

EMEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN JASA
PADA RENTAL MOBIL KARTINI**



Diajukan Oleh

FETTI WULANDARI

01013110023

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2005**

5
6.58 6207
Wul
P.
2005

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA



SKRIPSI

EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN JASA
PADA RENTAL MOBIL KARTINI

R. 12617
Reg 12899



Diajukan Oleh

FETTI WULANDARI

01013110023

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2005

Departemen Pendidikan Nasional

Universitas Sriwijaya

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fetti Wulandari

NIM : 01013110023

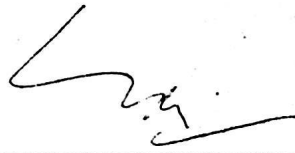
Jurusan : Manajemen

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

**Judul Skripsi : EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN JASA PADA
RENTAL MOBIL KARTINI**

Panitia Pembimbing Skripsi

Tanggal 30 April 2005 Ketua :



Drs. Islahuddin Daud, MM

Tanggal 30 April 2005 Anggota :



Nofiawaty, SE, MM

Motto

Belajarlah dari kegagalan

Karena sesungguhnya kegagalan itu adalah guru yang paling nyata

(040284)

Kupersembahkan kepada :

- Almarhum Ayahku tercinta*
- Ibundaku tercinta*
- Saudara- saudaraku dan*
keponakan- keponakanku yang
kusayangi
- "Gie" yang setia menemaniku*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat taufik dan hidayah-Nya jualah penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan yang menunjang keberhasilan penulis dalam mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dengan pengetahuan dan pengalaman yang terbatas, penulis menyadari tidak mudah menyusun suatu bentuk tulisan yang lengkap serta ilmiah, baik dari segi isinya maupun tata cara penyajiannya. Karena itu dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan dan petunjuk baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas tersusunnya skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Yang Terhormat bapak Rektor Universitas Sriwijaya
2. Yang Terhormat Ibu Dra. Badia Parizade selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. Yang Terhormat Bapak Drs. Islahuddin Daud, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi I
4. Yang Terhormat Ibu Nofiawaty, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi II
5. Yang Terhormat Ibu Dra. Suhartini Karim selaku Pembimbing Akademik

6. Yang Terhormat Bapak ketua Jurusan Manajemen dan jajarannya
7. Yang Terhormat seluruh Staf dan segenap civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
8. Yang Terhormat Ibu Hj. Kartini Dewi selaku Pimpinan Perusahaan Rental Mobil KARTINI Palembang
9. Orangtuaku tercinta yang senantiasa memberikan dorongan moril dan materiil
10. Saudara- saudaraku kak Dian dan yuk Melda, yuk Yus dan kak Daud, kak Yudi dan yuk Etty, yuk Reni dan kak Ipan yang tersayang
11. Keponakan- keponakanku Tama, Dhea, Ridho, Anca, Tasya yang sangat kucintai
12. My beloved Giri for love, care and help everytime
13. My best friend : Rini, Uchi, Pipit, Rizki yang sudah banyak membantuku
14. Teman- teman masa kecilku : Nita, Meka, Rahma yang selalu membuatku bahagia serta sobatku Maya yang selalu menjadi tempat curhatku.
15. Jupiterku yang senantiasa menemaniku
16. Rental komputer Bina Komputer yang menjadi tempat penyusunan skripsiku
17. Serta teman- teman di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkatan 2001

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Bertolak dari sinilah saya mengharapkan adanya

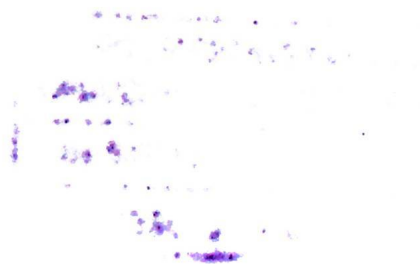
koreksi dari pembimbing dan kritik membangun dari berbagai pihak sehingga menjadi bahan masukan bagi saya demi peningkatan dimasa mendatang.

