

MEN

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**SKRIPSI**

**ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) JASA  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN ANGKUTAN  
PO. LORENA CABANG PALEMBANG**



**OLEH :**

**FARDIHAN RONITUA HARAHAP**

**01013110012**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya**

**2005**

658-807

Har

a

C-05 0824

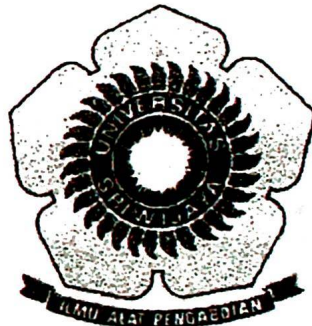
2005

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA



**SKRIPSI**

**ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) JASA  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN ANGKUTAN  
PO. LORENA CABANG PALEMBANG**



2681/  
12963

**OLEH :**

**FARDIHAN RONITUA HARAHAHAP**

**01013110012**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya**

**2005**

Departemen Pendidikan Nasional

Universitas Sriwijaya

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : FARDIHAN RONITUA HARAHAP

NIM : 01013110012

Jurusan : Manajemen

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran Jasa

Judul Skripsi : Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)  
Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan  
Angkutan PO. Lorena Cabang Palembang

**Panitia Pembimbing Skripsi**

Tanggal 28 April 2005 Ketua:



DR. Dra. Hj. Diah Natalisa, MBA

Tanggal 28 April 2005 Anggota:



Hj. Nofiawaty, SE, MM

*Motto :*

*Katakanlah : Kalau sekiranya air lautan menjadi tinta untuk menuliskan perkataan Tuhanku, niscaya keringlah lautan itu, sebelum habis perkataan Tuhan sekalipun Kami datangkan tinta sebanyak itu lagi sebagai tambahannya..*

*(QS: Al-Kahfi 109)*

*Don't ever plan to do anything that you're not. No matter what are you, no matter what they tell you, just believe, do it with your own style!*

*(Fardihan R. Harahap)*

*Jutaan terima kasih yang tidak terhitung  
buat Papa dan Mama tersayang  
atas curahan kasih sayang, doa  
dan semangat untukku  
Untuk yang telah banyak berkorban  
sehingga membuat yang berat  
terasa lebih ringan  
Kakakku Isra Harahap dan Silvia Harahap  
yang senantiasa mendorongku  
untuk menjadi harapan keluarga.*

## KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan limpahan hidayah-Nya jualah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Angkutan PO. Lorena Cabang Palembang**". Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana strategi bauran pemasaran jasa yang diterapkan PO. Lorena cabang Palembang dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih, ditengah banyaknya perusahaan otobus sejenis lain yang menawarkan jasa serupa. Dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Program for Social Science*) release 11.0 penulis menggunakan analisa korelasi untuk mengetahui keeratan hubungan antara keputusan konsumen memilih jasa Lorena terhadap ketujuh bauran pemasaran yang diciptakannya. Selaian itu digunakan juga analisa regresi berganda (*multiple regression*) untuk mengetahui elemen mana yang dominan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Lorena.

Sebagai manusia terbatas, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih sempurna dan bermanfaat bagi kita semua.

Akhirul kata, dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan kali ini izinkanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita selalu berada dalam lindungan dan ridho Allah SWT.

Inderalaya, 03 Mei 2005

Fardihan Ronitua Harahap

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Ibu DR. Dra Hj. Diah Natalisa, MBA** selaku dosen pembimbing I yang ditengah kesibukannya telah membimbing, mengarahkan dan memberi begitu banyak nasihat berharga pada penulis dalam penyusunan skripsi ini. *Mom, If only you had a lot time to teach marketing subjects at campus Inderalaya, I am sure, marketing would be the most interesting subject of all.*
2. **Ibu Hj. Nofiawaty, SE, MM** selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh bijaksana dan kesabaran telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi nasihat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. *I am so lucky to have you in guiding my thesis.*
3. **Bapak H. Syarnubi H.M. Sayid** selaku dosen tamu penguji sidang komprehensif. Terima kasih atas semua pertanyaan dan nilai yang diberikan.
4. **Bapak Drs. H. Supardi A. Bakri, MPA** selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberi bimbingan dan nasihat sejak awal penulis diterima sebagai mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
5. **Bapak Dr. Syamsurijal, Ak** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. **Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM** selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. **Bapak Drs. Kosasih M. Zen, Msi** selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

