

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN LAYANAN  
PENGIRIMAN BARANG PADA PT ANGKASA PURA  
LOGISTIK 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 : Yusnindita Laila Lintang Suminar  
NIM : 40011320650036

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

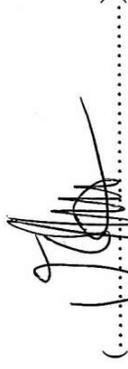
**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pengiriman  
Barang pada PT. Angkasa Pura Logistik Semarang  
Nama : Yusnindita Laila Lintang Suminar  
NIM : 40011320650036  
Program Studi : D4 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:  
Suwandi, S.A.P., M.Si  
NIP. 199004122019031007



(.....)

Dosen Penguji 1:  
Stacia Reviany Mege, S.E., M.S.M  
NIP. 1991107092018072001



(.....)

Dosen Penguji 2:  
Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M.  
NIP. H.7.199003312018072001



(.....)

Semarang, 18 Juni 2025

Ketua Program Studi



Titik Djuhariarti, S.sos., M.Si

NIP. 197009251994032001

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**  
**KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Yusnindita Laila Lintang Suminar
2. Nomor Induk Mahasiswa : 40011320650036
3. Tempat/Tanggal Lahir : Klaten/7 Juni 2002
4. Program Studi : Manajemen & Administrasi Logistik
5. Alamat : Tegalsari 38/16, Ngawonggo, Ceper, Klaten

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah tugas akhir yang saya tulis dengan judul: “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN LAYANAN PENGIRIMAN BARANG PADA PT. ANGKASA PURA LOGISTIK SEMRANG” 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, 18 Juni 2025



Yusnindita Laila Lintang Suminar  
40011320650036

## ABSTRAK

Pada era globalisasi serta digitalisasi sekarang ini, kebutuhan terhadap layanan pengiriman yang cepat, aman, dan andal semakin meningkat. Perusahaan yang bergerak disektor jasa angkutan dan pengiriman barang di kota Semarang antara lain yaitu JNE, JNT, Tiki, PT. Pos Indonesia dan lain sebagainya. Strategi pemasaran ialah strategi yang diterapkan oleh perusahaan produsen produk atau layanan dengan berkesinambungan guna memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. PT. Angkasa Pura Logistik Semarang ini memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kelancaran distribusi barang baik domestik maupun internasional. Tujuan dari studi ini yaitu menganalisa strategi pemasaran pada PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang dalam meningkatkan jasa layanan pengiriman dan menganalisis faktor penghambat pada strategi pemasaran guna meningkatkan hambatan promosi sebagai kegiatan pengenalan jasa layanan pengiriman dan program pada perusahaan. Studi ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan studi mengungkapkan jika pemasaran yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang sudah baik melalui pemanfaatan media online diantaranya meliputi WhatsApp, Facebook dan Instagram serta secara offline dari mulut ke mulut. Namunseluruh strategi pemasaran yang sudah dijalankan oleh PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang baik secara online maupun offline dampaknya masih kurang maksimal di dalam menarik minat beli konsumen dalam menggunakan jasa layanan pengiriman. Oleh karena itu, perlu untuk menerapkan strategi pemasaran bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) dan meningkatkan dukungan sumber daya manusia menjadi optimal dengan sesuai kemampuan yang dimiliki. Strategi pemasaran ini bermanfaat dalam mendorong PT Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang untuk meningkatkan jasa layanan pengiriman.

