# ARTIKEL

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK JASA KURIR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR**

# Description: D:\Data Foto Jan 2, 2018\IMG-20180116-WA0007.jpg(Studi Kasus Pada J&T Express Jawa Barat*)*

**IRFAN ACHMAD M NPM : 198020074**

# PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG

**2021**

# ABSTRAK

[Peneliti Strategi Pemasaran Produk Jasa Kurir Dalam Menghadapi](http://repository.unej.ac.id/) [Persaingan Pasar J&T Express Jawa Barat dilatarbelakangi oleh semakin](http://repository.unej.ac.id/) [menjamurnya dunia bisnis modern seperti](http://repository.unej.ac.id/) *[e-commerce](http://repository.unej.ac.id/)* [dan bisnis](http://repository.unej.ac.id/) *[online](http://repository.unej.ac.id/)* [mengakibatkan perusahaan jasa pengiriman bersaing semakin ketat.](http://repository.unej.ac.id/)

Hasil penelitian ini adalah peneliti mengetahui dan mendiskripsikan strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh J&T Express Jawa barat telah melakukan beberapa strategi pemasaran produk menggunakan tujuh unsur mencakup bauran pemasaran yaitu: (1) Produk unggulan J&T Express yaitu layanan gratis jemput ditempat, dan didukung oleh beberapa produk lainnya seperti gratis ongkir, DFOD, potongan ongkir, panggilan bebas pulsa, operasional 365 hari, kunjungan, aplikasi dan website; (2) Harga, dalam penentuan harga J&T Express mempertimbangkan melalui berat dan jarak serta pertimbangan-pertimbangan lain seperti layanan dan fasilitas; (3) Tempat [distribusi, letak J&T Express Jawa Barat tersebar diseluruh](http://repository.unej.ac.id/) [wilayah kecamatan di Kabupaten Jawa Barat, letaknya juga strategis dan mudah](http://repository.unej.ac.id/) [ditemukan oleh konsumen dan calon konsumen; (4) Promosi, J&T Express Cabang](http://repository.unej.ac.id/) [Jember melakukan berbagai macam promosi yaitu](http://repository.unej.ac.id/) *[advertising, personal selling,](http://repository.unej.ac.id/) [direc marketing](http://repository.unej.ac.id/)* [dan](http://repository.unej.ac.id/) *[sales promotion](http://repository.unej.ac.id/)*[; (5) Orang atau karyawan, dalam menjaga](http://repository.unej.ac.id/) [kualitas karyawan J&T Express Jawa Barat memberikan pelatihan-pelatihan,](http://repository.unej.ac.id/) *[briefing, gathering](http://repository.unej.ac.id/)*[, evaluasi dan reward; (6) Proses, J&T Express memiliki dua](http://repository.unej.ac.id/) [proses penting dalam menjalankan tugasnya sebagai perusahaan jasa pengiriman](http://repository.unej.ac.id/) [barang yaitu](http://repository.unej.ac.id/) *[process incoming dan process outgoing](http://repository.unej.ac.id/)*[; (7) Bukti fisik, merupakan](http://repository.unej.ac.id/) [bauran pemasaran yang mendukung segala aktivitas yang dilakukan oleh J&T](http://repository.unej.ac.id/) [Express, biasanya bukti fisik umum yang dimiliki oleh J&T Express Jawa barat yaitu](http://repository.unej.ac.id/) [gedung, tempat parkir, komputer, logo, dan transportasi.](http://repository.unej.ac.id/)

Kata kunci : Strategi Pemasaran Produk Jasa Kurir Dalam Menghadapi Pesaingan Pasar J&T Express Jawa Barat.

1

***ABSTRACT***

*Researcher of Marketing Strategy for Courier Service Products in Facing Market Competition J&T Express West Java is motivated by the increasingly mushrooming modern business world such as e-commerce and online business, resulting in shipping service companies competing increasingly fiercely.*

*The results of this study are that researchers know and describe the product marketing strategy carried out by J&T Express West Java has carried out several product marketing strategies using seven elements including the marketing mix, namely: (1) J&T Express's superior product, namely free pick-up and drop-off services, and is supported by several products. others such as free shipping, DFOD, postage discounts, toll-free calls, 365 days operations, visits, applications and websites; (2) Price, in determining the price of J&T Express considering weight and distance as well as other considerations such as services and facilities; (3) Distribution points, the location of J&T Express West Java is spread throughout the sub-districts in West Java Regency, the location is also strategic and easy to find by consumers and potential customers; (4) Promotion, J&T Express Jember Branch carries out various kinds of promotions, namely advertising, personal selling, direct marketing and sales promotion; (5) People or employees, in maintaining the quality of J&T Express West Java employees provide trainings, briefings, gatherings, evaluations and rewards; (6) Process, J&T Express has two important processes in carrying out its duties as a freight forwarder, namely the incoming and outgoing processes; (7) Physical evidence, is a marketing mix that supports all activities carried out by J&T Express, usually general physical evidence owned by J&T Express West Java, namely buildings, parking lots, computers, logos, and transportation.*

