



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh

**QOYUMINGTYAS
NIM 070810201009**

**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : QOYUMININGTYAS
NIM : 070810201009
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PT JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 1 Oktober 2011

Yang menyatakan,

QOYUMININGTYAS

NIM.070810201009

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : QOYUMININGTYAS

NIM : 070810201009

JURUSAN : Manajemen Pemasaran

PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

JUDUL : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PT JALUR
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG JEMBER

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. M.Dimyati, SE., M.Si

Drs. Eka Bambang G., MM

NIP. 19670421 199403 1 008

NIP. 19670219 199203 1 001

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE.,M.S

NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI
PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : QOYUMININGTYAS

NIM : 070810201009

Jurusan : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

17 Oktober 2011

dan dinyatakan telah mengikuti syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua :
2. Sekretaris :
3. Anggota :

Mengetahui/ Menyetujui

Universitas Jember

Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M. Sc

NIP 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Orang Tuaku tercinta Bapak Alm. Hadi Wiyono dan Sri Poncowati yang selalu memberikan nasihat dan do'a yang tiada henti hingga aku menyelesaikan studiku. Belum ada sesuatu yang dapat aku persembahkan, semoga ini dapat menjadi kebanggan untuk Bapak dan Ibu;
2. Kakakku Akbar Yogatama dan Adikku Nourma Yulita yang selalu memberiku nasihat dan perhatian, terimakasih banyak atas dukungan dan doanya selama ini;
3. Sahabat-sahabat di “*SUP Entertainment*”, Jeanyna, Mb.Devi, Farida, Ita dan Kirana. terimakasih banyak karena kalian selalu memberikan warna dalam hidupku yang akan selalu ada dalam ingatanku;
4. Teman-teman Manajemen 2007 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, Terimakasih banyak atas perhatian dan dukungannya selama ini;
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang senantiasa kujunjung tinggi.

MOTTO

“ Tidak ada manusia yang tidak butuh belajar, sekalipun ia dekat dengan kematian”

(Albert Einstein)

“ Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu, orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan “

(Mario Teguh)

“ketahuilah bahwa kemenangan akan datang bersama kesabaran. Jalan keluar datang bersama kesulitan dan kemudahan itu ada bersama kesulitan”

(Sabda Rasul)

“Saya datang, saya bimbingan, saya revisi, saya ujian dan saya menang”

(Qoyumingtyas)

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas masalah penentuan strategi pemasaran berdasarkan data internal dan eksternal perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mendukung program pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran yaitu mencari laba dan mencari kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menetapkan strategi pemasaran yang tepat pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember.

Penetapan strategi pemasaran menggunakan metode analisis SWOT. Data dari internal perusahaan berasal dari penyebaran kuisioner pada karyawan perusahaan. Sedangkan dari eksternal perusahaan mencakup peluang dan ancaman, data yang diperoleh dari para konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel, 20 dari internal perusahaan dan 20 dari eksternal perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember berada pada kuadran I yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar dalam rangka meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember adalah meningkatkan pangsa pasar, mengembangkan kualitas SDM, dan melakukan kegiatan promosi yang efektif dan tepat sasaran

Kata kunci : Strategi pemasaran

PRAKATA

Sgala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember “. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Prof. Dr. Hj. Isti fadah, SE.,M.S, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Drs. Eka Bambang G., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi atas keikhlasan hati telah memberikan Ilmunya;
6. Pihak PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jember, terima kasih atas izin dan semua bantuan yang telah diberikan dalam melakukan penelitian;
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku yang selalu memberiku cinta, kasih sayang, perhatian, serta do’a yang tulus. Aku bangga bisa hadir diantara kalian;
8. Kakak-adikku “Yoga dan Ita” semoga kita selalu rukun dan bahagia serta dapat membuat orang tua kita bangga atas prestasi yang kita raih dan semoga kita bias memberikan yang terbaik untuk hidup kita dan kedua orang tua kita, Amin;

9. Keluarga besarku, terima kasih banyak atas do'a, perhatian, dan dukungannya selama ini;
10. Teman-teman seperjuanganku Manajemen 07, khususnya Kirana yang sudah menjadi teman diwaktu aku duduk dibangku kuliah dan semoga sukses dalam meraih semua cita-cita;
11. Anak-anak “*SUP entertainment*” yang telah bnyak membantu dan memberikan bantuannya selama ini;
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu;

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi sumber ide bagi penyempurnaan tulisan dengan tema-tema serupa dimasa yang akan datang.

