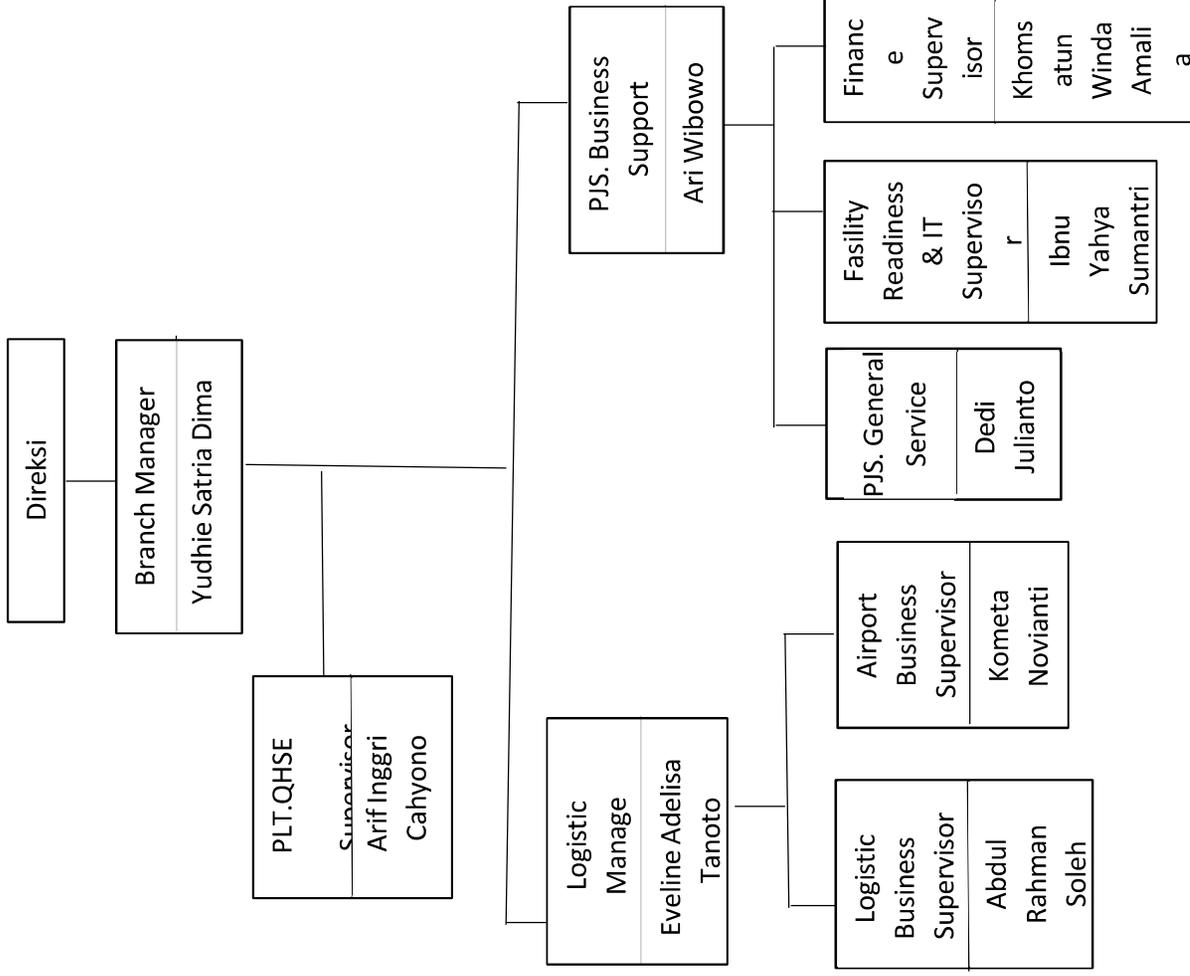
- yang dapat diandalkan dan berkualitas tinggi kepada pelanggan mereka.
2. Kolaborasi: Budaya perusahaan ini mendorong kerja sama tim dan kolaborasi antar departemen. Mereka menyadari bahwa kerjasama yang solid dan saling mendukung antara anggota tim adalah kunci keberhasilan perusahaan.
 3. Inovasi: Angkasa Pura Logistik menghargai inovasi dan terus mendorong kreativitas ditempat kerja. Mereka mendorong karyawan untuk memberikan ide-ide baru yang mampu mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas operasional.
 4. Kepuasan Pelanggan: Fokus utama Angkasa Pura Logistik adalah kepuasan pelanggan. Mereka berusaha keras agar mengerti ekspektasi, kebutuhan konsumen serta berkomitmen memberikan solusi logistik yang tepat waktu dan berkualitas tinggi.
 5. Integritas: Budaya perusahaan ini didasarkan pada prinsip integritas dan etika tinggi. Mereka mendorong karyawan untuk bersikap jujur, adil, serta bertanggung jawab dalam setiap aspek pekerjaan yang dilakukan
 6. Pembelajaran Berkelanjutan: Angkasa Pura Logistik meyakini pentingnya pembelajaran berkelanjutan. Mereka mendorong karyawan agar dapat terus meningkatkan keahlian serta wawasan mereka melalui pelatihan, pelatihan lintas departemen, dan pengalaman kerja yang beragam.
 7. Keberagaman dan inklusi: Perusahaan ini menghargai keberagaman dan inklusi dalam lingkungan kerja. Mereka menyadari bahwa keragaman tim dan inklusi ide-ide yang berbeda dapat memperkaya solusi yang dihasilkan. Budaya perusahaan seperti ini mencerminkan komitmen Angkasa Pura Logistik untuk menjadi penyedia layanan logistik terkemuka yang unggul dalam kualitas dan pelayanan kepada pelanggan.

4.1.5. Lokasi

Lokasi PT Angkasa Pura Logistik (APLog) yang ada di Semarang berada di Jl. Pamularslih Raya No.99A, Giskidrono, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50149

4.1.6. Struktur Organisasi

Berikut ialah gambar susunan Organisasi PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Cabang Semarang terdiri dari:



Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Sumber: PT. Angkasa Pura Logistik (APLog) Semarang

4.1.7. Tugas dan Fungsi Divisi

Dalam sub bab ini menguraikan terkait jobdesk pada setiap jabatan yang terdapat dalam struktur organisasi termasuk Struktur Organisasi PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang. Berikut ialah uraian uraian jobdesk:

1. Branch Manager

Ruang lingkup kerja Branch Manager antara lain yaitu:

- a. Bertanggung jawab dalam memimpin dan mengelola kantor cabang secara menyeluruh dengan merumuskan kebijakan, merancang strategi, menjalankan operasional, serta mengawasi dan mengembangkan bisnis. Semua langkah ini dilakukan secara terintegrasi dengan mengacu pada prinsip pengelolaan perusahaan yang sehat serta aturan yang berlaku, selaras dengan visi misi perusahaan.
- b. Menyusun rencana kerja dan anggaran secara terstruktur, serta melaporkan pertanggungjawaban terkait kinerja bisnis, operasional, keuangan, dan sumber daya pendukung.
- c. Bertanggung jawab dalam memimpin serta merumuskan kebijakan strategis, menyusun perencanaan, menjalankan operasional, mengawasi, dan meningkatkan performa perusahaan. Selain itu, memastikan efektivitas kerja di sektor logistik, layanan kargo domestik dan internasional, manajemen keuangan, administrasi, serta penerapan standar QHSE (Quality, Health, Safety, and Environment).

