

STRATEGI PEMASARAN JASA *FREIGHT FORWARDING* JAKARTA

Arif Hernawan
ITL Trisakti
arief_kamis@yahoo.co.id

Yunita Triyani Tamba
ITL Trisakti
yunitatriyani8@gmail.com

Muhammad Rifni
ITL Trisakti
rifnim@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the external and internal factors and to analyze strategy formulation to increase freight forwarding marketing services. This research used SWOT analysis, internal and external matrixes. The results based on the SWOT analysis are the strength 3.83, the weaknesses 3.40, with the margin 0.43, and the opportunity 3.57, the threat 3.18, with the margin 0.39. The company takes place in quadrant I of SWOT in which the company has big strength and opportunity, so that the company is in SO strategy. Based on IE matrix, it is found that the internal factor 3.13, external factor 3.00, so that the company is in cell I which is in growing and developing position. So, the strategies that can be applied are market penetration, market development, and product development or the strategy of integration backwards, forwards and horizontal. Moreover, the results based on SWOT analysis diagram and IE matrix also found that alternative strategies are market penetration, market development, product development, backward integration, forward integration, horizontal integration.

Keywords: *improve marketing of Freight Forwarding, SWOT analysis*

PENDAHULUAN

Dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas yang akan di pasarkan untuk mengurangi persaingan-persaingan dari perusahaan freight forwarding lain maka perlu diperlukan pelayanan yang memiliki Standar Operation Procedure (SOP) agar lebih memiliki rasa kepercayaan terhadap para konsumen dalam memakai jasa Freight Forwarding. Tujuan adanya *Standart Operation Procedure* (SOP) itu sendiri adalah untuk memberikan serta acuan atau pedoman kegiatan pelayanan jasa logistik internasional dan domestik di PT Multi Terminal Indonesia agar terpenuhi keinginan pelanggan dengan memperhatikan keselamatan dan keamanan barang, pekerja dan fasilitas lainnya. Prosedur ini diberlakukan di PT Multi Terminal Indonesia cabang Jakarta yang meliputi kegiatan pelayanan jasa logistik secara *door to door* antara lain *freight forwarding*, *clearance dokumen*, pengangkutan barang dan petikemas, pergudangan, lapangan penumpukan,

distributed, dan persediaan.

Dalam Hal ini PT Multi Terminal Indonesia adalah salah satu perusahaan jasa freight forwarding yang bertaraf International dengan pelayanan yang khusus melayani jasa pengangkutan domestik dan International seperti: jasa *freight forwarding* dan Expedisi Muatan Kapal (EMKL).

Untuk peningkat sebuah pelayanan maka diperlukan sistem produktifitas yang baik, dari segi SDM (sumber daya manusia). Dimana dalam produktifitas terbagi dua hal aspek penting yaitu M1 yakni MAN dan M2 Machines. Man adalah seseorang yang mampu melakukan aktifitas dalam suatu perusahaan agar terlaksananya peningkatan kualitas agar terciptanya sistem yang baik. *Manachines* adalah alat yang digunakan sebagai penunjang sistem agar proses pelayanan terlaksana dengan baik.

METODE PENELITIAN

Dalam menganalisis penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis

SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan. Proses ini dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan. (Rangkuti, 2013)

KAJIAN PUSTAKA

Dalam melaksanakan proses pengiriman barang, pengirim barang membutuhkan peran perusahaan jasa pengiriman barang atau biasa disebut 'freight forwarding' (Shin, Y., Thai, V. Van, Grewal, D., & Kim, 2017) Strategi bisnis dirancang melalui analisis SWOT dengan mengetahui faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE). SWOT digunakan dengan mengacu pada profil perusahaan termasuk manajemen sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan melalui kegiatan planning, organizing, staffing, controlling (Primadi et al, 2017)

Manajemen strategi merupakan kumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari formulasi dan implementasi, rencana, yang di desain untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dilaksanakan dengan menganalisis; (a) lingkungan bisnis yang diperlukan untuk mendeteksi peluang dan ancaman bisnis, (2) profil perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan; dan (3) strategi bisnis yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memperhatikan misi perusahaan (Primadi et al, 2017).