Akhirnya harapan saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

AMIEN.

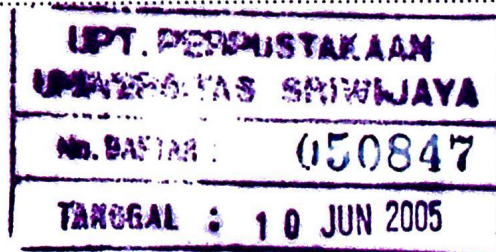
Palembang. 01 April 2005

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	viii
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4. Ruang Lingkup Pembahasan	13
1.5. Metodologi Penelitian	13
1.6. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1. Strategi Pemasaran	17
II.2. Pengembangan Strategi Pemasaran	24
II. 3. Efektifitas	24
II. 4. Jasa.....	29



BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

III. 1. Sejarah Perusahaan	42
III. 2. Struktur Organisasi Perusahaan	44
III. 3. Kebijakan Marketing Mix Jasa Perusahaan	49
III. 4. Pesaing	54

BAB IV PEMBAHASAN

IV. 1. Produktivitas Perusahaan	64
IV. 2. Analisis Bauran Pemasaran	67
IV. 3. Analisa Strategi Pemasaran Jasa	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V. 1. Kesimpulan	93
V. 2. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	97
----------------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Data rental mobil yang ada di Palembang	6
2. Jenis- jenis mobil yang disewakan rental mobil KARTINI beserta tariff sewa perhari	7
3. Data frekuensi penyewaan mobil pada rental mobil KARTINI tahun 2001-2005.....	8
4. Frekuensi penyewaan mobil pada rental mobil Garuda dan Bunglai Permai	10
5. Klasifikasi Jasa	33
6. Perkembangan jumlah mobil yang dimiliki rental mobil KARTINI 1993-2005	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Karakteristik Jasa	32
2. Struktur Organisasi rental mobil KARTINI.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara yang cukup luas yang terdiri dari banyak penduduk serta hasil alam yang melimpah. Karena luasnya negara ini, mengakibatkan adanya jarak yang memisahkan setiap kelompok masyarakat yang mendiami suatu daerah. Masing- masing daerah yang menjadi tempat tinggal , dihuni oleh penduduk yang jumlahnya berbeda- beda.

Hasil pembangunan yang telah dicapai hingga saat ini telah semakin meningkatkan mobilitas barang, maupun penduduk, sehingga jasa angkutan yang melayani kegiatan masyarakat ikut berkembang dan meningkat pula, yang pada akhirnya semakin mempertinggi kebutuhan dan permintaan akan jasa dan alat- alat pengangkutan.

Kebutuhan hidup manusia setiap harinya akan selalu mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan zaman yang diadaptasinya. Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan dirasakannya suatu ketiadaan kepuasan dasar tertentu¹.

¹ Kotler, Philip, *manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan dan pengendalian*, Edisi ke-6, Erlangga, 1991, Hal 4.

Salah satu kebutuhan utama manusia adalah transportasi. Transportasi merupakan masalah yang sangat dominan dalam kehidupan kita, karena jauhnya jarak dan keterbatasan waktu yang selalu memadati keseharian kita, menjadikan kita harus pandai membagi waktu. Untuk menunjang kegiatan kita sehari-hari, tentunya kita membutuhkan sarana transportasi yang dapat menunjang kegiatan kita itu.

Ada baiknya kita menyiasati masalah itu dengan bijak, yang tentunya tidak akan merugikan tetapi akan sangat menguntungkan kita. Karena dengan adanya transportasi yang baik dan lancar, kita dapat melakukan segala sesuatunya dengan lancar dan tepat waktu.

