SISTEM PEMASARAN JASA TRANSPORTASI PADA PT. KELSIN EXPRESS INDONESIA

LAPORAN AKHIR

UntukMemenuhiSebagian Dari Syarat — Syarat Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII Jurusan Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh:

DENEZAR OTMAN PARAMADINA
NPM. 1701150008

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI FAKULTAS EKONOMI PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Denezar Otman Paramadina

Nomor Pokok : 1701150008

Mata Kuliah Pokok : Pemasaran Jasa

Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)

Judul Laporan Akhir : Sistem Pemasaran Jasa Transportasi

Pada PT. Kelsin Express Indonesia

PembimbingLaporanAkhir:

Tanggal: 21 - 09 - 2020 Pembimbing I...

Suharti, SE.MM

NIDN: 0220086501

Tanggal: 21 - 09 - 2020 Pembimbing II.....

Herman Efrizal, SE.MM

NIDN: 0202066602

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal: 23 - 09 - 2020

Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA, CSRS

NIDN: 0205026401

159/PS/OFE/20

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Denezar Otman Paramadina

NPM : 1701150008

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : D3 Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa Laporan Akhir ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 13 Oktober 2020

Denezar Otman Paramadina

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- * "Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu".
- ❖ "Jika kau ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan bukan ORANG atau BENDA".
- ❖ "Waktumu terbatas, jangan menghabisi dengan mengurusi hidup orang lain".
- "Dan Allah bersama orang-orang yang sabar" (Qs. Al-Anfal:66).
- * "Bertaqwalah kepada Allah, maka dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu" (Qs. Al-Baqarah: 282).

Persembahan:

- ❖ Orang tua yang selalu ada dalam duka maupun duka.
- ❖ Seluruh keluarga besar yang memberikan dukungan.
- Teman-teman seperjuangan, khususnya D3 Manajemen Pemasaran.
- Orang-orang yang selalu mensupport penulisan Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

SISTEM PEMASARAN JASA TRANSPORTASI PADA PT. KELSIN EXPRESS INDONESIA

Oleh: Denezar Otman Paramadina

PT. Kelsin Express Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang melalui jalur darat. Penelitian ini betujuan untuk mengetahui sistem pemasaran jasa transportasi seperti strategi pemasaran dan bauran pemasaran yang ada di perusahaan tersebut.

Data-data yang dikumpulkan untuk mengetahui sistem pemasaran jasa seperti strategi pemasaran dan bauran pemasaran pada perusahaan tersebut dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran jasa pengiriman barang merupakan bagian pokok yang dilakukan setiap perusahaan dalam kegiatan jasa ekpedisi pengiriman barang dan strategi pemasaran jasa,bauran pemasaran jasa ada hal yang dapat memperkenalkan dan meningkatkan minat konsumen maupun calon konsumen untuk mengetahui dan menggunakan jasa pengiriman barang dari perusahaan tersebut.

Kata kunci : Sistem, strategi,bauran,pemasaran jasa

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, barokah, dan ridhonya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir ini.

Penyusunan laporan akhir ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan tingkat Diploma III pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti juga dimaksudkan untuk menambah wawasan dibidang transportasi jasa pengiriman barang.

Laporan Akhir ini disusun berdsarkan apa yang telah penulis lakukan pada saat di PT. Kelsin Express Indonesia. Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis merasa adanya hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, Laporan Akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini ijinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih dan rasa hormat atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini, yaitu kepada :

- 1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
- 2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si.CA.CS.RS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
- 3. Ibu Suharti, SE, MM Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak

langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan laporan akhir ini

dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

4. Pak Herman, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak

member masukan yang bermanfaat.

5. Ibu Evi Lusiana yang telah memberi informasi tentang transportasi jasa

yang ada di PT. Kelsin Express Indonesia.

6. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa.

7. Orang –orang terdekat yang telah memberikan masukan dan semangat.

Tidak ada yang dapat penulis berikan kepada mereka selain iringan doa yang tulus

dan ikhlas semoga amal baik dan ibadah mereka diterima dan mendapat balasan

yang lebih baik dari Allah SWT. Tidak lupa pula saran dan kritik kontruktif sangat

penulis harapkan dari pembaca ini demi kesempurnaan Laporan Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan

khususnya pembaca pada umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang,

Penulis

vii

DAFTAR ISI

HALAM	AN JUDUL	i
HALAM	AN PESETUJUAN	ii
HALAM	AN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRA	K	iv
KATA P	ENGANTAR	V
DAFTAF	ISI	vi
DAFTAF	TABEL	ix
DAFTAF	GAMBAR	X
RIWAYA	T HIDUP	хi
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	2
	1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
	1.3.1 Tujuan Penelitian	3
	1.3.2 Manfaat Penelitian	3
	1.4 Metode Penelitian	4
	1.4.1 Jenis dan Sumber Data	4
	1.4.2 Teknik Pengumpulan Data	4
	1.4.3 Analisa Data	5
	1.5 Sistematika Penulisan	5
	1.6 Langkah dan Jadwal Kerja	6
	1.6.1 Langkah Kerja	6
	1.6.2 Waktu Penelitian	7