Jember, September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BABA 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori.....	6
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6
2.2.2 Pengertian Strategi	8
2.2.3 Strategi Pemasaran	9
2.2.4 Pengembangan Strategi Pemasaran.....	12
2.2.5 Menentukan Strategi Perusahaan Menggunakan Analisis SWOT	15
2.2.6 Hubungan Analisis SWOT dengan Penetapan Strategi	16
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian	24

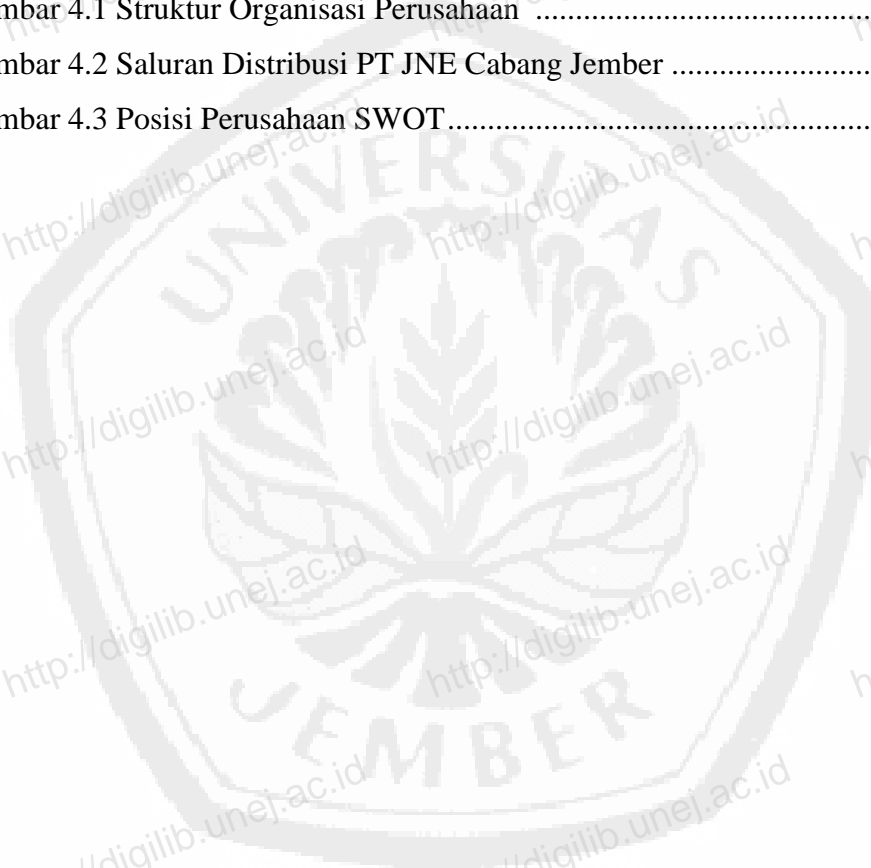
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Identifikasi Variabel.....	25
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6 Skala Pengukuran.....	26
3.7 Metode Analisis Data.....	27
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.1.2 Filosofi Perusahaan	35
4.1.3 Jenis Pelayanan	36
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	39
4.1.5 Mengidentifikasi Faktor Perusahaan.....	42
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan	50
4.2.1 Menentukan Matrik IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	50
4.2.2 Penentuan Posisi Perusahaan	56
4.2.3 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan.....	59
4.2.4 Penentuan Strategi Pemasaran Perusahaan	62
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel perbedaan hasil penelitian terdahulu	6
Tabel 2.2 Tabel EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	18
Tabel 2.3 Tabel IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	18
Tabel 3.1 Tabel Matrik SWOT	30
Tabel 4.1 Tabel Jam Kerja PT JNE Cabang Jember.....	48
Tabel 4.2 Tabel penentuan bobot untuk IFAS	51
Tabel 4.3 Tabel penentuan bobot untuk EFAS	53
Tabel 4.4 Tabel EFAS.....	54
Tabel 4.5 Tabel IFAS.....	55
Tabel 4.6 Faktor strategis Internal Perusahaan PT JNE Cabang Jember	57
Tabel 4.7 Faktor strategis Eksternal Perusahaan PT JNE Cabang Jember	58
Tabel 4.8 Matrik SWOT	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Peneitian	22
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	28
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	40
Gambar 4.2 Saluran Distribusi PT JNE Cabang Jember	45
Gambar 4.3 Posisi Perusahaan SWOT.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Strategi Internal	69
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Strategi eksternal	71