Seperti kita ketahui bersama, Palembang sebagai ibukota provinsi Sumatera Selatan memiliki luas 400,51 km² dan juga memiliki jumlah penduduk yang cukup padat. Pada tahun 2003 jumlah penduduk kota Palembang sebesar 1.287.435 jiwa dengan kepadatan penduduk 3.248/km². dan laju pertumbuhan penduduk dari tahun 2002-2003 sebesar 1,96². Dengan meningkatnya jumlah penduduk di kota Palembang, maka alat transportasi pun semakin dibutuhkan sejalan dengan perkembangan kota yang semakin cepat. Maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut telah dikembangkan angkutan kota yang bersifat massal. Pada tahun 2002 jumlah angkutan yang beroperasi di kota Palembang sebanyak 468 bus sedang, 504 bus kecil, dan 199 mobil penumpang umum³.

²Badan Pusat Statistik Kota Palembang, Palembang dalam angka 2003

³Ibid

Kita telah mengenal bermacam- macam alat transportasi. Salah satu contohnya adalah mobil, yang belakangan ini semakin digemari oleh masyarakat banyak. Para produsen mobil berlomba- lomba menciptakan mobil yang disesuaikan dengan keinginan konsumen dan tentunya dengan harga yang sangat bervariasi.

Banyak orang yang membutuhkan kendaraan hanya untuk memenuhi keperluan yang penting saja. Jadi mereka tidak berniat untuk membeli mobil. Untuk mengatasi masalah itu, orang- orang yang memiliki jiwa wiraswasta mencoba mencari peluang dibalik masalah ini. Peluang yang dimaksud adalah peluang pemasaran yang dapat dimanfaatkan secara efektif oleh para pelaku bisnis. Peluang Pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan⁴.

Mobil yang dulu hanya dijadikan kendaraan pribadi, tapi kini sudah banyak berubah fungsi. Orang- orang sudah banyak yang menggunakan mobil sebagai ladang mencari penghasilan kehidupan sehari-hari. Mulai dari mobil sebagai angkutan umum atau sering disebut opelet atau taksi sampai mobil yang khusus disewakan secara lebih eksklusif.

Penyewaan mobil secara eksklusif lebih dikenal dengan rental mobil. Adanya penciptaan perusahaan jasa seperti ini karena terdorong atau termotivasi dari permasalahan seperti orang yang ingin bepergian keluar kota tetapi mereka tidak mau

⁴Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran edisi Milenium*, Edisi ke-10, Prenhalindo, Jakarta, 2000, hal 88

berdesak-desakan naik kendaraan umum, jadi mereka lebih memilih menyewa mobil walaupun harus mengeluarkan biaya yang lebih besar. Selain itu juga banyak pendatang dari luar kota Palembang yang tidak mengetahui jalan dikota Palembang sehingga mereka memilih menyewa mobil beserta sopirnya, ataupun juga suatu perusahaan yang kedatangan tamu dari luar kota Palembang. Perusahaan seringkali menggunakan jasa rental mobil untuk tamunya itu. Selain itu perusahaan- perusahaan juga sering menyewa mobil untuk digunakan ke lokasi proyeknya dan sebagainya. Semakin bertambahnya rental- rental mobil yang berkualitas menjadikan setiap perusahaan tersebut harus mengatur strategi secara lebih baik untuk menghadapi hypercompetition dewasa ini.

Perusahaan jasa memang telah berkembang dengan sangat pesat di Indonesia umumnya dan kota Palembang khususnya. Tingkat kompetisi yang semakin meningkat, menjadikan masing- masing perusahaan harus jeli dalam memilih pasar sasarannya agar dapat ikut bersaing dan tidak kalah dalam persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya.

Sektor jasa adalah salah satu sektor penunjang yang memegang peranan penting dalam melaksanakan pembangunan. Sektor ini tumbuh dan berkembang sesuai dengan tingkat kehidupan masyarakat. Dengan bertambahnya pendapatan, konsumen makin banyak mencari jasa- jasa yang sebelumnya tidak dikehendaki atau tidak terbeli, seperti jasa perjalanan, pendidikan, wisata dan rekreasi.