- d. Mengelola sumber daya serta fasilitas pendukung dengan optimal, sekaligus berkontribusi aktif dalam berbagai program, seperti pengendalian mutu, mitigasi risiko bisnis, serta memastikan ketertiban, keamanan, serta proteksi kerja. Selain itu, menjaga kesehatan, mencegah pencemaran lingkungan, serta mendukung upaya konservasi. Semua kegiatan ini dijalankan sesuai dengan kebijakan dan ketetapan yang telah ditentukan.
- e. Menjalin dan membangun hubungan kerja yang profesional serta harmonis dengan para pemangku kepentingan (stakeholder) yang terlibat, guna menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.
- f. Berperan sebagai perwakilan perusahaan, baik di dalam maupun di luar lingkungan operasional. Selain itu, memiliki wewenang untuk memberikan kuasa kepada karyawan atau pihak eksternal, baik individu maupun badan usaha, dengan persetujuan dari direksi.
- g. Melaksanakan pengawasan internal secara menyeluruh di setiap kantor cabang serta menyusun laporan kinerja secara berkala untuk disampaikan kepada direksi.

2. *Quality, Health, Safety & Environment Supervisor (QHSE)*

Seorang *Quality, Health, Safety & Environment (QHSE) Supervisor* memiliki peran penting dalam memastikan pengelolaan sistem manajemen mutu, keselamatan, kesehatan kerja, dan lingkungan (SMK3L) berjalan dengan optimal. Tugas utamanya adalah mendukung Branch Manager dalam mengawasi penerapan standar QHSE, melakukan inspeksi serta pengukuran, dan memastikan adanya perbaikan berkelanjutan dalam setiap aspek operasional.

Selain itu, QHSE Supervisor juga bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku (compliance) guna menjaga standar operasional perusahaan tetap profesional, efektif, dan efisien. Dengan demikian, perannya berkontribusi langsung dalam pencapaian target kinerja perusahaan.

3. Logistic Manager

Seorang Logistic Manager memiliki tanggung jawab utama dalam memimpin dan merumuskan kebijakan strategis di bidang logistik. Tugasnya mencakup perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, serta peningkatan kinerja guna memastikan optimalisasi dan efektivitas layanan logistik.

Lingkup pekerjaannya meliputi berbagai sektor, seperti jasa logistic cargo agent/konsolidator, layanan kurir & distribusi, ekspor-impor, serta terminal service (EMPU, TBS, MDC) beserta aktivitas pendukungnya. Dalam menjalankan perannya, *Logistic Manager* didukung oleh tim yang terdiri dari *Cargo Agent & Courier Services Supervisor* serta *Terminal Services Supervisor*.

4. Logistic Support Supervisor

5. Cargo Agent & Courier Services Supervisor dan Terminal Service Supervisor

Menyusun perencanaan teknis, mengelola operasional, serta memastikan efektivitas dan peningkatan kinerja di bidang jasa keagenan/konsolidator, ekspor-impor, serta berbagai aktivitas pendukungnya. Sementara itu, Terminal Services Supervisor berperan dalam merancang strategi operasional, menjalankan dan mengawasi kinerja layanan terminal, termasuk operasi EMPU, *Total Baggage Solution* (TBS), dan *Merchandise Distribution Center* (MDC), serta memastikan setiap aspek pendukungnya berjalan secara optimal.

6. *Cargo Service Manager*

Tanggung jawab *Cargo Service Manager*, memimpin dan menyusun kebijakan strategis, serta merencanakan, mengawasi, dan meningkatkan kinerja operasional di bidang layanan kargo domestik maupun internasional. Selain itu, ia juga memastikan optimalisasi serta efektivitas layanan di terminal kargo, termasuk aktivitas pendukung seperti operasional pergudangan, perjanjian layanan penanganan darat (SGHA), dan berbagai layanan terkait lainnya. Dalam menjalankan tugasnya, *Cargo Service Manager* didukung oleh tim yang dipimpin langsung oleh *Cargo Services Supervisor* untuk memastikan seluruh operasional beroperasi secara optimal dan mengikuti standar yang telah ditentukan.

7. *Cargo Services Supervisor*

Tanggung jawab *Cargo Services Supervisor* yaitu merancang perencanaan teknis, mengelola operasional, serta mengawasi dan meningkatkan kinerja layanan kargo, baik domestik maupun internasional. Selain itu, perannya juga mencakup pengelolaan berbagai aktivitas pendukung di terminal kargo, termasuk layanan pergudangan, penerapan SGHA, serta berbagai operasional lain yang menunjang kelancaran distribusi dan logistik.

8. *Finance & Administration Manager*

Merancang strategi teknis, menjalankan operasional, serta mengawasi dan meningkatkan efisiensi di bidang keuangan dan administrasi. Perannya mencakup pengelolaan anggaran, kebendaharaan, akuntansi, perpajakan, serta penyusunan laporan keuangan, termasuk berbagai aktivitas pendukung lainnya. Fokus utamanya adalah memastikan seluruh proses berjalan optimal guna mendukung stabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

9. Finance & Administration Supervisor

Menyusun perencanaan teknis, mengelola, serta mengoptimalkan kinerja di bidang keuangan dan administrasi. Tugasnya mencakup pengelolaan anggaran, kebendaharaan, akuntansi, perpajakan, serta penyusunan laporan keuangan. Selain itu, ia juga berperan dalam memastikan setiap proses keuangan berjalan dengan efektif dan efisien, termasuk koordinasi dengan berbagai kegiatan pendukung guna mencapai kinerja yang optimal.

10. Personnel & General Affair Assistant Manager

Menyusun perencanaan teknis, mengimplementasikan, mengontrol, serta meningkatkan dan mengoptimalkan kinerja di berbagai aspek operasional perusahaan. Perannya mencakup pengelolaan sumber daya manusia, pengadaan, administrasi perkantoran, manajemen aset, serta layanan umum. Selain itu, ia juga memastikan kelancaran sistem informasi teknologi dan kesiapan fasilitas, termasuk berbagai aktivitas pendukung lainnya, guna menunjang efisiensi dan produktivitas perusahaan.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. Angkasa Pura Logistik didalam meningkatkan daya saing

Sampai sekarang, PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang melakukan pemasaran produk dengan berupaya menyediakan pelayanan yang baik pada pelanggan atau khalayak untuk melancarkan arus barang, supaya bisa menaikkan keuntungan. Dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat akan layanan pengiriman yang kian meningkat, maka PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang dalam menjalankan kegiatan distribusi berbentuk file, uang, paket,

kargo, makanan, benda-benda elektronik serta yang lainnya ke seluruh wilayah Indonesia.

Guna mempermudah distribusi, setiap barang akan dipacking lebih dulu supaya barang tetap aman saat dan tidak rusak dalam perjalanan serta ketika bongkar muat. Di samping itu, perusahaan juga menyampaikan penjelasan pada para pengguna layanan terkait tarif per kilogram, jadwal pengiriman serta estimasi barang sampai ke tujuan, dan hal lainnya mungkin menghambat kemudahan distribusi diantaranya meliputi penjadwalan distribusi yang tertunda akibat cuaca buruk dan lain sebagainya.

Guna menaikkan pemasaran pada layanan yang ditawarkan perusahaan, maka PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang berupaya mencari strategi-strategi baru untuk memaksimalkan pelayanan bagi pelanggannya. Perusahaan juga membagikan brosur promosi pada masyarakat secara umum.

