

## ABSTRAK

Andre Kelana, NPM. 17.31.0378. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG DAN EKSPEDISI PT. GLOBAL J&T EXPRESS CABANG BANJARMASIN

Pada mulanya pemasaran hanya dihubungkan dengan penjualan produk fisik saja seperti buku, sepeda, komputer, mobil dan lain sebagainya. Namun pada saat sekarang ini, pemasaran jasa sudah banyak dijalankan. Jasa yang dipasarkan pada saat ini dapat berupa gagasan, ide, tempat, dan manusia. Sebagai contoh industri perbankan, biro jasa komputer, notaris, pengacara, hotel, rumah sakit, dan sebagainya. Kebutuhan jasa infrastruktur dan jasa pendukung dipicu oleh semakin berkembangnya kota-kota dan daerah serta adanya pergeseran struktural dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat adanya perubahan-perubahan sosial seperti meningkatnya jumlah wanita yang bekerja menyebabkan meningkatnya jumlah pendapatan keluarga sehingga dapat menciptakan permintaan yang lebih besar untuk jasa-jasa finansial, perbankan, perawatan anak, jasa hiburan, wisata, pendidikan, konsultasi hukum dan lain sebagainya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan untuk meningkatkan jumlah pelanggan di PT. Global J&T Express Cabang Banjarmasin dan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang seharusnya diterapkan pada perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan di PT. Global J&T Express Cabang Banjarmasin.

Hasil penelitian ini pemasaran, PT. Global J&T Express Cabang Banjarmasin berdasarkan pesanan, pengiriman barang pelanggan, sehingga harga tidak berlaku sepenuhnya tetapi harga masih dipengaruhi oleh kualitas pengiriman jasa, banyaknya barang dan daerah pemasaran. 5. Sedangkan Strategi Jasa Pengiriman Barang Terbaik Pada PT. Global J&T Express Cabang Banjarmasin masih perlu ditingkatkan pada layanan waktu, transparansi pengiriman, ongkir kompetitif dan jaminan layanan sehingga pelanggan tidak menggunakan jasa pengiriman perusahaan yang lain.

Kata Kunci: Strategi, pemasaran, jasa.

## **ABSTRACT**

*Kelana, Andre. NPM. 17.31.0378. (2021). ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN EFFORTS TO IMPROVE CUSTOMERS IN DELIVERY AND EXPEDITION SERVICES PT. GLOBAL J&T EXPRESS BANJARMASIN BRANCH*

*At first, marketing was only associated with the sale of physical products such as books, bicycles, computers, cars and so on. However, at this time, the marketing of services has been carried out a lot. Services marketed at this time can be in the form of ideas, ideas, places, and people. For example, the banking industry, computer service bureaus, notaries, lawyers, hotels, hospitals, and so on. The need for infrastructure and supporting services is triggered by the growing development of cities and regions as well as structural shifts in society. This can be seen from social changes such as the increasing number of working women causing an increase in the number of family incomes so as to create greater demand for financial services, banking, child care, entertainment services, tourism, education, legal consulting and so on. .*

*The purpose of this study is to find out what marketing strategies are used to increase the number of customers at PT. Global J&T Express Banjarmasin Branch and to find out what marketing strategy should be applied to the company to increase the number of customers at PT. Global J&T Express Banjarmasin Branch.*

*The results of this research are marketing, PT. Global J&T Express Banjarmasin Branch is based on orders, customer delivery of goods, so prices are not fully valid but prices are still influenced by the quality of service delivery, the number of goods and the marketing area. 5. While the Best Freight Forwarding Services Strategy at PT. Global J&T Express Banjarmasin Branch still needs to be improved on time service, delivery transparency, competitive postage and service guarantees so that customers do not use other company delivery services.*

*Keywords: Strategy, marketing, services.*

mempekerjakan seorang marketing yang bertugas sebagai personal selling, sehingga perekrutan calon pelanggan bisa dilakukan diluar perusahaan. Untuk promosi lebih lanjut dapat dilakukan dengan online atau media social atau bisa juga pakai cara manual membagi brosur maupun selebaran-selebaran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Majid.S. 2013. Strategi Pembelajaran. Remaja Rosdakarya:Bandung
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani. 2012. Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Murti Sumarni, 2010. Manajemen Pemasaran Bank, Yogyakarta : Liberty.
- Philip Kotler. 2013. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. PT. Indeks. Jakarta
- Radiosunu, 2010, Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono Fandy. 2016. Manajemen Pemasaran. CV. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.