BAB II	LANDASAN TEORI 8	,
	2.1 Pengertian Pemasaran Jasa	,
	2.2 Pengertian Pemasaran Jasa Menurut Para Ahli	,
	2.3 Karakteristik Pemasaran Jasa)
	2.4 Strategi Pemasaran Jasa	1
	2.5 Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	2
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 1	7
	3.1 Gambaran Umum Perusahaan 1	7
	3.2 Sejarah Singkat PT. Klesin Express Indonesia 1	5
	3.3 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan	C
	3.4 Struktur Organisasi	2
	3.5 Pembagian Tugas di PT. Kelsin Express Indonesia 2	,4
BAB IV	PEMBAHASAN	(
	1.1 Bagaimanakah Sistem pemasaran Jasa Transportasi yang dilakukan	1
	2.2 Bauran Pemasaran PT. Kelsin Express Indonesia 3	2
	3.3 Prosedur-Prosedur Pengiriman Barang	5
	4.4 Jenis-Jenis Kendaraan yang Beroperasi	8
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN 4	.(
	5.1 Kesimpulan	.(
	5.2 Saran	.(
DAFTAR F	STAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

1.	Jadwal Penelitian	7
2.	Sebagian Harga Pengiriman Barang	33
3.	Jenis-jenis Kendaraan	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.	Kantor Penjualan dan Gudang	16
2.	Struktur Organisasi PT. Kelsin Express Indonesia	21
3.	Contoh muatan barang yang ingin dikirimkan	38

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : DenezarOtmanParamadina

Tempat/TanggalLahir : Palembang, 06 Desember 1998

Agama : Islam

Alamat :KM.14 Banyuasin Jl. Es Mundir RT.011 RW.023

NomorTelepon : 081372572345

RiwayatPendidikan : SD N 05 BATAM

SMP N 30 BATAM

SMK KARTINI BATAM

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan jasa pengiriman barang yang didirikan bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam megirimkan barang yang ingin dikirimkan didalam kota maupun luar kota.

Pelayanan jasa dalam era millenium ini mengharuskan manusia untuk memilih jasa yang ingin dipakai sesuai dengan kemampuannya. Banyaknya perusahaan yang mewarkan jasa-jasa yang sama dengan kelebihan masing-masing, mengakibatkan terjadinya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya.

Bidang usaha yang dijalankan oleh PT. Kelsin Express Indonesia adalah bergerak dibidang jasa transportasi pengiriman barang Palembang-Jakarta. Keberhasilan perusahaan jasa pengiriman barang sangat ditentukan oleh tingkat pelayanan dan ketepatan waktu yang dijadwalkan perusahaan, disamping itu faktor lain yang mempengaruhi adalah transportasi yang digunakan untuk pengiriman barang melalui perusahaan jasa tersebut. Apabila hal ini tidak dicermati pihak perusahaan maka para konsumen akan menjauh dan berpaling pada perusahaan lain yang sejenis dan akhirnya hal ini akan menghambat kemajuan usaha perusahaan dalam jasa transportasi pengiriman barang dan akan mengecewakan para calon konsumen yang ingin menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Padam umumnya para pemakai jasa transportasi pengiriman barang pada PT. Kelsin Express Indonesia yang ada dikota Palembang adalah pengusaha, para pedagang, aparat pemerintah dan swasta, serta para konsumen lain yang ingin mengirimkan barang, yang mana mereka menginginkan barang tersebut cepat sampai ketempat tujuan dalam keadaan aman dan tepat waktu.

Perusahaan yang bergerak dibidang transportasi jasa pengiriman barang dikota Palembang antara lain adalah PT. Kelsin Express Indonesia, Mandiri Courier, PT. Tunas Antarnusa Muda, Raf Cargo Palembang, PT. Indah Cargo Palembang, Amperastar Express, Stage Express, Naval Cargo, Jaya Logistics Indonesia, Fae Int'L Air Cargo, Algha Buana Express, PT. Repex Perdana International, PT. Duta perkasa Express, PT. pos Indonesia, Tiki, JNE, J&T dan sebagainya. Melihat kenyataan tersebut tentunya terjadi persaingan antara perusahaan yang melaksanakan kegiatan usaha yang sama, terutama usaha jasa transportasi pengiriman barang untuk memperubutkan para pengguna jasa tersebut.

Mengacu pada latar belakang diatas, maka penulis tertarik memilih judul penulisan ini yaitu : "SISTEM PEMASARAN JASA TRANSPORTASI PADA PT. KELSIN EXPRESS INDONESIA".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merumuskan masalah, yaitu :

 Bagaimana sistem pemasaran jasa transportasi pada PT. Kelsin Express Indonesia.