Setiap orang tidak bisa memfasilitasi kebutuhan yang bervariasi melalui kegiatan produksi atau membuat sendiri. Seiring dengan itu, produk maupun layanan dibuat tidak semuanya digunakan sebagai konsumsi sendiri, melainkan juga untuk ditawarkan ke khalayak umum. Perusahaan biasanya membuat produk lalu menjual produk ataupun layanan tersebut yang tujuannya guna mendapat laba serta memenuhi permintaan masyarakat.

Dalam hal ini, PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang berkontribusi memenuhi kebutuhan masyarakat. PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang menawarkan layanan pengiriman barang ke berbagai daerah di seluruh Indonesia, memastikan setiap distribusi dapat dilakukan dengan aman,

efisien, dan tepat waktu. Perusahaan jasa pengiriman PT. Angkasa Pura Logistik cabang Semarang didalam memberikan pelayanan pada para penggunaanya diawali ketika pengguna datang ke perusahaan untuk bertanya tarif pengiriman barang hingga ketika barang yang dikirimkan oleh perusahaan menuju lokasi sasaran.

PT. Angkasa Pura Logistik Semarang dapat mengadopsi pendekatan bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik) sebagai landasan dalam merumuskan dan mengevaluasi strategi pemasaran perusahaan sesuai dengan yang diteliti oleh penulis, maka penulis akan menguraikan secara lengkap data-data hasil dari wawancara yang telah penulis lakukan di PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang terkait dengan bauran pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk atau jasa menjadi elemen krusial dalam bisnis, karena merupakan hal pertama yang dicari dan dipertimbangkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini juga berlaku bagi perusahaan di sektor jasa, termasuk PT Angkasa Pura Logistik Semarang, yang berperan dalam menyediakan layanan logistik yang dibutuhkan konsumen. Selain itu, produk ini mencakup baik barang fisik maupun jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dalam konteks produk yang ditawarkan oleh PT Angkasa Pura Logistik

Cabang Semarang yaitu:

- a. Freight forwarding: penyedia layanan logistik dari pihak ketiga yang dapat mengelola seluruh proses pengiriman barang ekspor impor melalui berbagai moda transportasi dari satu titik ke titik lainnya yang nantinya

akan dikenakan *biaya freight (biaya pengiriman barang)*, dan *biaya invoice (faktur pajak)* yang tidak dapat ditetapkan oleh perusahaan dikarenakan sesuai dengan tempat yang akan dituju oleh customer.

- b. *Custom clearance*: proses pemeriksaan dan pengeluaran barang untuk diimpor atau diekspor di perbatasan suatu negara. Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa barang yang masuk atau keluar suatu negara mematuhi seluruh peraturan dan persyaratan yang berlaku, termasuk pembayaran bea masuk dan pajak.
- c. Kurir darat: Jasa distribusi kargo menggunakan darat sebagai media transportasi utama untuk pengangkutan barang dalam jumlah kecil, serta untuk biayanya dapat dihitung per kilo, contohnya JNT, JNE.
- d. *Trucking*: Jasa distribusi kargo menggunakan darat sebagai media transportasi utama, untuk pengangkutan barang dalam jumlah besar, serta untuk biayanya dapat dihitung per armada, dan untuk biaya tersebut tidak dapat ditetapkan karena harus disesuaikan dengan rute tujuan yang akan dilaju serta berat armada yang digunakan.
- e. *EMPU*: dapat memastikan kelancaran operasional logistik udara.

Secara umum, seorang empu bertanggung jawab atas segala aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan, penyimpanan, dan pengiriman muatan pesawat udara. Selain itu, EMPU dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. *EMPU Ingoing*: pengiriman barang dari Semarang ke luar Semarang.
- b. *EMPU Outgoing*: pengiriman barang dari Luar Semarang ke Semarang.

Pengguna layanan pengiriman barang di PT. Angkasa Pura Logistik Semarang berasal dari berbagai kalangan, termasuk penjual, wirausahawan, pejabat pemerintah, pihak swasta maupun pelanggan lainnya yang membutuhkan jasa pengiriman. Mereka mengandalkan layanan ini untuk memastikan barang yang dikirim dapat tiba di tujuan dengan cepat, terlindungi, serta *on time*. PT. Angkasa Pura Logistik Semarang pun sangat beragam dalam jenis barang yang dapat dikirim, mulai dari file, uang, barang muatan, makanan, hingga perangkat elektronik serta berbagai kategori lainnya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut temuan studi yang penulis jalankan terkait jadwal pengiriman barang yang cepat sampai, menurut informan A2 menyatakan bahwa

“pengiriman barang memang sudah ada jadwal pengirimannya, dan diharuskan sesuai pada jadwal yang sudah di tentukan, jika memang ada kendala nantinya akan diberi informasi lebih lanjut.” (wawancara informan A2, 29 Agustus 2024)

Kemudian, guna memeriksa atas barang yang dikirimkan oleh PT. Angkasa Pura Logistik Semarang senantiasa aman hingga ke lokasi tujuan, informan A3 menyatakan jika

“barang yang kami kirimkan selalu aman sampai ke tempat tujuan, karena kami selalu memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

Untuk mengidentifikasi adanya kerusakan atau kehilangan pada barang yang dikirim oleh PT. Angkasa Pura Logistik Semarang akan bertanggung jawab untuk menggantinya, menurut informan A3 menyatakan bahwa

“pengiriman barang memang tanggung jawab dari perusahaan, jika memang ada kehilangan maupun kerusakan saat pengiriman dari perusahaan

sendiri yang akan bertanggung jawab untuk menggantinya. Tapi sebelum dilakukan pengiriman perusahaan selalu melakukan pengecekan apakah barangnya dari awal memang tidak ada kerusakannya.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

2. Harga (*Price*)

Menurut Kotler et al. (2019), mengatakan bahwa pengertian dari harga yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atas suatu produk atau jasa. PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang menetapkan margin harga sekitar 16%, sedangkan untuk margin harga sendiri dapat diartikan sebagai keuntungan yang diperoleh per unit dari jasa yang diperjualkan, serta maksud dari margin 16% yaitu, perusahaan dapat menargetkan agar pendapatan dari setiap transaksi minimal 16% atau melebihi dari biaya yang dikeluarkan. Sebelumnya, margin penjualan dari perusahaan sekitar 30% dengan memperhitungkan biaya tidak langsung seperti biaya sewa kantor, biaya promosi, biaya asuransi. Namun, sejak biaya tidak langsung dihapuskan pada tahun 2022 maka untuk margin harga penjualan minimal yang ditetapkan oleh perusahaan adalah 16%. Kebijakan ini diterapkan untuk menjaga profitabilitas perusahaan. Meskipun demikian, proses penundaan dalam proses persetujuan negosiasi terkait margin harga kepada direksi dapat membuat perusahaan sulit untuk mengakomodasi permintaan pelanggan yang ingin menegosiasikan harga penjualan yang lebih rendah, contohnya pada tahun 2021 ada beberapa customer yang ingin melakukan negosiasi terkait margin harga penjualan sekitar 12%, akan tetapi perusahaan tidak dapat memberikan negosiasi margin tersebut. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-2 sebagai *staff marketing*, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

Pada tahun 2020, jobsheet adalah biaya tidak langsung, sebelumnya 14%,

jadi dengan tingkat pendapatan total sekitar 30%, tetapi saat ini, biaya tidak langsung telah dihapus dan rasio yang akan dijual kepada pelanggan. Setidaknya 16% atau lebih. Sementara itu, jika ada pelanggan yang ingin menegosiasikan jumlah sekitar 12% Perusahaan tidak akan memberikannya, serta jika perusahaan ingin mengajukan surat ke pusat terkait negosiasi margin para customer pasti akan memerlukan waktu yang lebih lama karena aplog untuk saat ini sedang proses merger, dan untuk proses merger ke pusat legilitasnya masih belum jelas. Oleh karena itu, untuk lisensi akan lebih lama dalam perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan menentukan rasio penjualan minimum 16%. "(Wawancara pada 29 Agustus 2024)

Menurut temuan studi yang penulis laksanakan terkait biaya logistik perlu selaras dengan tren pasar agar tidak terjadi persaingan tarif hal tersebut menuntut pihak perusahaan agar semakin merasionalkan tarif yang ditawarkan supaya tidak mengurangi konsumen maka dapat dijelaskan bahwa, menurut informan A1 menyatakan bahwa

“Ya tentu saja, dari perusahaan kami harus memposisikan diri dalam persaingan tarif tersebut perusahaan harus melakukan kebijakan tarif dimana kebijakan tarif tersebut dilakukan dengan cara menentukan harga pokok yang tepat.” (wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

Dalam perusahaan jasa maksud dari harga pokok ialah segala biaya dalam operasional yang berkaitan dengan mekanisme pemberian layanan.