8. **Ibu Dra. Hj. Rusmiati Sofyan** yang selalu menciptakan kondisi kelas hidup dan asik. Belajar matematika dengan Ibu, tiga SKS terasa kurang.
9. **Bapak M. Welly Nailis, SE, MM** terima kasih atas bantuannya kepada penulis dalam mengolah data dan belajar SPSS 9 SKS selama ini. *Learning SPSS privately is easier to understand I guess.*
10. **Mama**, *you've been the purest example of the unconditional love, wisdom, courage, immeasurable strength throughout my live. Thank you for realizing and understanding the importance of science since I was a little boy and for loving me as your own! Papa I am truly believe, I am behind you. Kak Isra dan Kak Silvia, thank you for supporting me when times were rough especially as long as I write this thesis.*
11. **Bapak Junaidi YS** selaku pimpinan cabang PO. Lorena Palembang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian. Ditengah kesibukannya masih berkenan meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi kepada penulis. Semoga Allah SWT memberi imbalan yang setimpal kepada Bapak, dan semoga PO. Lorena Cabang Palembang selalu menjadi yang terbaik.
12. **Para Karyawan, Sopir dan Awak Bus Lorena** terima kasih atas bantuannya selama ini. Buat kak **Dona Saragih** *tarimo kasih dah, pade matong i karejo dupak kuliah*
13. **Agung, Deni, Yuri dan Vernandes** *wait for me guys well I guess the time is finally come!! Thank you for being my close friends during the last time, Agung (for all the jokes), the gossips (Deni always new), the cassettes (Yuri ssstt.. fantastic man! kenalke oi dengan kawan kau tu Let me know who the producer is! haha..☺),*



*Nandes (I've learned a lot! all the way, you are at the top of the mountain now). Redi (for the patience waiting me to finish my job he..he.☺.)*

14. **Reza, Edy dan Dico**, em.. *let's take a start jok!?* la bab berapa? sory aku duluan, *so long e.. To Reza* ai September jugo tekejer. *To Edy* woi mang jangan kasih yang virusan lagi rusak....untungnyo masih garansi ha..ha.. *To Dico* *It was good* amen uji aku nilainyo 85 bae la, tapi *don't look at me like that, I didn't steal the second disk of your Gladiator ok!* woisz rusak total nian. *To Dafi* zzz.. alengke cepetnyo dijemput dari panggung?? *The twin Sapta dan Septa* kok jarang ketemu sekarang? *Where are you* eh.. btw ado kaset baru dak? Segalo warga Manajemen '01 *that I can't greet one by one* **Yusfandi, Anton, Eko, Firmansyah** kuadrat **Andri, Romzi, Ronny** etc *Thanks for the friendship along the way.* Cewek2 Manajemen '01 yang lucu-lucu **Bethy, Lina, Tri, Ika, Gita** apo bae insidennyo pasti selalu ketawo! **Mardiyana** mokasih banyak buku P\_Men-nyo ai jadi la, pening dak muat lagi rasonyo di kepalak. **Olda, Amie, Endang, Faisal Riza**, *finally we finish this long journey together* payo berejo nak cari gawe pulo. Yang *always* heboh **Rizki, Rini, Uci** dan **Fety** except **Pipit** ngapo ado yang tenangis tu sidang kompre kemaren mak mano pulo kejadiannyo.. *tell me more tell me more!* **Feby** aiz cepet nian la bab 4 aku dak secepat itu dengan ibu *I wish we could finish the thesis together* yo dak? **Melinda** nah loe.. keno marah pak kan *always come late* pulo seminar MP.
15. **To everyone** *outhere, follow your dreams because if you want something so bad, you'll get it no matter what!! For you who is reading my thesis, I hope this will mean more to you. Might you find something useful inside.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Motto .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Ucapan Terima Kasih .....	vi
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4 Ruang Lingkup Pembahasan .....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	10

### BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL PENELITIAN

2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.2 Konsep Jasa .....	13
2.1.3 Karakteristik Jasa .....	15
2.1.4 Pemasaran Jasa Dalam Konteks Pemasaran Relasional .....	17
2.1.5 Nilai dan Kepuasan Pelanggan .....	19
2.1.6 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) Jasa .....	21
2.1.6.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	22
2.1.6.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	22
2.1.6.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	23
2.1.6.4 Tempat/Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	24
2.1.6.5 Sumber Daya Manusia ( <i>People</i> ) .....	24