Pengertian jasa menurut W.J. Stanton adalah⁵ :

⁵W.J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, hal 220

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (Intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin tidak diperlukan penggunaan benda nyata (Tangible). Akan tetapi sekalipun penggunaan itu perlu, namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut (kepemilikan permanen).

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa jasa mempunyai ciri- ciri khusus yang membedakannya dengan produk lain, yaitu tak wujud, tak dapat dipisahkan, heterogenitas dan cepat hilang serta permintaan yang berfluktuasi. Oleh karena itu diperlukan program pemasaran yang khusus pula.

Dewasa ini perusahaan jasa rental mobil semakin bertambah , sehingga menjadikan setiap perusahaan tersebut harus mengatur strategi secara lebih baik untuk menghadapi para pesaingnya. Seperti halnya dengan **RENTAL MOBIL KARTINI** yang berusaha memberikan yang terbaik baik bagi para pelanggannya maupun bagi para calon pelanggan.

Persaingan yang sangat ketat dalam bisnis ini memberikan dampak yang sangat besar bagi rental mobil Kartini. Pesaing- pesaing itu antara lain adalah TRAC, Rental mobil Bunglai Permai, Rental mobil Garuda dan sebagainya. Masing- masing perusahaan telah berusaha menciptakan strategi pemasaran dengan sebaik- baiknya. Tentunya dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya. Begitu juga dengan perusahaan jasa Rental Mobil KARTINI yang berusaha menjaga

mutu serta kualitas perusahaan agar dapat turut diperhitungkan dipasaran. Berikut adalah data- data rental mobil yang ada di Palembang :

Tabel 1
Data rental mobil yang ada di Palembang

Nama Rental	Alamat
TRAC	JL. Demang Lebar Daun
Rental Mobil KARTINI	Jl. Bamang Utoyo no.53
Rental Mobil GARUDA	Jl.Rawa jaya no. 5
Renal Mobil Bunglai Permai	Jl. KH. Wahid Hasyim no. 1735
Rental Mobil Jatmiko	Jl Urip Sumoharjo no. 22
Rental Mobil BUDI	Jl Letjen Simanjuntak no. 55

Sumber : rental mobil KARTINI

Dari data diatas, dapat d'ketahui bahwa semuanya itu adalah pesaing langsung dari rental mobil KARTINI walaupun ada juga yang berbeda segmen pasarnya. Dan perusahaan jasa ini juga mempunyai pesaing tidak langsung yang berupa taksi- taksi gelap yang tidak mempunyai izin usaha. Dan biasanya taksi- taksi gelap ini banyak beroperasi di bandara, pelabuhan, terminal. serta tempat keramaian lainnya.

Adapun strategi yang telah dilakukan oleh perusahaan jasa rental mobil Kartini ini adalah dengan menjaga mutu pelayanan baik dari segi mobil yang akan disewakan sampai dengan service kepada pelanggan maupun calon pelanggannya. Selain itu juga perusahaan jasa ini berusaha bekerjasama dengan banyak pihak ataupun mencari chanel- chanel yang dapat membantu perusahaan ini untuk

berkembang. Dengan bekerjasama dengan banyak pihak, maka diharapkan rental mobil yang satu ini dapat dikenal oleh masyarakat banyak.