*Keywords: Courier Service Product Marketing Strategy in Facing Market Competition J&T Express West Java.*

# DAFTAR PUSTAKA

Aan Komariah dan Djam’an Satori, 2017, Metodologi Penelitian Kualitatif, Alfabeta, Bandung.

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2018, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1, PT. Raja Grafindo Persada, Depok.

Abratt, R., & Bendixen, M, 2019, Strategic Marketing: Concepts and Cases, In Routledge.

Anggraeni, Ervicha Sonji, 2014, Diversifikasi Produk Sebagai Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT. Avia Brands Sidoarjo, Digital Library,

24. (Diakses pada 7 februari 2020)

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. Manajemen Bisnis Syariah, Alfabeta, Bandung.

Amirullah, 2015, Pengantar Manajemen, Mitra Wacana Media, Jakarta.

Baxter, G, 2019, Capturing and Delivering Competitive Advantage in the Japan to Europe and Europe to Japan Air Cargo Markets: The Case of the ANA Cargo and Lufthansa Cargo A.G. Strategic Joint Venture. MAD – Magazine of Aviation Development, 7(2), 6–21. https://doi.org/10.14311/mad.2019.02.01

Benur, A. M., & Bramwell, B, 2015, Tourism product development and product diversification in destinations. Tourism Management, 50, 213–224. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005

Bilung, Septinor, 2016, Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur.

Buchari Alma., 2016, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung. Cahyono, Puguh, 2016, Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode

SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan", Universitas Islam Lamongan, Volume I No.02, Februari 2016 ISSN : 2502-3780, Lamongan.

David, Fred R, 2015, Strategic Management, 15th Edition, Pearson, Cambridge.

Erkuş-Öztürk, H., & Terhorst, P, 2018, Economic diversification of a single-asset tourism city: Evidence from Antalya. Current Issues in Tourism, 21(4), 422– 439. https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1091806

Gong, T., Li, D., Liu, Y., Wang, G., & Zhu, H. (2019). Analysis of Marketing Strategy of Electricity Selling Companies in the New Situation. Journal of Physics: Conference Series, 1187(2), 0–9. https://doi.org/10.1088/1742- 6596/1187/2/022043

Habibi, Nur Ahmad, 2014, Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan pada Frolich Clothing Semarang, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hermawan, Lucius, 2016, Strategi Diversifikasi Produk Olahan Tahu Khas Kota Kediri, Jurnal JIBEKA, Vol. 9, No. 2 : 26-32, Kediri. https:/[/www.jta](http://www.jtanzilco.com/blog/detail/295/slug/penerapan-matriks-ansoff-dalam-)n[zilco.com/blog/detail/295/slug/penerapan-matriks-ansoff-dalam-](http://www.jtanzilco.com/blog/detail/295/slug/penerapan-matriks-ansoff-dalam-) strategi-pemasaran diakses pada 4 maret 2020.

Irawan, Muhammad Rizal Nur, 2017, Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan. EJournal Ekonomi Universitas Kadiri. Vol.2, No.1 [http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v2il.17,](http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v2il.17) Lamongan.

Irma Ayu Noraeni, (2016), Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Beras (Studi Kasus di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa

Timur). Jurnal Ilmiah UB Vol. 5 No. 5, Surabaya.

Jagung, P. O., Ukm, K., Desa, M., Kecamatan, S., & Karanganyar, J, 2017, Diversifikasi produk sebagai upaya strategi pemasaran produk olahan jagung. 2011, 355–364, Karanganyar.

Jasfar, Farida, 2012, Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Kasi, Adam, 2018, Internal External- IE Matrix, [http://mba-tutorials.com/strategy/391-](http://mba-tutorials.com/strategy/391-internal-external-ie-matrix.html) [internal-external-ie-matrix.html,](http://mba-tutorials.com/strategy/391-internal-external-ie-matrix.html) (Diakses pada 6 Maret 2020)

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition.In Pearson.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2016, Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education,Inc, New Jersey.