2.1.6.6	Proses ( <i>Proces</i> )	28
2.1.6.7	Pelayanan Pelanggan ( <i>Customer Service</i> )	28
2.1.7	Kerangka Konseptual Penelitian	28
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Metode Penelitian	
2.3.1	Desain Penelitian	34
2.3.2	Objek Penelitian	34
2.3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	34
2.3.4	Variabel Penelitian	
2.3.4.1	Identifikasi Variabel	35
2.3.4.2	Batasan Operasional Variabel	36
2.3.4.3	Pengukuran Variabel	39
2.3.5	Metode Pengumpulan Data	39
2.3.6	Teknik Analisis	41

### BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Perusahaan	43
3.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	
3.2.1	Struktur Organisasi	44
3.2.2	Uraian Tugas	47
3.3	Kebijaksanaan Pemasaran Dalam <i>Maketing Mix</i>	
3.3.1	Produk ( <i>Product</i> )	49
3.3.2	Harga ( <i>Price</i> )	51
3.3.3	Promosi ( <i>Promotion</i> )	52
3.3.4	Tempat/Distribusi ( <i>Place</i> )	53
3.3.5	Sumber Daya Manusia ( <i>People</i> )	55
3.3.6	Proses ( <i>Process</i> )	56
3.3.7	Pelayanan Pelanggan ( <i>Customer Service</i> )	56

### BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas	57
4.2	Karakteristik Responden	62
4.3	Analisa Variabel Bebas ( $X_1 - X_7$ )	66

4.4	Analisa Regresi Linear Berganda	73
4.5	Pembuktian Masalah Penelitian	85
4.6	Pembandingan Hasil Penelitian Dengan Peneliti Terdahulu	86

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89

Daftar Pustaka	91
----------------	----

### Lampiran

- Frekuensi
- Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas
- Regresi Linier Berganda
- Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Load factor</i> jumlah seat yang terjual tahun 2001 s.d 2004	6
Tabel 1.2 PO dengan tujuan Jakarta yang ada di Jalan Kol. Atmo	7
Tabel 1.3 <i>Load factor</i> PO. Lorena dan beberapa pesaing	7
Tabel 2.1 Perbedaan pemasaran tradisional dengan relasional	18
Tabel 3.1 Jadwal keberangkatan bus	50
Tabel 3.2 Daftar tarif tiket wilayah barat	51
Tabel 4.1 Kode dan nomor variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)	58
Tabel 4.2 Hasil uji validitas nilai r hitung	59
Tabel 4.3 Hasil uji reliabilitas nilai alpha	60
Tabel 4.4 Hasil uji normalitas 32 butir pertanyaan	61
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap produk	66
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap harga	67
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap promosi	68
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap tempat	69
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap SDM	70
Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap proses	71
Tabel 4.11 Tanggapan responden terhadap <i>customer service</i>	72
Tabel 4.12 Hasil uji regresi linier berganda	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penentu-penentu nilai yang diberikan ke pelanggan -----	20
Gambar 2.2	Kerangka konseptual penelitian -----	30
Gambar 4.1	Jenis kelamin responden -----	62
Gambar 4.2	Usia responden -----	63
Gambar 4.3	Pekerjaan responden -----	63
Gambar 4.4	Penghasilan responden -----	64
Gambar 4.5	Intensitas responden menggunakan jasa -----	65
Gambar 4.6	Pernah tidaknya responden menggunakan jasa PO. lain -----	65

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan di bidang ekonomi yang menjadi titik berat dalam pembangunan jangka panjang dan merupakan penggerak utama pembangunan harus selalu mengarah pada mantapnya sistem perekonomian nasional guna mewujudkan demokrasi ekonomi. Di dalam suatu perekonomian, terdapat tiga unsur kekuatan ekonomi yaitu: sektor pemerintah, sektor swasta dan koperasi. Sektor swasta yang memegang peranan cukup besar dalam pembangunan, dituntut dapat meningkatkan peranannya agar target pertumbuhan ekonomi yang direncanakan dapat tercapai. Peningkatan peranan tersebut dapat berbentuk kegiatan perdagangan, industri manufaktur maupun jasa. Dewasa ini, industri-industri tersebut telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, hal ini tercermin dari semakin banyak didirikannya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri, perdagangan ataupun jasa.