Selain itu juga rental mobil ini berusaha untuk mengikuti kemajuan teknologi khususnya dibidang otomotif. Ini dimaksudkan agar mobil- mobil yang disewakan dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen. Jika rental mobil ini tidak peka dengan keinginan konsumen maka rental mobil ini dapat dikatakan ketinggalan zaman, karena mobil- mobil yang disewakan hanyalah mobil- mobil lama. Ini akan berakibat para pelanggan akan mencari rental mobil lain yang tentunya memiliki mobil- mobil terbaru, karena semua ini sesuai dengan keinginan konsumen. Berikut jenis -- jenis mobil yang disewakan rental mobil KARTINI :

Tabel 2
Jenis – jenis mobil yang disewakan rental mobil KARTINI beserta tarif sewa perhari

Jenis Mobil	Jumlah	Tarif Sewa/ Hari
Kijang bensin	5 unit	Rp 350.000
Kijang solar	5 unit	Rp 375.000
Kuda bensin	5 unit	Rp 350.000
Kuda solar	5 unit	Rp 350.000
Panther	8 unit	Rp 350.000
Carry	1 unit	Rp 275.000
Sedan	1 unit	Rp 450.000
Jumlah	30 unit	--

Sumber : rental mobil KARTINI

Selain itu juga perusahaan jasa ini mencoba menjalin kerjasama dengan pihak Leasing. Leasing adalah suatu perusahaan yang menjamin asuransi bagi suatu kendaraan. Ini semua ditujukan agar pihak penyewa tidak perlu terlalu takut atas kerusakan yang terjadi pada mobil- mobil yang disewakan. Karena jika terjadi kerusakan, kecelakaan, ataupun kehilangan kendaraan. maka pihak leasing berkewajiban untuk mengganti rugi sesuai dengan barang yang rusak atau hilang itu.

Memang seluruh mobil yang ada pada rental mobil KARTINI diasuransikan, ini semua untuk menghindari hal- hal yang tidak diinginkan seperti diatas. Karena biasanya seseorang yang mengendarai kendaraan orang lain (orang yang menyewa mobil) tidak akan menjaga kendaraan yang disewanya sebaik dia menjaga kendaraannya sendiri. Berikut data penyewaan mobil pada rental mobil Kartini selama lima tahun terakhir :

Tabel 3
Data frekuensi penyewaan mobil pada rental mobil Kartini
Tahun 2001 – 2005

Tahun	Jenis Mobil							Jumlah
	Kijang bensin	Kijang solar	Kuda Bensin	Kuda solar	Panther	Carry	Sedan	
2001	100	125	100	60	96			481
2002	92	100	75	80	105	23		475
2003	102	99	98	70	98	19	6	492
2004	102	99	101	82	87	21	10	502
2005	18	16	14	12	17	8	5	90

Sumber : rental mobil KARTINI

Memang perusahaan ini lebih menitik beratkan pelayanan kepada pelanggannya sehingga faktor – faktor yang lain tidak mendapatkan perhatian. Sehingga rental mobil lain yang menggunakan strategi yang lebih terpadu dapat mengungguli rental mobil ini. Rental mobil pesaingnya, yaitu rental mobil Garuda menggunakan strategi pemasaran yang sedikit berbeda dari rental mobil Kartini, yaitu dengan tidak mengesampingkan strategi promosi selain dari strategi pelayanan, promosi dilakukan dengan frekuensi sesering mungkin yang dilakukan melalui media surat kabar. Selain itu juga rental mobil ini aktif memasukkan proposal perusahaan-perusahaan agar pelanggannya tidak hanya orang perorangan saja.

Selain rental mobil Garuda ada juga rental mobil Bunglai Permai. Rental mobil ini mengerjakan proses administrasi secara komputerisasi tidak lagi manual seperti rental mobil Kartini dan Garuda. Ini dilakukan oleh pihak manajemen untuk lebih meningkatkan mutu pelayanan dan untuk lebih mempermudah dalam hal penyimpanan arsip- arsip. Selain itu juga rental mobil ini memiliki persyaratan yang cukup ketat sehingga dapat meminimalisir kemungkinan pencurian mobil. Untuk hal promosi, rental mobil ini hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut. Tetapi untuk hal asuransi mobil, rental mobil Kartini sangat mementingkannya, tidak begitu halnya dengan rental mobil Garuda ataupun Bunglai Permai. Kedua rental ini hanya mengasuransikan sebagian dari mobil yang mereka sewakan.