3. *Place*

Hal ini berkaitan dengan lokasi di mana perusahaan memberikan layanan kepada pelanggan serta pentingnya memilih tempat yang strategis. Lokasi layanan yang dimiliki oleh perusahaan dapat tersebar di 18 kantor cabang di Indonesia, dikarenakan 18 kantor cabang tersebut letaknya sangat strategis dengan customer dikarenakan jaraknya dekat dengan bandara, pelabuhan sehingga dapat menjadi penghubung antara pelanggan dengan perusahaan melalui:

- a. Jaringan penerbangan melalui angkutan udara tentunya perusahaan dapat memanfaatkan jaringan penerbangan yang luas untuk mendistribusikan barang-barang antar kota bahkan antar negara. Ini memungkinkan

- pengiriman yang cepat dan efisien.
- b. Jaringan darat biasanya digunakan untuk distribusi barang dari bandara untuk pengiriman jarak pendek sehingga perusahaan sering menggunakan armada kendaraan sendiri untuk menuju tujuan yang ditetapkan.
 - c. Jaringan laut melalui kapal kargo dapat digunakan untuk pengiriman dalam jumlah besar dan jarak jauh.

Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-3 sebagai staff marketing administrasi, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

“Jaringan penerbangan melalui angkutan udara: perusahaan tentu memanfaatkan jaringan penerbangan yang luas untuk mendistribusikan barang-barang antar kota bahkan antar negara. Ini memungkinkan pengiriman yang cepat dan efisien. Jaringan darat: Untuk distribusi barang dari bandara ke tempat tujuan sehingga perusahaan pastinya dapat menggunakan armada sendiri. Jaringan laut melalui Kapal Kargo: Untuk pengiriman barang dalam jumlah sangat besar.” (Wawancara pada 29 Agustus 2024)

Strategi pemasaran terkait tempat yaitu:

Strategi pemasaran harus mempertimbangkan pemilihan lokasi yang strategis untuk jasa layanan yang dimiliki, sehingga memudahkan akses bagi konsumen dan meningkatkan potensi penjualan. Pengelolaan logistik dan inventori yang efisien sangat penting untuk memastikan ketersediaan produk di lokasi yang tepat, sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen secara tepat waktu.

Menurut temuan studi yang penulis jalankan terhadap informasi keberadaan PT. Angkasa Pura Logistik Semarang didapati dengan sangat mudah sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A2 sebagai berikut,

“untuk keberadaan perusahaan sendiri belum terlalu mudah dijangkau oleh pelanggan dikarenakan perusahaan memang dalam wilayah yang sempit dan dekat dengan antar perusahaan pengiriman barang lainnya.” (wawancara informan A2, 29 Agustus 2024)

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap letak atau tempat dari PT. Angkasa Pura Logistik Semarang maka dapat dijelaskan bahwa, menurut informan A2 sebagai berikut,

“ya, masih kurang untuk mengenai letak atau tempat dari perusahaan, letak penempatan perusahaan belum efektif menjangkau seluruh pelanggannya.” (wawancara informan A2, 29 Agustus 2024)

4. *Promotion*

Menurut Kotler et al. (2019) mengatakan bahwa promosi merupakan serangkaian kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan dapat mengingatkan target sasaran terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi ini tidak hanya dilakukan sekali saja namun, dilakukan secara terus menerus kepada customer dengan melakukan promosi terbagi menjadi dua (2) cara yaitu online dan offline.

PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang telah melakukan metode promosi secara offline dan online, untuk yang offline berupa relasi antar karyawan yaitu berasal dari mulut ke mulut. sedangkan untuk menyelenggarakan sebuah event berada di kantor pusat yaitu terletak di Jakarta dan untuk kantor Cabang Semarang belum menyelenggarakan sebuah event. Contohnya pada waktu tahun 2020 kantor pusat mengadakan event terkait UMKM di Jawa Tengah, sedangkan perusahaan Aplog Semarang diundang untuk mempromosikan layanan yang dimiliki kepada customer dengan memberikan *company profile*.

Menurut temuan studi, ekspansi promosi PT. Angkasa Pura Logistik Semarang sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A3 sebagai berikut :

“promosi yang telah dilakukan perusahaan ini sudah efektif, karena memang setiap hari di perusahaan ini melakukan promosi baik melalui iklan, promotion sales, via email dan dari mulut ke mulut agar mendapatkan pelanggan dari berbagai wilayah, serta

promosi yang dilakukan membuat perusahaan lebih dikenal oleh pelanggan.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

Menurut temuan studi, promosi yang diterapkan telah tepat sasaran kepada pelanggan sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A3 sebagai berikut:

“promosi yang dilakukan sudah stabil dan selalu dilakukannya promosi agar pelanggan tertarik dengan adanya jasa layanan dari PT. Angkasa Pura Logistik Semarang, serta didalam promosi yang dilakukan memang harus sesuai dengan pelanggan yang membutuhkan jasa layanan kami, jadi diusahakan tepat sasaran untuk tujuan promosi yang dilakukan.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

Menurut temuan studi yang penulis jalankan terhadap personal selling dapat menaikkan volume distribusi yang melebihi dari pemasaran, menurut informan:

“Tentu saja, dengan adanya promosi dalam bentuk personal selling itu lebih bisa dipahami dengan pelanggan kami dikarenakan melakukan promosi secara langsung untuk memperkenalkan jasa layanan yang ada dalam perusahaan kami, serta promosi yang dilakukan bisa bertemu secara langsung atau tatap muka sayangnya, dari perusahaan kami belum cukup stabil untuk melakukan personal selling kebanyakan secara daring melalui via telepon.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

Sedangkan, untuk promosi secara online berupa penggunaan media sosial Instagram, YouTube, Facebook berupa postingan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-2 sebagai *staff marketing*, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa

“Metode yang digunakan oleh perusahaan yaitu: sosial media, dari mulut ke mulut melalui relasi antar tenaga kerja, kalau untuk acara event yang mengadakan pusat kalau cabang belum pernah. Contohnya waktu tahun 2020 pusat ada event terkait UMKM di Jawa Tengah lalu Aplog Semarang diundang untuk mempromosikan layanan kepada customer, sedangkan untuk promosi yang berbayar di Instagram belum pernah, akan tetapi, untuk postingan Instagram, Facebook, Tiktok setiap hari.” (Wawancara pada 28 Agustus 2024).

Promosi dalam bentuk *personal selling* memiliki keunggulan dalam meningkatkan volume pengiriman barang dibandingkan metode promosi lainnya.