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya, ini terlihat dari kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian dunia yang hampir mendominasi sekitar dua pertiganya. Di Eropa misalnya, sektor ini telah menyumbangkan 60% PDB (*Product Domestic Bruto*), sementara di Indonesia telah hampir mencapai 30%-nya. Bukan itu saja, kontribusi sektor jasa juga dapat dilihat dari segi *income* maupun kemampuannya menyerap tenaga kerja, dimana pada tahun 1990 industri ini sudah menyerap kurang lebih 14% total tenaga kerja di Indonesia<sup>1</sup>. Di Indonesia saja, pertumbuhan industri jasa (industri

---

<sup>1</sup>/ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* Ed. 1, Salemba Empat, 2001, p. 3

tersier) telah mengalami peningkatan (1984–1994) sebesar 40% menjadi 42,1%. Padahal pada periode yang sama, industri primer mengalami penurunan tajam sebesar 44% atau menjadi 27% (sumber BPS : dikutip oleh Rambat Lupiyoadi, 2001 : p. 3).

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian dan perumahan juga semakin meningkat. Begitu pula dengan pengeluaran untuk konsumsi jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa juga terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, transportasi, telekomunikasi, restoran, hotel dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan dan pengacara. Selain itu, terlihat juga dari maraknya organisasi-organisasi nirlaba seperti lembaga pendidikan, rumah sakit, universitas dan masih banyak lagi organisasi yang kian menyadari pentingnya orientasi pelayanan kepada konsumen/pelanggan.

Secara umum, organisasi dapat diartikan sebagai kumpulan orang-orang yang memiliki kompetensi berbeda, saling tergantung satu dengan yang lainnya, berusaha untuk mewujudkan kepentingan bersama mereka dengan memanfaatkan berbagai sumber daya. Pada dasarnya, tujuan bersama yang ingin diwujudkan oleh suatu organisasi adalah penciptaan kekayaan atau memaksimalkan laba.

Untuk menjadikan organisasi sebagai institusi pencipta kekayaan dan dapat memenangkan persaingan pasar, maka suatu organisasi harus melaksanakan tiga kegiatan utama berikut <sup>2)</sup>:

---

<sup>2)</sup> Daoni, *Evaluasi Peranan Akuntansi Pertanggung Jawaban Untuk Menilai Prestasi Manajer Pusat Biaya Pada PT. National Panasonic Gobel Palembang*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Univ. Sriwijaya, 2002, p. 1



1. Mendesain produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen
2. Memproduksi produk atau jasa tersebut secara *cost effective*
3. Memasarkan produk atau jasa tersebut secara efektif kepada konsumen

Setiap kegiatan utama diatas ditujukan untuk menciptakan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) sehingga menghasilkan aliran masuk pendapatan (*financial return*) ke dalam perusahaan.

Dalam rangka pembangunan negara kita masa kini dan masa yang akan datang, sektor jasa khususnya pengangkutan memegang peranan yang sangat penting terlebih lagi karena negara kita merupakan negara kepulauan. Untuk mencapai daerah-daerah tersebut sangat dibutuhkan alat transportasi atau angkutan. Barang-barang harus diangkut dari suatu daerah ke daerah lain agar barang itu dapat memenuhi kebutuhan manusia. Tidak hanya barang, manusia pun memerlukan pengangkutan sebagai sarana untuk bepergian dari suatu daerah ke daerah lain guna memenuhi kebutuhannya seperti mencari pekerjaan, sekolah, menjual/membeli barang, berkunjung atau hanya sekedar pergi rekreasi sebagai turis.

Proses kemajuan dunia angkutan ini dengan sendirinya telah berjalan secara evolusi. Penciptaan alat angkutan semula dimulai dari bentuk dan kapasitas yang terbatas atau sangat sederhana (seperti gerobak dorong baik oleh tenaga hewan maupun dengan tenaga manusia), sampai ke alat angkut yang besar dan modern berupa bus, kapal laut ataupun pesawat terbang dengan kecepatan dan kapasitas luar biasa seperti yang banyak dijumpai saat ini. Jenis alat pengangkutan itu sendiri cukup beragam, diantaranya kereta api, bus, taxi, oplet, kapal laut dan pesawat udara. Masing-masing alat pengangkutan tersebut satu sama lain saling bersaing.



memperebutkan konsumen dengan cara berusaha memuaskan pengguna jasanya melalui peningkatan servis.