Kotler, Philip. Keller, K Lane, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Lee, S., Hahn, C., Rhee, M., Oh, J. E., Song, J., Chen, Y., Lu, G., Perdana, & Fallis, A, 2012, Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004.

Lukmandono, 2015, Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.

Lupiyoadi, R & Hamdani, A, 2016, Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.

Moleong, Lexy. J, 2016, Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.

Mudrajad, Kuncoro, 2015, Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Erlangga, Jakarta.

Muin, M, 2017, Jurnal Economic, Volume 5 Nomor 1 Juni 2017. 5(2), 203–214. Mukodam, Ahmad, 2015, Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume

Penjualan di PT. Multi Garmentama Bandung, Skripsi, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, Bandung.

Onyusheva, I., & Seenalasataporn, T, 2018, Strategic Analysis of Global E-Commerce and Diversification Technology: the Case of Amazon.Com Inc. The EUrASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics, 1(1(8)), 48–63. https://doi.org/10.35678/2539-5645.1(8).2018.48-63

Oyefesobi, O. O., Akintunde, S. O., & Aminu, S. A, 2017, Diversification Strategy and Organization Market Share in the Nigerian Manufacturing Industry. Ilorin Journal of Management Science, 4(1), 19–31.

Prayitno, P., & Widianti, H, 2018, Efek Strategi Diversifikasi Produk Dan Jasa Terhadap Pertambahan Penumpang Pada Jalur Utama Transportasi, Monex :

Journal Research Accounting Politeknik Tegal, 7(2). <https://doi.org/10.30591/monex.v7i2.935>

Rahardjo, Mudjia, 2017, Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya. [online]. Tersedia: [http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-](http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf) [kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf,](http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf) (Diakses pada 5 februari 2020).

Sarinah dan Mardalena, 2017, Pengantar Manajemen. Penerbit Deepublish, Sleman. Strategi, I., Produk, D., Mencapai, U., Bersaing, K., Desa, P., Pujonkidul, W.,

Rachmadana, S. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ibrahim, M. M, 2018, Implementasi strategi diversifikasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing pada desa wisata pujonkidul.

Strategi, I., Produk, D., Surat, P., Jawa, K., Surabaya, P. O. S., Khoeri, H. A. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ibrahim, M. M, 2016, Implementasi strategi diversifikasi produk pada surat kabar jawa pos, Surabaya.

Sukmaratri, M., & Damayanti, M, 2016, Diversifikasi Produk Wisata Sebagai Strategi Pengembangan Daya Saing Wisata Kota Batu. Jurnal

Pembangunan Wilayah & Kota, 12(3), 325. https://doi.org/10.14710/ pwk.v12i3.12907.

Sunyoto, Danang, 2015, Strategi Pemasaran, Yogyakarta, CAPS. Suparyanto & Rosad, 2015, Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta.

Wang, X. A., Wan, W. P., & Yiu, D. W, 2019, Product diversification strategy, business group affiliation, and IPO underpricing: A study of Chinese firms.

Strategic Entrepreneurship Journal, 13(2), 179–198. https://doi.org /10 .1002 /sej.1297.

Yuni, Rusmawati Dj, 2016, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Hutang, Dan Umur Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahan Food & Beverages Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. Volume I No.2, Juni 2016. ISSN 2502- 3764.

<https://www.youtube.com/watch?v=YHQwHXfwLWo&t=189s> (Di akses pada 20 februari 2021) [https://www.bps.go.id/publication/2019/04/04/9d7edb0136ff6c500215dd0c/analis](https://www.bps.go.id/publication/2019/04/04/9d7edb0136ff6c500215dd0c/analisis-hasil-se2016-lanjutan-analisis-usaha-jasa-aktivitas-pos-dan-kurir-modern.html) [is-hasil-se2016-lanjutan-analisis-usaha-jasa-aktivitas-pos-dan-kurir-modern.html](https://www.bps.go.id/publication/2019/04/04/9d7edb0136ff6c500215dd0c/analisis-hasil-se2016-lanjutan-analisis-usaha-jasa-aktivitas-pos-dan-kurir-modern.html) (Di akses pada 15 januri 2021).

[https://supplychainindonesia.com/lpi-2018-peringkat-indonesia-naik-keperingkat-](https://supplychainindonesia.com/lpi-2018-peringkat-indonesia-naik-keperingkat-46/) [46/](https://supplychainindonesia.com/lpi-2018-peringkat-indonesia-naik-keperingkat-46/) (Di akses pada 9 februari 2021)