Sedangkan menurut (Rangkuti, 2013) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumberdaya (Primadi et al, 2017)

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain (Salim Abbas, 2012)

Pengangkutan diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan". Berdasarkan definisi - definisi diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa transportasi adalah pemindahan manusia, barang atau sumber daya lainnya dari tempat asal ke tempat tujuan dengan menggunakan sebuah alat angkut yang digerakan oleh manusia, hewan, atau mesin (Nasution M.N, 2008)

Menurut (Kotler, Philip; Keller, 2012) Strategi pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, ditambahkan pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Halomoan & Siregar, 2017)

Analisis lingkungan perusahaan adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung. Menurut (Kotler, Philip; Keller, 2012) analisis lingkungan berkaitan dengan metode analisis yang akan digunakan yaitu analisis SWOT yang terdiri dari 4 elemen, yaitu kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis internal akan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis eksternal akan mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan. Analisis lingkungan internal pada perusahaan adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan secara langsung, yang berasal dari dalam lingkup perusahaan. Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi. Lingkungan internal perusahaan meliputi analisis terhadap kekuatan (*strenghts*) yang merupakan keunggulan sumber daya yang dimiliki perusahaan terhadap pesaing dan kelemahan (*weaknesses*), yaitu keterbatasan perusahaan yang dapat menjadi penghalang perusahaan untuk berkembang. (Halomoan & Siregar, 2017)

Analisis lingkungan eksternal berfokus pada hal-hal yang diluar kontrol perusahaan secara umum seperti demografi, ekonomi,

sosiokultural, teknologi politik-hukum dan secara industri seperti ancaman pesaing baru, kekuatan posisi pembeli, kekuatan posisi pemasok, dan persaingan antar perusahaan yang membahas tentang peluang dan ancaman terhadap perusahaan. Peluang (*opportunities*) atau keadaan dimana perusahaan diuntungkan untuk melakukan suatu kebijakan dan pilihan yang dapat menguntungkan perusahaan. Ancaman (*threats*) yaitu tantangan atau kondisi dimana perusahaan dalam keadaan tidak menguntungkan dikarenakan adanya masalah dalam internal ataupun eksternal perusahaan (Halomoan & Siregar, 2017)

Analisis SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *oportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), merupakan suatu metode penyusunan strategi perusahaan atau organisasi. (Kotler, Philip; Keller, 2012) membagi analisis SWOT ke dalam dua faktor, yaitu faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dan faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Dan menurut (Rangkuti, 2013) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Pelayanan atau jasa adalah setiap

pelayanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen". Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Majid, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor-Faktor Internal di PT. Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta

Dalam hal ini kekuatan yang dimiliki oleh PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta adalah: (a) Memiliki peralatan dan fasilitas yang lengkap dan memadai; (b) Produk Jasa yang beragam; (c) Jaringan yang luas; (d) Memiliki Pelayanan dan Hubungan yang Baik dengan Para Customer; (e) Kesempatan Karyawan Untuk Memiliki Jenjang Karier yang baik.

Kelemahan yang dimiliki PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta adalah sebagai berikut; (a) Kurang Optimalnya Divisi *Sales dan Marketing*; (b) Jumlah Sumber daya manusia yang kurang memadai; (c) hambatan Terjadi adaptasi karyawan baru Mengenai Istilah-istilah mengenai dunia Logistik dan *Freight Forwarding*; (d) kurangnya penggunaan dan pemanfaatan fasilitas; 5) Promosi yang belum maksimal.

IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Peralatan dan fasilitas yang lengkap dan memadai	0.16	4	0.63
2	Jenis jasa yang dipasarkan beragam	0.14	4	0.58
3	Jaringan yang luas	0.14	4	0.58
4	Memiliki hubungan yang baik dengan para customer	0.13	4	0.50
5	Kesempatan karyawan untuk memiliki jenjang karir yang baik	0.11	3	0.34
Sub Total Kekuatan		0.69		2.63
Kelemahan				
1	Kurang optimalnya divisi sales dan marketing	0.09	2	0.18
2	Jumlah SDM yang kurang memadai	0.06	2	0.12
3	Hambatan adaptasi karyawan baru dengan mengenal istilah-istilah dunia logistic dan freight forwarding	0.04	1	0.04
4	Kurangnya penggunaan dan pemanfaatan fasilitas.	0.08	1	0.08