Kita menyadari bahwa alat angkut sangat penting di masyarakat saat ini. Berkat kemajuan dalam dunia pengangkutan, jarak bukan lagi menjadi hambatan bagi seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat. Jarak antar daerah di dunia ini pun dirasa menjadi lebih dekat. Dunia semakin transparan dan globalisasi terjadi dalam segala bidang kehidupan. Kemajuan di sektor jasa angkutan ini jugalah yang mendorong bertambahnya mobilitas manusia dari suatu daerah ke daerah lain.

Pengangkutan telah menjadi salah satu unsur yang menentukan guna menjamin perkembangan ekonomi di masyarakat. Bertambah maju tingkat perekonomian, bertambah penting pula peranan pengangkutan ini. Tidak ada kegiatan ekonomi yang dapat dilepaskan dari keperluan pengangkutan (distribusi). Oleh sebab itu, harus selalu dapat dijamin kelancaran dalam arus barang dan penumpang dengan cepat, aman dan memuaskan. Saat ini, pengangkutan tidak lagi dipandang sebagai kegiatan pemindahan barang-barang dan manusia dari satu tempat asal ke tempat tujuan saja, tetapi terlebih lagi ia harus dapat memberikan servis atau pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasanya.

Pentingnya peran pengangkutan saat ini telah mendorong tumbuhnya berbagai jenis perusahaan yang menyelenggarakan jasa angkutan sejenis dengan berbagai macam pelaksanaan dan peralatan pengangkutannya, yang kemudian dikenal dengan nama perusahaan jasa angkutan. Angkutan antar kota saat ini telah mengalami banyak kemajuan dalam pemberian servis kepada penumpang. Ungkapan pelanggan adalah raja sudah berkumandang pada perusahaan angkutan antar kota. Bus-bus Antar Kota Antar Propinsi (AKAP) berlomba-lomba memberikan servis

kepada pengguna jasanya seperti memberikan makanan ringan, menyediakan satu kali makan gratis, melengkapi fasilitas penunjang (AC, toilet, TV) dan menyediakan lagu-lagu yang diputar melalui tape atau radio. Penumpang pun akan memilih mobil yang baru, bagus, bersih dan memberikan servis yang baik.

Usaha-usaha untuk menjamin keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari produk yang dihasilkannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen, yakni menyangkut produk atau jasa yang ditujukan untuk pasar. Dalam aktivitas pemasaran seringkali terdapat jurang pemisah antara produsen dengan konsumen. Untuk itu, diperlukan suatu cara yang lebih baik agar volume penjualan yang diharapkan perusahaan dapat tercapai sesuai target, sementara penyampaian produk atau jasanya ke konsumen tepat waktu dan menciptakan kepuasan. Berbagai upaya penting dilakukan perusahaan, antara lain dengan memperbaiki strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan komponen penentu kualitas layanan (SERVQUAL) yang selama ini belum sepenuhnya dilakukan.

Bauran pemasaran jasa yang meliputi *product, price, promotion, place, people, process* dan *customer service* merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Sebagai suatu bauran, elemen-elemen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga bila tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan.

PO. Lorena cabang Palembang adalah salah satu perusahaan transportasi umum yang menyediakan jasa angkutan darat dengan Jakarta sebagai salah satu

daerah tujuannya. Tabel 1.1 berikut ini menunjukkan volume tempat duduk (*seat*) yang telah terjual dari tahun 2001 sampai tahun 2004.