Selain berkontribusi pada peningkatan penjualan, strategi ini juga efektif dalam

membangun *brand awareness*, karena interaksi langsung dengan pelanggan memungkinkan perusahaan memberikan edukasi lebih mendalam mengenai layanan yang ditawarkan. Dari yang sebelumnya tidak pernah mendengar tentang jasa yang ada di PT. Angkasa Pura Logistik Semarang, seorang calon pembeli bisa saja mengenal jasa setelah dilakukannya mulut ke mulut.

5. *People*

Menurut Kotler et al. (2019) mengatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dapat mencakup segala kegiatan dimulai dari adanya rekrutmen, pengembangan pelatihan, dan pemberian insentif kepada karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan pelanggan. SDM (Sumber Daya Manusia) dibutuhkan untuk mendukung proses berjalannya bisnis berupa pelayanan dan produksi. PT Angkasa Pura Logistik Semarang memiliki jumlah karyawan sekitar 76 tenaga kerja yang terdiri atas: 20 Para Karyawan Tetap, 4 Para Karyawan Kontrak, 52 pegawai outsourcing. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-1 sebagai staff operasional ekspor impor, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

“Memiliki 76 tenaga kerja yang terdiri atas: 20 Para Karyawan Tetap, 4 Para Karyawan Kontrak, 52 pegawai outsourcing.” (Wawancara pada 27 Agustus 2024)

Karyawan PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang diwajibkan untuk bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing seperti divisi logistic dan divisi keuangan. Masing-masing divisi tersebut memiliki tugas yang berbeda-beda yaitu:

Divisi logistik terbagi menjadi 4 divisi yang mana keempat divisi tersebut memiliki tugas yang berbeda yaitu:

- a. Divisi pemasaran dapat melakukan analisis mendalam terhadap pasar

untuk mengidentifikasi tren, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh pelanggan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, divisi pemasaran kemudian dapat mengembangkan produk dan jasa layanan logistik yang inovatif sehingga kedepannya perusahaan dapat memberikan solusi berupa penyimpanan barang yang fleksibel dan dapat memberikan jasa layanan pengiriman barang yang cepat dan efisien.

b. Divisi marketing administrasi dapat bertanggung jawab atas pengelolaan dan melakukan koordinasi segala aktivitas administratif yang dapat menunjang pelaksanaan kegiatan pemasaran.

c. Divisi operasional ekspor impor bertugas menjamin kelancaran dan keberhasilan setiap pengiriman barang.

d. Divisi operasional administrasi bertugas melakukan menyusun, mengelola, dan mengarsipkan berbagai jenis dokumen, baik secara fisik maupun digital, serta dapat menyediakan produk dan jasa layanan yang diperlukan oleh perusahaan. perusahaan.

e. Divisi keuangan bertugas menagih dan menerima pembayaran dari customer.

Selain itu, setiap karyawan juga diwajibkan dapat menciptakan pengalaman positif bagi para customer yaitu dapat melakukan komunikasi secara jelas dan langsung dengan pelanggan, baik secara lisan maupun tulisan sehingga dapat memberikan segala informasi yang relevan semua jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan dan mampu menjawab segala pertanyaan para customer.

Menurut temuan studi yang penulis jalankan terhadap kesopanan, keramahan, dan perhatian karyawan PT. Angkasa Pura Logistik Semarang dalam menghadapi pelanggan maka dapat dijelaskan bahwa, menurut informan A2 sebagai berikut:

“Ya, tentu saja kesopanan, keramahan, dan perhatian untuk menghadapi pelanggan itu sangat penting bagaimanapun sekarang di era persaingan usaha jika kami tidak memberikan sikap yang baik kepada pelanggan dimana kami bisa mendapatkan seorang pelanggan. Dengan adanya sikap yang baik perusahaan akan memiliki pelanggan akan merasa puas dalam sikap dan respon yang diberikan lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang dan berkontribusi pada pendapatan jangka panjang perusahaan ya.” (wawancara informan A2, 29 Agustus 2024)

Konsumen yang puas cenderung menjaga kesetiaan suatu organisasi bisnis. Selain itu, mereka cenderung membagikan rekomendasi kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan citra merek dan memperluas jangkauan pasar perusahaan.

Menurut temuan studi yang penulis laksanakan terhadap kerja sama karyawan menyelesaikan permasalahan pelanggan sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A2 sebagai berikut:

“Ya, kami melakukan kerja sama dengan pelanggan kami, jika pelanggan memiliki komplain atau masalah bisa dibicarakan dengan baik dan perusahaan juga merespon dengan baik serta memberika tanggung jawab jika memang adanya masalah yang terjadi dari pihak perusahaan.” (wawancara informan A2, 29 Agustus 2024)

Jika sebuah masalah diabaikan, dampaknya bisa merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu, memiliki strategi yang efektif dalam menangani keluhan pelanggan menjadi hal yang krusial. Perusahaan harus memastikan bahwa solusi yang ditawarkan sanggup memenuhi ekspektasi konsumen. Situasi ini juga mencerminkan bahwa kerja sama antar karyawan dalam menyelesaikan masalah telah berjalan dengan baik sesuai ekspektasi pelanggan.

Menurut temuan studi yang penulis jalankan, pertukaran informasi diimplementasikan oleh karyawan kepada konsumen telah baik sehingga bisa diuraikan jika menurut informan A1 sebagai berikut,

“Ya, kami sebagai karyawan selalu berusaha untuk melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan, dengan memberikan komunikasi yang jelas akan memudahkan pelanggan untuk memahami pembicaraan yang sedang dilakukan dan perusahaan selalu memberikan tanggapan jika memang pelanggan belum jelas mengenai hal tersebut.”
(wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