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
5	Kurangnya promosi yang dilakukan	0.04	2	0.08
Sub Total Kelemahan		0.31		0.50
Total Faktor Internal		1.00		3.13

Sumber : Diolah Penulis

Analisis Faktor-Faktor Eksternal di PT. Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta

Peluang yang dimiliki PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta yaitu; (a) Dunia transportasi logistik semakin berkembang, (b) kegiatan pengiriman barang tidak pernah berhenti, (c) Kebijakan Pemerintah yang mendorong terjadinya peningkatan transaksi ekspor impor, (d) Semakin banyak pabrik asing di Indonesia;

(e) perkembangan sistem informasi dan teknologi.

Ancaman yang dimiliki oleh PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta yaitu; (a) munculnya perusahaan lain dalam bidang yang sama; (b) nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika; (c) Promosi yang besar-besaran yang dilakukan perusahaan sejenis, (d) Buruknya infrastruktur, dan (e) Maraknya pungutan liar.

EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Dunia transportasi dan logistik semakin berkembang	0.17	3	0.51
2	Kegiatan pengiriman barang yang tidak pernah berhenti	0.14	4	0.54
3	Kebijakan pemerintah	0.14	4	0.54
4	Semakin banyak pabrik asing di Indonesia	0.11	4	0.46
5	Perkembangan sistem informasi dan teknologi	0.12	3	0.36
Sub Total Peluang		0.68		2.42
Ancaman				
1	Munculnya perusahaan lain dalam bidang yang sama	0.10	2	0.20
2	Nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika	0.06	2	0.12
3	Promosi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan sejenis	0.07	2	0.14
4	Buruknya infrastruktur	0.06	1	0.18
5	Maraknya pungutan liar	0.04	2	0.08
Sub Total Ancaman		0.32		0.60
Total Faktor Eksternal		1.00		3.02

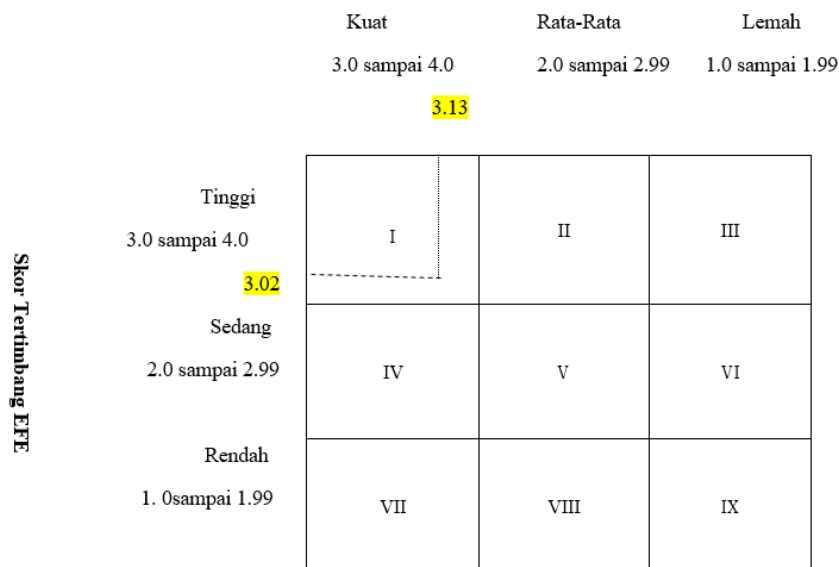
Sumber : Diolah Penulis

Analisis Berdasarkan Matriks IE, Analisis Diagram SWOT-4K, dan MatriksSWOT

Adapun analisisnya adalah sebagai berikut:

Matriks IE (Internal – Eksternal)

Skor Tertimbang IFE



Sumber : Diolah penulis

Dapat di lihat letak posisi PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta berdasarkan analisis SWOT menurut matriks IE yang telah diolah oleh penulis adalah berada pada sel I. Dengan total skor faktor strategi internal sebesar (3.13) dan total skor strategi eksternal sebesar (3.02), maka posisi perusahaan berada pada fase tumbuh dan

membangun (*grow and built*).