**Tabel 1.1**  
**Load Factor Jumlah Seat yang Terjual**  
**Tahun 2001 Sampai 2004**

Thn. 2001	Jlh. Seat	Jml. Pnumpng	Load Factor	Thn. 2002	Jlh. Seat	Jlh. Pnumpng	Load Factor
Januari	4.953	3.811	77 %	Januari	4.110	2.676	65 %
Februari	3.537	2.280	64 %	Februari	3.258	2.059	63 %
Maret	4.233	2.875	68 %	Maret	3.450	2.488	72 %
April	3.891	2.130	55 %	April	3.519	2.260	64 %
Mei	3.870	2.307	60 %	Mei	3.582	2.424	67 %
Juni	3.981	2.578	65 %	Juni	4.539	2.988	66 %
Juli	4.149	2.918	70 %	Juli	4.671	3.383	72 %
Agustus	3.912	2.313	59 %	Agustus	4.488	2.755	61 %
September	4.122	4.445	59 %	Septerber	4.380	2.426	55 %
Oktober	3.792	2.586	68 %	Oktober	5.031	3.726	74 %
November	3.579	2.298	64 %	November	4.284	2.426	57 %
Desember	4.302	2.746	64 %	Desember	5.550	4.442	80 %
Total	48.321	31.287	65 %	Total	50.862	34.053	67 %

Thn. 2003	Jlh. Seat	Jml. Pnumpng	Load Factor	Thn. 2004	Jlh. Seat	Jlh. Pnumpng	Load Factor
Januari	4.221	2.478	59 %	Januari	4.145	3.035	73 %
Februari	3.681	2.165	59 %	Februari	3.321	2.267	68 %
Maret	4.020	2.115	53 %	Maret	3.995	2.744	69 %
April	4.200	2.006	48 %	April	4.050	2.902	71 %
Mei	3.870	2.443	63 %	Mei	4.015	2.684	67 %
Juni	3.840	2.915	76 %	Juni	3.805	2.795	73 %
Juli	4.410	3.835	87 %	Juli	3.835	2.910	75 %
Agustus	3.780	2.964	78 %	Agustus	3.771	3.031	80 %
September	4.140	2.519	61 %	Septerber	3.810	3.395	89 %
Oktober	3.990	2.379	60 %	Oktober	3.720	2.730	73 %
November	4.073	2.606	64 %	November	4.066	3.410	84 %
Desember	4.020	3.373	84 %	Desember	3.780	2.869	76 %
Total	48.245	31.738	66 %	Total	46.313	34.772	74 %

Sumber : PT. Eka Sari Lorena Transport Cab. Palembang

Beberapa perusahaan otobus penyedia jasa angkutan darat lainnya yang beroperasi di Jalan Kolonel Atmo Palembang dengan Jakarta sebagai daerah tujuan utamanya dapat dilihat pada Tabel 1.2. Sedangkan *Load factor* PO. Lorena dan beberapa pesaing terkuatnya untuk tahun 2004 lalu ditunjukkan oleh Tabel 1.3.

**Tabel 1.2**

**Perusahaan Otobus Dengan Daerah Tujuan Jakarta Yang Beroperasi Di Jalan Kol. Atmo Palembang**

No.	Nama Perusahaan Otobus
1.	PO. Lorena
2.	PO. Laju Prima
3.	PO. Kramat Djati
4.	PO. Pahala Kencana
5.	PO. Putra Remaja
6.	PO. Sari Harum
7.	PO. Giri Indah
8.	PO. Pangarang
9.	PO. BSI
10.	PO. Maju Lancar

*Sumber: Pengamatan penulis tahun 2004*

**Tabel 1.3**

**Load Factor PO. Lorena dan Beberapa Pesaing Tahun 2004**

No.	Nama Perusahaan	Jlh. Seat	Jlh. Penumpang	Load Factor
1	PO. Lorena	46.313	34.772	74 %
2	PO. Kramat Djati	44.872	31.562	70 %
3	PO. Putra Remaja	41.253	27.902	68 %
4	PO. Laju Prima	38.619	23.474	61 %
5	PO. Sari Harum	35.805	20.405	57 %

*Sumber : Hasil olahan masing-masing perusahaan*

Berdasarkan Tabel 1.2 dan 1.3 di atas, kita dapat melihat ada banyak sekali perusahaan otobus sejenis yang menawarkan jasa serupa dan sekaligus menjadi pesaing terdekat perusahaan. Belum lagi perusahaan penerbangan dan transportasi laut yang juga turut ambil bagian bermain di pasar ini. Banyaknya perusahaan tersebut, dengan sendirinya telah memperketat persaingan antar perusahaan dalam memperebutkan konsumen dan meraih pangsa pasar (*market share*) setinggi-tingginya. Dari uraian inilah yang mendasari penulis untuk mengadakan penelitian skripsi dengan judul **"Analisa Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Angkutan PO. Lorena Cabang Palembang"**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Ditengah banyaknya perusahaan penyedia jasa angkutan sejenis yaitu bus Antar Kota Antar Propinsi (AKAP), maka sudah tentu masing-masing perusahaan otobus berlomba-lomba bersaing memperebutkan konsumen melalui penawaran jasanya. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh setiap elemen bauran pemasaran yang diwujudkan perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen, maka setiap elemen bauran pemasaran tersebut perlu dianalisa.