6. Process

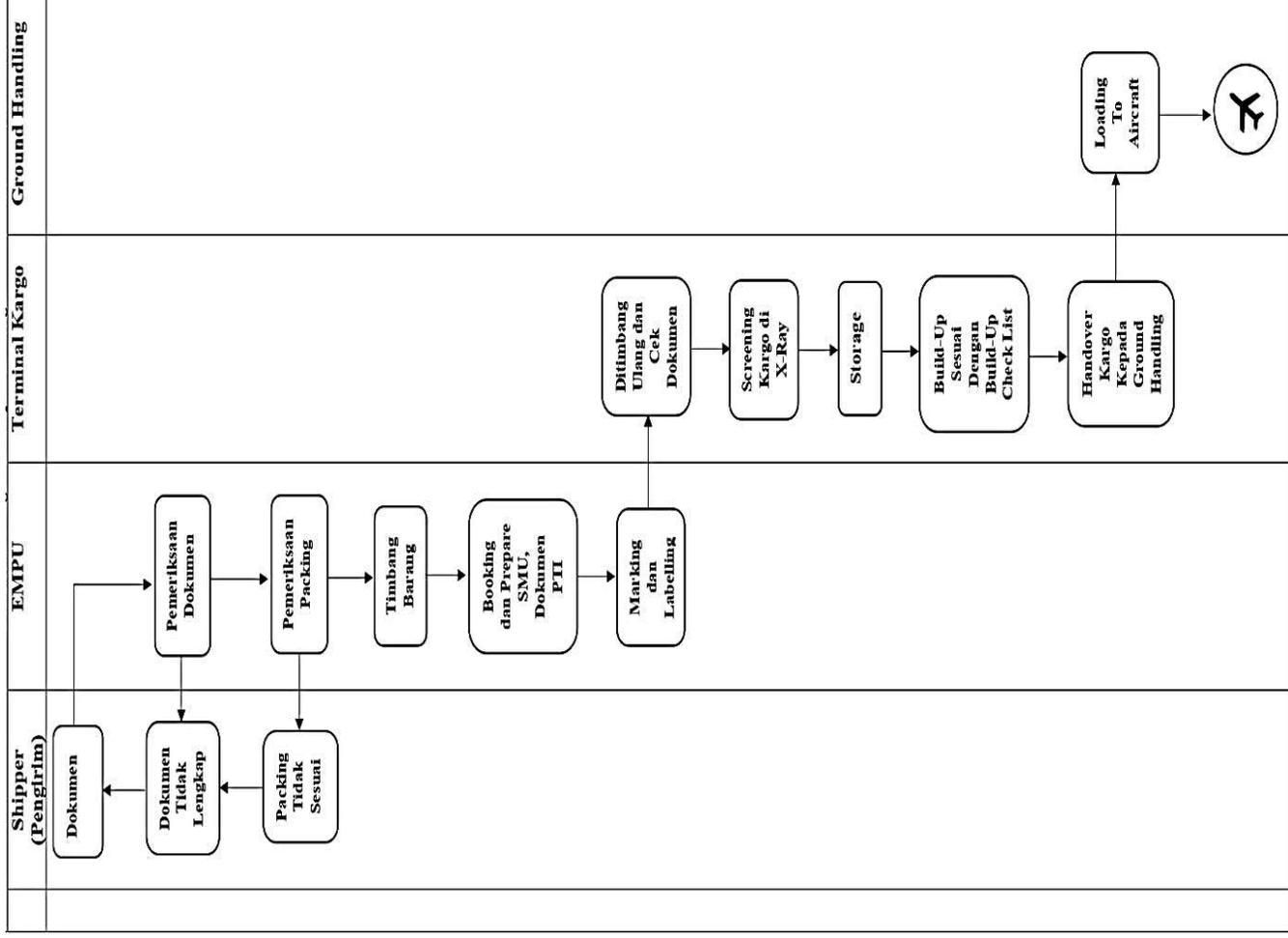
Menurut Kotler et al. (2019), mengatakan bahwa proses merupakan serangkaian tindakan yang terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan. Proses ini dilakukan sesuai aturan dan kebijakan yang sudah dibentuk. Proses yang dilakukan dapat menghasilkan barang atau jasa yang relevan. Pelaksanaan proses yang dilaksanakan dengan cara yang baik, maka perusahaan dapat memberikan hasil yang terbaik kepada customer sehingga dengan cara memastikan kelancaran dan efektivitas suatu proses pelayanan, maka perusahaan dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan mengembangkan sistem online yang user-friendly sehingga kedepannya sistem ini dapat memudahkan pelanggan untuk melacak status pengiriman, mengajukan pertanyaan, dan melakukan transaksi pembayaran secara real-time. Selain itu, perusahaan juga perlu menginvestasikan dalam pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan soft skills yang komprehensif sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam komunikasi, negosiasi, dan problem-solving yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-3 sebagai staff marketing administrasi pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

- a. “Membuat portal online: Memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses informasi pengiriman, membuat permintaan, dan melakukan pembayaran.
- b. Melakukan pelatihan soft skills: Meningkatkan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi, bernegosiasi, dan menyelesaikan masalah dengan pelanggan.” (Wawancara pada 29 Agustus 2024)
Oleh karena itu, perusahaan dapat mengelola hubungan bisnisnya dengan calon customer yang ingin bermitra dengan cara memperkenalkan terlebih dahulu jasa yang dimiliki melalui compro, serta dapat menunjukkan price list jasa layanan yang dimiliki oleh perusahaan, setelah itu perusahaan dapat menyediakan waktu untuk para customer untuk melakukan negosiasi, dan dapat menanggapi beberapa pertanyaan para customer mengenai jasa layanan yang dimiliki melalui whatsapp dan email.

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan, untuk lebih jelasnya langkah-langkah proses pengiriman barang di PT. Angkasa Pura

Logistik Semarang:

Gambar 4.3 Flowchart Prosedur Pengiriman Cargo



Sumber : PT. Angkasa Pura Logistik

Pada gambar 4.2 diketahui bahwa prosedur pengiriman atau flowchart pengiriman *cargo* pada Angkasa Pura Logistik Kantor Cabang Semarang adalah:

1. *Shipper* yang akan mengirimkan barang datang ke EMPU membawa dokumen dan persyaratan sesuai jenis kargo yang akan dikirimkan.
2. Dilanjutkan dengan pemeriksaan dokumen dan persyaratan lain oleh petugas EMPU, jika dokumen sudah sesuai maka akan dilakukan pengecekan *packing*. Jika dokumen tidak sesuai maka barang akan dikembalikan ke *shipper* dan diminta melengkapinya.
3. Kemudian pengecekan *packing* sesuai standar, jika *packing* tidak sesuai maka barang akan dikembalikan untuk dilakukan *re-packing*. Jika sudah sesuai maka dilanjutkan ke proses berikutnya.
4. Proses berikutnya adalah menimbang barang.
5. Selanjutnya dilakukan pembuatan Pemberitahuan Tentang Isi (PTI), *Booking*, dan pembuatan Surat Muatan Udara (SMU).
6. Selanjutnya proses *marking* sesuai nomor SMU dan *labelling* sesuai jenis kargonya. Kemudian akan dibawa oleh petugas EMPU menuju terminal kargo untuk proses selanjutnya.
7. Kargo di cek ulang dokumennya dan dilakukan penimbangan ulang untuk mengetahui kesesuaian berat barang.
8. Dilanjutkan dengan pengecekan pasti isi barang melalui mesin *X-Ray*. Setelah semua pengecekan aman maka barang akan disimpan ke dalam gudang terminal kargo sesuai dengan klasifikasinya untuk menunggu giliran penaikan ke gerobak.
9. Selanjutnya petugas melanjutkan proses *Build-Up* atau penaikan barang ke

gerobak angkut. Pengangkutan barang *Special Cargo* akan dipisah dengan kargo regular.

10. Selanjutnya petugas terminal kargo akan menyerahkan kargo kepada *ground handling* masing-masing maskapai.

11. Dan dilanjutkan dengan proses muat barang ke dalam kompartemen pesawat oleh petugas *ground handling*

Proses pengiriman dimulai dari pihak EMPU yang melakukan pemesanan penerbangan (booking) serta pembuatan dokumen SMU. Selain itu, EMPU juga bertanggung jawab melakukan pengecekan terhadap kondisi barang dan melengkapi dokumen. Setelah dokumen dinyatakan lengkap, kargo kemudian dikirim ke Terminal Kargo Lini Satu. Di bagian ini, petugas acceptance melakukan verifikasi data, meliputi kelengkapan dokumen, nomor SMU, identitas pengirim dan penerima, jumlah koli serta berat barang, dan kejelasan label jenis kargo— misalnya apakah termasuk kategori live animal atau special cargo. Apabila semua persyaratan telah terpenuhi, kargo akan ditimbang ulang dan diperiksa melalui pemindaian X-ray oleh petugas Avsec. Selanjutnya, dokumen Berita Tanda Bukti (BTB) akan dicetak. Jika kargo dinyatakan aman, maka akan dipisahkan sesuai klasifikasinya. Dalam kondisi tertentu, apabila pengiriman dilakukan secara langsung, maka proses build-up dilakukan dan kargo akan dimuat ke dalam grobak pengiriman. Namun, jika belum siap untuk diberangkatkan, kargo akan ditempatkan terlebih dahulu di ruang penyimpanan (storage). Setelah proses *build-up* selesai, dilakukan *ceklist* manifest sebagai bukti bahwa kargo telah diproses dan siap diserahkan kepada pihak maskapai. Informan juga menekankan bahwa pengemasan kargo tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Terdapat standar

pengemasan tertentu yang harus dipenuhi sesuai ketentuan masing-masing maskapai, seperti penggunaan styrofoam dengan ukuran dan spesifikasi yang telah ditentukan dokumen penting seperti Pemberitahuan Tentang Isi (PTI) dan sertifikat karantina. Syarat-syarat dokumen dalam pengiriman *cargo* pada APLOG adalah sebagai berikut:

Temuan dari studi yang dilakukan penulis pada proses pengiriman barang oleh PT. Angkasa Pura Logistik Semarang mengenai syarat dokumen pengiriman *cargo* sehingga bisa dikatakan jika, menurut informan A1 sebagai staff operasional sebagai berikut:

“Dokumen pendukung nya, surat karantina, surat kuasa, ceklis yang berisikan barang aman atau tidak atau kondisi baik, berapa koli, berapa kg, apakah tujuannya sesuai, dan nomor SMU. Dokumen yang lain nya PTI dan SMU.” (wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

Temuan dari studi yang dilakukan penulis pada proses pengiriman barang oleh PT. Angkasa Pura Logistik Semarang telah efektif menjangkau konsumen sehingga bisa dikatakan jika, menurut informan A1 sebagai berikut:

“Tentu saja, perusahaan kami selalu memperhatikan dengan baik kualitas serta ketepatan waktu dalam pengiriman barang yang sudah dijadwalkan. Maka dari itu, dalam setiap proses pengiriman barang harus melalui alur atau prosedur yang tidak sederhana yang dibayangkan oleh pelanggan untuk memastikan pelanggan puas dengan pelayanan yang kami lakukan. Dengan tahapan proses pengiriman yang digunakan yaitu: first mile, middle mile dan last mile. Dan PT. angkasa Pura Logistik Semarang sudah menerapkan adanya CCTV, GPS, dan 2 buah segel, sehingga barang yang dikirim bisa dipantau real time, serta dipastikan sampai sesuai waktu yang ditentukan” (wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

Diketahui jika aktivitas pengiriman mempunyai prosedur yang cukup panjang dan rumit serta perlu dilaksanakan secara teliti agar mampu melakukan pengiriman barang secara, aman, lancar, serta *on time*. Keandalan distribusi sangat mempengaruhi aktivitas transaksi berjalan secara lancar. Maka dari itu, sangat penting dalam penggunaan manajemen secara tepat serta sejalan dengan

kebutuhan guna mendapat aktivitas distribusi barang agar mampu memaksimalkan aktivitas pengiriman barang.

Menurut temuan yang penulis laksanakan pada peran tenaga penjual pada proses pengiriman barang telah maksimal sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A1,

“Ya, dalam peranan tenaga penjual sudah cukup maksimal terus menerus melakukan peningkatan kualitas tenaga penjual dan pelayanan yang ditawarkan terhadap konsumen.” (wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

Dukungan tenaga penjual memegang peran sangat penting, mengingat tenaga penjual ialah ujung tombak perusahaan. Guna memaksimalkan labaserta penjualan, perusahaan nantinya membagikan target-target penjualan kepada tenaga penjualannya. Dengan harapan tenaga penjualan mempunyai kinerja tinggi untuk meraih kesuksesan perusahaan. Hal tersebut juga sebagai buktijika peran tenaga penjual sangat mempengaruhi mekanisme pengiriman barang.

Menurut temuan studi yang dijalankan penulis pada PT. Angkasa Pura Logistik Semarang sudah mempunyai sistem penyampaian barang yang nantinya menghubungkan pelanggan dengan perusahaan sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A1,

“Ya. Biasa disebut aktivitas distribusi itu sangat penting. Perusahaan melakukan kegiatan ini untuk berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian produk hingga ke konsumen akhir. Dalam aktivitas distribusi yang dilakukan di PT. Angkasa Pura Logistik Semarang menggunakan dua sistem distribusi yaitu sistem distribusi langsung dan tidak langsung.” (wawancara informan A1, 29 Agustus 2024)

Hal ini membuktikan bahwa PT. Angkasa Pura Logistik Semarang sudah mempunyai sistem penyampaian barang yang nantinya menghubungkan pelanggan dengan perusahaan.

7. *Physical Evidence*

Menurut Sari & Medyani (2018), mengatakan bahwa bukti fisik penyedia jasa yang dapat digunakan sebagai nilai tambah untuk menarik pelanggan, klien dan calon pelanggan. Adanya bukti fisik ini mendukung kesuksesan perusahaan dalam melakukan sebuah bisnis agar dapat dipercaya oleh customer dan memberikan banyak kelebihan. PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang menyediakan berbagai macam jenis armada dimulai dari Blindvand, grandmax box, CDD, FUSO, TRIWAY/TRONTON yang nantinya dapat digunakan untuk mempermudah proses pengiriman barang. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-1 sebagai staff operasional ekspor impor, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

“Blindvand, grandmax box, CDD, FUSO, TRIWAY/TRONTON.”
(Wawancara pada 29 Agustus 2024).

Kemudian, di dukung dengan infratraktur setiap ruangan kantor seperti ruang kerja, ruang meeting memiliki fasilitas yang sangat mumpuni yaitu didukung dengan furniture yang bagus dan lengkap, ac, cctv, kulkas dan juga kamar mandi yang bersih.

Bukti fisik tersebut sudah tepat untuk memenuhi kebutuhan, kepuasan, dan kepercayaan dari customer melalui bentuk foto yang akan dilaporkan kepada costumer, contohnya yaitu bukti proses bongkar muat.

Dari temuan studi yang penulis lakukan terhadap PT. Angkasa Pura Logistik Semarang memberikan layanan dengan cepat, akurat dan serta bagaimana dengan motto dari perusahaan sehingga bisa diuraikan jika, menurut informan A3 sebagai berikut:

“Ya, tentu saja kami selalu memberikan layanan sesuai dengan motto perusahaan kami, jasa layanan yang diberikan ke pelanggan harus sesuai dengan jadwal mulai dari kecepatan, ketepatan dan keamanan. Sebelum adanya pengiriman perusahaan selalu mengecek terlebih dahulu atas keamanan atau adakah kerusakan pada barang atau produk yang akan dikirimkan.” (wawancara informan A3, 29 Agustus 2024)

4.2.2 Kendala yang dihadapi pada penerapan strategi pemasaran di PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang.

Ketika melakukan bisnis, terdapat kendala yang dihadapi serta dalam menerapkan sebuah strategi pemasaran. Penulis mengamati bahwa meningkatkan penjualan dengan menerapkan strategi pemasaran pihak PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang memperoleh beberapa kendala dalam menghadapi persaingan yang cukup serius. Berikut ini penulis akan menjelaskan kendala yang dihadapi oleh PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang, yaitu

1. Persaingan Harga

Ketika ditentukan sebuah harga, maka harus mempertimbangkan beberapa faktor yang terjadi. Kendala yang dialami oleh PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang berupa penentuan margin harga.

PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang menentukan harga yang mahal atau tinggi, maka customer kurang menerima harga tersebut dan akan terjadi negosiasi harga atau biaya kepada customer. Sebaliknya, jika PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang memberikan harga yang lebih rendah maka, Perusahaan akan mengalami kerugian. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-2 sebagai staff marketing, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

“Paling sering perusahaan mengalami kendala dalam menghadapi persaingan yaitu: terletak di margin harganya. Jika harga margin yang ditentukan oleh Perusahaan disetujui oleh customer maka jasa yang dipesan akan berjalan,

sebaliknya jika para customer tidak menyetujui maka tidak akan berjalan.” (Wawancara pada 28 Agustus 2024).

Permasalahan harga atau biaya memang menjadi hal yang rumit terlebih lagi berhubungan dengan pesanan dari customer. PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang memberikan harga atau biaya sesuai dengan kebutuhan dari customer dengan menghitung jarak dan bahan bakar, dan armada yang digunakan. Oleh karena itu, harga yang diterapkan perusahaan sudah sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan dan beberapa customer merasa keberatan atas penerapan harga tersebut.

2. Regulasi

Permasalahan regulasi sangat kecil dikarenakan adanya aturan pembayaran yang ada sehingga dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan baru yang ingin menggunakan jasa layanan untuk pertama kali. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan untuk membayar secara tunai karena system odo belum mampu memproses pembayaran melalui invoice. Setelah perusahaan membayar secara tunai, maka otomatis telah terekam pada system tersebut dimulai dari penerimaan pesanan, pemrosesan, hingga pengiriman barang selama 14 hari. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh informan A-2 sebagai staff marketing, pada saat wawancara beliau mengatakan bahwa:

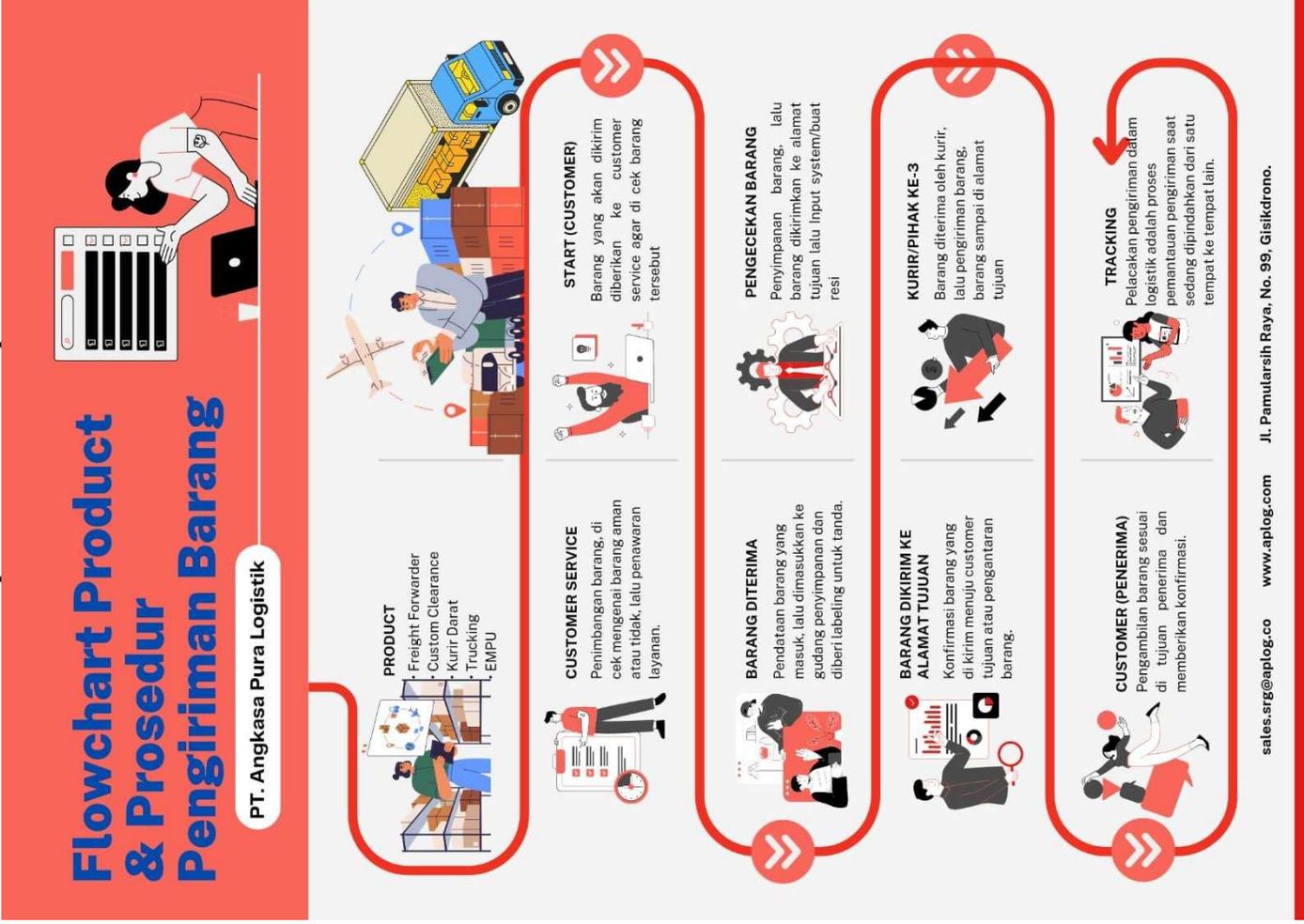
“Kalau untuk regulasi permasalahannya sangat kecil seperti jika ada customer baru perusahaan harus membayarnya melalui cash dan tidak bisa dibayar melalui invoice dikarenakan tidak bisa tercatat di system.” (Wawancara pada 28

Agustus 2024)

4.3 Output Penelitian

Sebagai hasil dari penelitian mengenai efektivitas penanganan pengiriman *cargo*, menghasilkan sebuah output terapan berupa flowchart pengiriman barang (*product*) kargo yang ditujukan kepada pelanggan (*customer*) sebagai acuan sebelum melakukan pengiriman melalui PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang. Pada penelitian ini, penulis memberikan Output:

Gambar 4.2 Output Penelitian Berupa Flowchart



Sumber: Data Diolah, 2025

Produk yang ditawarkan oleh PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang

yaitu:

- a. *Freight forwarding*: penyedia layanan logistik dari pihak ketiga yang dapat mengelola seluruh proses pengiriman barang ekspor impor melalui berbagai moda transportasi dari satu titik ke titik lainnya yang nantinya akan dikenakan *biaya freight (biaya pengiriman barang)*, dan *biaya invoice (faktur pajak)* yang tidak dapat ditetapkan oleh perusahaan dikarenakan sesuai dengan tempat yang akan dituju oleh customer.
- b. *Custom clearance*: proses pemeriksaan dan pengeluaran barang untuk diimpor atau diekspor di perbatasan suatu negara. Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa barang yang masuk atau keluar suatu negara mematuhi seluruh peraturan dan persyaratan yang berlaku, termasuk pembayaran bea masuk dan pajak.
- c. Kurir darat: Jasa distribusi kargo menggunakan darat sebagai media transportasi utama untuk pengangkutan barang dalam jumlah kecil, serta untuk biayanya dapat dihitung per kilo, contohnya JNT, JNE.
- d. *Trucking*: Jasa distribusi kargo menggunakan darat sebagai media transportasi utama, untuk pengangkutan barang dalam jumlah besar, serta untuk biayanya dapat dihitung per armada, dan untuk biaya tersebut tidak dapat ditetapkan karena harus disesuaikan dengan rute tujuan yang akan dilaju serta berat armada yang digunakan.
- e. *EMPU*: dapat memastikan kelancaran operasional logistik udara.