1.3. Tujuan dan Manfaat Laporan

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem transportasi jasa pada PT. Kelsin Express Indonesia.

1.3.2 Manfaat Penelitian

A. Bagi Penulis

- 1. Menambah wawasan penulis dalam penyusunan laporan akhir.
- 2. Membina hubungan kerja sama yang baik antara pihak Universitas Tridinanti Palembang dengan perusahaan atau lembaga instansi lainnya.
- 3. Meningkatkan komunikasi dan pendekatan sosial terhadap dunia kerja nyata.
- 4. Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang jasa Transportasi pengiriman barang.
- 5. Mengaplikasikan teori maupun ilmu yang sudah diperoleh dan menuangkannya dalam permasalahan yang timbul selama melakukan penelitian laporan tugas akhir pada PT.Kelsin Express Indonesia.

B. Bagi Perusahaan

- 1. Meningkatkan hubungan yang baik dengan Universitas Tridinanti Palembang.
- 2. Mengetahui keunggulan dan kekurang yang ada didalam sistem pemasaran jasa transportasi yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

C. Bagi Almamater

- Mempererat Hubungan Universitas Tridinanti Palembang dengan PT.Kelsin Express Indonesia.
- 2. Menguji pendidikan yang telah diberikan.

3. Mempromosikan sumber daya manusia Universitas Tridinanti Palembang.

1.4. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Kelsin Express Indonesia yang berlokasi di JL.Soekarno Hatta Tanjung Barangan, Pergudangan Bisma No. 1 Palembang.

1.4.1 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer, data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.
- b. Data sekunder, data yang diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang diambil melalui :

- a. Obserpasi, peninjauan secara langsung kelapangan untuk melengkapi datadata yang penulis perlukan.
- Wawancara, dengan mengadakan wawancara terhadap karyawan yang ada di PT. Kelsin Express Indonesia.
- c. Studi Dokumen, Pengumpulan data melalui dokumen atau arsip yang ada pada objek penelitian.

1.4.3 Analisa Data

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu dengan menggambarkan situasi, kondisi dengan jalan membahas data-data dan informasi yang ada.

1.5. Sistematika Penulisan

Pada bab ini penulis akan menguraikan rincian dari sistematika penulisan pembahasan agar dapat dengan mudah mengetahui secara garis besar dari penulisan laporan akhir ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar bekalang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat laporan, metode penelitian, tempat penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data

BAB II LANDASAN TEORI

Teori dari pengertian pemasaran jasa

BAB III HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat Perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas tentang sistem pemasaran jada transportasi pada PT. Kelsin Express Indonesia.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis akan mengambil kesimpulan dan memberikan saran yang mungkin akan bermanfaat untuk PT. Kelsin Express Indonesia.

1.6. Langkah dan Jadwal Kerja

1.6.1 Langkah Kerja

Langkah kerja yang digunakan dalam laporan akhir ini sebagai berikut :

- 1. Tahap persiapan meliputi:
 - a. Studi kepustakaan.
 - b. Pembuatan desain.
 - c. Pengurusan surat keputusan penyusunan laporan akhir.
 - d. Menghubungi pembimbing untuk perbaikan.

2. Tahap pengumpulan data meliputi:

a. Mencatat data yang diperoleh.

- b. Pemeriksaan kembali pembenaran data.
- 3. Tahap pengolahan data meliputi:
 - a. Pemeriksaan kembali data.
 - b. Mengadakan analisis dan revisi.
- 4. Tahap penyusunan dan penulisan laporan akhir meliputi :
 - a. Menyusun laporan akhir.
 - b. Konsultasi dengan dosen pembimbing.
 - c. Melakukan revisi.
- 5. Tahap penggandaan laporan akhir meliputi:
 - a. Pengetikan laporan akhir.
 - b. Pemeriksaan laporan akhir.
 - c. Penggandaan laporan akhir.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan, terhitung sebagai berikut :

Jadwal Penelitian

NO	Kegiatan	Tahun 2020				
		Mei	Juni	Juli	Ags	Sep
1	Tahap Persiapan					
2	Tahap pengumpulan Data					
3	Tahap Pengelolahan Data					
4	Tahap Penulisan					
5	Tahap Penggandaan					

DAFTAR PUSTAKA

Adam Baron. 2020. Strategi Pemasaran Jasa. Jakarta: Investopedia

Fitri, 2018, Transportasi Menurut Para Ahli. Jakarta

GT. Mulyana, 2017, Konsep Pemasaran Jasa. Surabaya

Kotler dan Keller. 2009. Pemasaran Jasa. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amstrong. 2012. Karakteristik Pemasaran Jasa Jilid 2. Edisi ke 4. Jakarta: Erlangga.

Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir Universitas Tridinanti Palembang.

R.Okita, 2017, Teori Pemasaran Jasa. Jakarta: Invetopedia