Sehubungan dengan uraian di atas, adapun permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan PO. Lorena Palembang terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Elemen apa dari bauran pemasaran tersebut yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Lorena?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan PO. Lorena Palembang terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Mendapatkan gambaran yang jelas mengenai elemen bauran pemasaran yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan agar menyadari betapa pentingnya kebijakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa yang diterapkan guna meningkatkan daya saing dan memenangkan pasar.

### **1.4 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan tidak menyimpang dari pembahasan yang ada, maka dipandang perlu untuk membatasi materi penelitian dalam batasan-batasan tertentu. Ruang lingkup pembahasan adalah yang menyangkut manajemen pemasaran, terutama dititik beratkan pada lima dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) dan aspek yang mendukung kualitas jasa melalui koordinasi dari elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa meliputi: produk, harga, promosi, tempat, SDM, proses dan pelayanan pelanggan.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta ruang lingkup pembahasan.

### **BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL PENELITIAN**

Bab ini akan mengemukakan landasan teori ataupun konsep yang ada hubungannya dengan penelitian, meliputi pengertian pemasaran menurut beberapa ahli, konsep jasa, karakteristik jasa, pemasaran jasa dalam konteks pemasaran relasional, nilai dan kepuasan pelanggan, serta bauran pemasaran (*marketing mix*) jasa. Dalam bab ini juga akan dikemukakan mengenai kerangka konseptual penelitian yang akan menjadi arah fikir atau pedoman penulis dalam penelitian, serta tinjauan penelitian dari para peneliti terdahulu dengan objek penelitian yang sama yaitu PO. Lorena cabang Palembang.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan menyajikan gambaran umum PT. Eka Sari Lorena Transport (PO. Lorena Palembang), seperti sejarah singkat, struktur organisasi dan uraian tugas setiap bagian, serta berbagai kegiatan perusahaan berupa kebijakan pemasaran dalam *marketing mix*.

### **BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menguraikan bagaimana setiap elemen bauran pemasaran yang diimplementasikan perusahaan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Lorena. Disamping itu, akan dilihat elemen apa dari bauran pema



saran tersebut yang dominan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Lorena.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian dengan berpijak pada uraian bab-bab sebelumnya. Berdasarkan kesimpulan tersebut selanjutnya akan dikemukakan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.** 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Ed. Revisi. Bandung : Alfabeta
- Daoni.** 2002. *Evaluasi Peranan Informasi Akuntansi Pertanggung Jawaban Untuk Menilai Prestasi Manajer Pusat Biaya PT. National Panasonic Gobel Palembang.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi. Universitas Sriwijaya
- Kotler, Philip.** 2000. *Manajemen Pemasaran* Ed. Milenium. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat.** 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik* Ed. I. Jakarta : Salema Empat
- Nazir, Mohammad.** 1999. *Metode Penelitian* Cetakan ke-4. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Rangkuti, Freddy.** 2001. *Riset Pemasaran* Cetakan ke-5. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Santoso, Singgih.** 2004. *SPSS Statistik Parametrik* Cetakan ke-4. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Stoner, Freeman dan Gilbert.** 1996. *Manajemen* jilid I Ed. Bhs. Indonesia. Jakarta : PT. Prenhallindo
- \_\_\_\_\_ 1996. *Manajemen* jilid II Ed. Bhs. Indonesia. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Swastha, Basu.** 2001. *Manajemen Penjualan* Ed. III. Yogyakarta : BPFE
- Salahudin.** 2002. *Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan PO. Lorena Cabang Palembang.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Universitas Sriwijaya
- Pudjawati, Wiwin.** 2004. *Evaluasi Penerapan Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pada Perusahaan Jasa Angkutan PO. Lorena Cabang Palembang.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Universitas Sriwijaya