**Kata Kunci:** *Barang, Layanan, Pengiriman, Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran*

## **ABSTRACT**

*In the current era of globalization and digitalization, the need for fast, safe, and reliable delivery services is increasing. Companies engaged in the transportation and delivery services sector in the city of Semarang include JNE, JNT, Tiki, PT. Pos Indonesia and so on. Marketing strategy is a strategy implemented by companies producing products or services continuously in order to win market competition continuously. PT. Angkasa Pura Logistik Semarang has a great responsibility in ensuring the smooth distribution of goods both domestically and internationally. The purpose of this study is to analyze the marketing strategy at PT Angkasa Pura Logistik Semarang Branch in improving delivery services and analyzing inhibiting factors in marketing strategies in order to increase promotional barriers as an activity to introduce delivery services and programs in the company. This study applies a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. The findings of the study revealed that the marketing carried out by PT Angkasa Pura Logistik Semarang Branch has been good through the use of online media including WhatsApp, Facebook and Instagram as well as offline word of mouth. However, all marketing strategies that have been implemented by PT. Angkasa Pura Logistik Semarang Branch both online and offline, the impact is still not optimal in attracting consumer interest in using delivery services. Therefore, it is necessary to implement a marketing mix marketing strategy 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Avidence) and increase human resource support to be optimal according to the capabilities they have. This marketing strategy is useful in encouraging PT Angkasa Pura Logistik Semarang Branch to improve delivery services.*

**Keywords:** *Goods, Services, Delivery, Marketing Mix, Marketing Strategy*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Karunia, dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan lancar. Penulis membuat Tugas Akhir ini sebagai syarat kelulusan Strata Sarjana Terapan Manajemen dan Administrasi Logistik. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, arahan, dukungan serta motivasi sehingga proses penulisan dapat berjalan dengan lancar. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. 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. Bapak Suwandi S.A.P selaku Dosen Pembimbing serta Dosen Wali yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Stacia Revianny Mege, S.E., M.S.M selaku dosen penguji 1 yang dengan segenap arahan memberikan masukan bagi perbaikan tugas akhir peneliti.
5. Ibu Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M selaku dosen penguji 2 yang dengan segenap arahan memberikan masukan bagi perbaikan tugas akhir peneliti.
6. Seluruh karyawan PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Semarang yang telah membantu untuk penulis melakukan penelitian.
7. Orang tua tercinta, Bapak Yusuf Umardani dan Ibu Erni Setyo Wardani atas curahan kasih sayang, do'a, bimbingan, dan dukungan secara moral maupun secara finansial yang tiada hentinya kepada peneliti.
8. Kakak dan Adik yang senantiasa telah memberikan dukungan dan semangat kepada kakaknya sebagai bentuk kasih sayangnya.
9. Teman-teman saya Saphira Putri Wardhani, Widya Putri Arum Qur'ani, Angely Sofia, Erika Dwi Haryanti yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam melakukan penyusunan tugas akhir.

10. Teman-teman saya Aisyah, Nanda, Deriza, Lonika, Denik terima kasih telah menemani peneliti pada saat masa awal perkuliahan.

11. Teman-teman saya Vrisma, Novi, Tria, Dwindia yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam melakukan penyusunan tugas akhir.

12. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik 2020 yang senantiasa telah membantu dan menemani peneliti dalam melaksanakan perkuliahan hingga selesai.

13. 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 dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis berharap akan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun penulisan ini. Penulis juga berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak pihak lain yang terus membacanya.

Semarang, 18 Juni 2025



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR .....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori .....	10
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Alur Kerangka Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	59
3.2 Fokus dan Lokasi Penelitian .....	59
3.3 Fenomena Penelitian.....	60
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	62
3.5 Penentuan Informan Penelitian .....	62
3.6 Instrumen Penelitian .....	64
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.8 Teknik Analisis Data .....	64

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>68</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.2 Hasil dan Pembahasan .....	78
4.3 Output Penelitian.....	101
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Target dan Realisasi Pengiriman (koli) pada PT. Angkasa Pura Logistik Semarang periode 2019-2020.....	6
Tabel 1. 2 Jumlah Penggunaan Jasa Pengiriman Barang pada PT. Angkasa Pura Logistik Semarang Tahun 2019-2023.....	7
Tabel 2. 1 Elemen-elemen physical evidence .....	30
Tabel 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Proses pengiriman barang.....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Transkrip Wawancara .....	55
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	60
Gambar 4.2 Output Penelitian Berupa Flowchart .....	86

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Transkrip Wawancara .....	92
Lampiran 2 Hasil Turnitin.....	105
Lampiran 3 Biodata Peneliti.....	106
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	107