Berikut data frekuensi penyewaan mobil pada rental mobil Garuda dan Bunglai Permai :

Tabel 4
Frekuensi Penyewaan mobil pada rental mobil Garuda dan Bunglai Permai

Nama Rental	Tahun	Frekuensi Penyewaan mobil							Jumlah
		Kijang bensin	kijang solar	kuda bensin	kuda solar	panther	opel blazer	carry	
Garuda	2003	100	97	99	55	65	37		453
	2004	102	95	92	56	70	22		469
	2005	17	22	15	12	16	8		90
Bunglai Permai	2003	99	102	100	73	69		15	458
	2004	103	100	99	84	72		20	478
	2005	15	12	12	12	15		10	76

Sumber : rental mobil Garuda dan rental mobil Bunglai Permai

Tidak selamanya perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Walaupun segmen yang dituju adalah golongan masyarakat kelas menengah, tetapi bukan berarti perusahaan ini tidak pernah mengalami masalah. Seperti yang dialami perusahaan jasa ini, ternyata krismon pada tahun 1997 juga memberikan pengaruh yang luar biasa pada perusahaan ini. Sepi pelanggan sempat dialami oleh rental mobil ini, dikarenakan keterpurukan ekonomi di negara ini menjadikan masyarakat banyak harus ikut prihatin atas keadaan ini. Begitu banyak perusahaan yang harus gulung tikar karena adanya krismon. Dan hanya sebagian kecil saja perusahaan yang mampu bertahan dalam menghadapi krisis ini, yaitu perusahaan- perusahaan yang mampu membaca peluang pasar dan memiliki strategi pemasaran yang baik. Oleh karena itu, dalam menghadapi krisis tersebut perusahaan berusaha untuk membuat atau mengubah strategi pemasarannya agar lebih efektif dan efisien. Tetapi untungnya perusahaan jasa yang satu ini tidak mengalami nasib yang sama dengan kebanyakan perusahaan lainnya. Untuk mengatasi masalah pada saat itu perusahaan jasa ini

berusaha mencari alternatif lain agar tidak bangkrut. Yaitu dengan menurunkan harga sewa mobil agar masih dapat dijangkau oleh masyarakat pada saat itu.

Tetapi dengan membaiknya perekonomian di Indonesia, lambat laun kembali muncul perusahaan- perusahaan baru dengan strategi pemasaran yang baru pula. Tak terkecuali pada usaha rental mobil. Sudah mulai banyak pula bermunculan rental- rental mobil baru yang mencoba menguasai pasaran. Untuk itu rental mobil KARTINI berusaha mencari strategi baru yang diharapkan dapat digunakan untuk mengungguli pesaing- pesaingnya.

Strategi pemasaran memang merupakan masalah utama dalam hal ini. Oleh karena itu perusahaan jasa ini berusaha memperbaiki strategi yang telah dilakukan selama ini. Ini semua akan dilakukan secara bertahap agar dapat memberikan hasil yang optimal.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk memilih judul **“EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN JASA PADA RENTAL MOBIL KARTINI”**.

I.2. PERUMUSAN MASALAH

Suatu perusahaan dapat dikatakan sukses apabila dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya mencapai suatu tingkat dimana kelangsungan hidup perusahaan itu dapat terjamin. Dalam memasarkan dan mempertahankan keberadaan produk atau jasa yang telah dihasilkan, perusahaan dapat mengalami masalah dalam melaksanakan kegiatannya.

Dari informasi yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan penulis pada **Rental Mobil KARTINI**, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan antara lain sebagai berikut :

1. Apakah strategi pemasaran yang telah dijalankan rental mobil Kartini sudah cukup efektif dalam menyaingi perusahaan jasa sejenis ?
2. Apakah persaingan dengan perusahaan jasa sejenis sangat mempengaruhi rental mobil Kartini dalam menjalankan strateginya ?