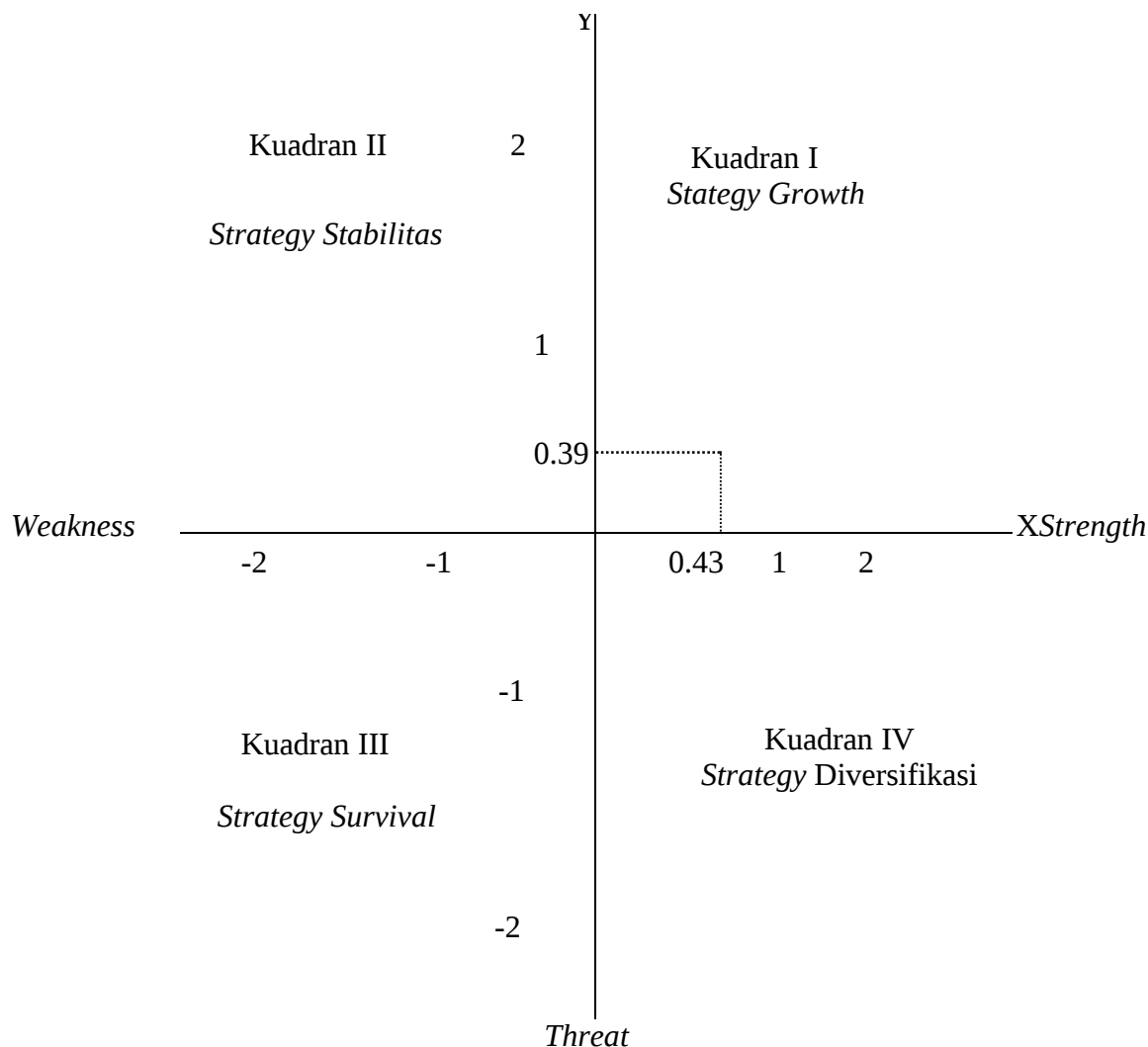
Dalam menganalisis SWOT, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya, karena hal tersebut akan digunakan untuk menghitung kumulatif skor-skor yang diperoleh pada perusahaan.