I.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

I.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan skripsi yang diberi judul “ Strategi Pemasaran Jasa pada Rental Mobil KARTINI “adalah:

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan rental mobil Kartini, apakah sudah cukup efektif dalam menghadapi pesaing- pesaingnya.

I.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, untuk lebih memperdalam ilmu ekonomi khususnya bidang Pemasaran
2. Bagi perusahaan, untuk meningkatkan daya saing serta untuk menambah pangsa pasar.

I.4. RUANG LINGKUP PEMBAHASAN

Dalam penulisan skripsi ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada analisa strategi pemasaran pada Rental Mobil Kartini dengan menggunakan variabel- variabel marketing mix jasa.

Variabel marketing mix jasa yaitu : *product, place, price, promotion, people, physical evidence, dan process.*

I.5. METODOLOGI PENELITIAN

I.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kotamadya Palembang , yaitu pada Rental Mobil KARTINI yang beralamat di Jl. Bambang Utoyo No.53-54 Palembang.

I.5.2. Riset Desain

Riset desain yang di gunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif.

I.5.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Penelitian Kepustakaan adalah penelitian dengan cara mempelajari literature-literature dan bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang penulis bahas dalam skripsi ini. Hasil penelitian literature-literature dan bahan bacaan tersebut penulis gunakan sebagai landasan teoritis dalam penulisan skripsi ini.

b. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian lapangan adalah mengadakan penelitian langsung keperusahaan yang diteliti dalam hal ini adalah perusahaan jasa Rental Mobil KARTINI guna memperoleh data dan informasi secara terperinci dengan cara melakukan observasi dan mewawancarai pihak-pihak terkait. Penelitian Lapangan dibagi menjadi 2 cara, yaitu :

1. *Observasi*, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis.
2. *Interview*, yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada pihak yang terkait dalam penelitian ini.

I.5.4. Teknik Analisis

Dalam menganalisa skripsi ini penulis menggunakan rumus Produktivitas,

$$\text{yaitu : Produktivitas} = \frac{\text{output}}{\text{input}}$$

ket : output = jumlah pendapatan

input = biaya- biaya yang telah dikeluarkan

I.6. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab yang mempunyai hubungan yang erat satu sama lain dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian , serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori- teori yang digunakan penulis sehubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan dikemukakan tentang keadaan umum perusahaan, seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan uraian tugas dan jabatan, dan kegiatan yang dilakukan perusahaan.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai pembahasan yang berkaitan dengan permasalahan yang ada berdasarkan bauran pemasaran (marketing mix) jasa.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis gunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian dan analisa pada bab- bab sebelumnya yang selanjutnya ditutup dengan saran-saran yang kiranya dapat berguna bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Badan Pusat Statistik Kota Palembang, Palembang dalam angka 2003
2. Gasperz, Vincent, *Manajemen kualitas dalam industri jasa*, cetakan pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997
3. Glueck, William F. *Strategi Pemasaran dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi ke-dua, Erlangga, Jakarta, 1990
4. Heryanto, Eddy *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi ke-2, Grasindo, 1999
5. Kori, Romie Darami, *Analisa Laporan keuangan*, PT. Armico, Bandung, 1990
6. Kotler, Philip, *manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan dan pengendalian*, Edisi ke-6, Erlangga, 1991
7. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke-delapan, Erlangga, Jakarta, 1995
8. Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran edisi Milenium*, Edisi ke-10, Prenhalindo, Jakarta, 2000
9. Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta, 2001
10. M. Manulang, *Dasar-dasar Manajemen*, cetakan ke-10, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1983
11. Siagian, Sondang P *Filsafat Administrasi*, cetakan ke-13, Gunung Agung, Jakarta 1983
12. Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
13. Swastha, Basu, *Manajemen penjualan*, Edisi ke-tiga, BPFE, Yogyakarta, 1998
14. Wasis, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Edisi Revisi, Alumni, Bandung, 1990