Tabel Nilai Tertimbang PT. Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta

No	Kategori Variabel Internal dan Eksternal	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Kekuatan				
1	Perusahaan Milik Negara	0.23	4	0.92
2	Produk jasa yang dipasarkan beragam	0.21	4	0.84
3	Jaringan yang luas	0.21	4	0.84
4	Memiliki hubungan yang baik dengan para customer	0.18	4	0.73
5	Kesempatan karyawan untuk memiliki jenjang karir yang baik	0.17	3	0.50
Sub Total Kekuatan Perusahaan		1.00		3.83
Kelemahan				
1	Kurang optimalnya divisi sales dan marketing	0.28	2	0.84
2	Jumlah SDM yang kurang memadai	0.18	2	0.54
3	Hambatan adaptasi karyawan baru dengan mengenal istilah-istilah dunia logistik dan <i>freight forwarding</i>	0.14	1	0.56
4	Kurangnya penggunaan dan pemanfaatan fasilitas	0.26	1	1.04
5	Kurangnya promosi yang dilakukan	0.14	2	0.42
Sub Total Kelemahan Perusahaan		1.00		3.40

No	Kategori Variabel Internal dan Eksternal	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Peluang				
1	Dunia transportasi dan logistik semakin berkembang	0,25	3	0.76
2	Kegiatan pengiriman barang yang tidak pernah berhenti	0,20	4	0.80
3	Kebijakan Pemerintah	0,20	4	0.80
4	Semakin banyak pabrik asing di Indonesia	0,17	4	0.67
5	Perkembangan sistem informasi dan teknologi	0,18	3	0.54
Sub Total Peluang Perusahaan		1,00		3.57
Ancaman				
1	Munculnya perusahaan lain dalam bidang yang sama	0.31	3	0.93
2	Nilai tukar rupiah terhadap dolla Amerika	0.18	3	0.53
3	Promosi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan sejenis	0.22	3	0.67
4	Buruknya infrastruktur	0.18	4	0.71
5	Maraknya pungutan liar	0.11	3	0.33
Sub Total Ancaman Perusahaan		1,00		3.18

Sumber: PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta yang diolah penulis

Analisis Diagram SWOT PT. Multi Terminal Indonesia cabang Jakarta *Opportunity*

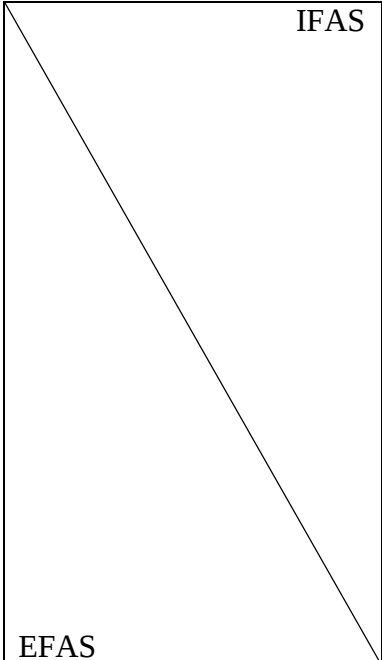
Sumber : Suwarsono Muhammad (Data Diolah Penulis)

Maka berdasarkan analisis diagram SWOT menurut Suwarsono Muhammad strategi yang harus diterapkan oleh PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta dalam meningkatkan jumlah pemasaran jasa *freight forwarding* adalah dengan strategi pertumbuhan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal atau strategi *strength-opportunity* (SO).

Untuk menentukan alternatif strategi yang sesuai bagi perusahaan adalah dengan cara membuat matriks SWOT. Berdasarkan

matriks SWOT, dapat disusun empat strategi utama yaitu: S-O strategi yang disusun menggunakan semua kekuatan perusahaan untuk merebut peluang, W-O strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada, S-T strategi yang disusun menggunakan semua kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman dan W-T strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam perusahaan untuk menghindari ancaman dari luar.

MatrikSWOT

IFAS 	Kekuatan (S) 1. Memiliki peralatan dan fasilitas yang lengkap dan memadai 2. Produk jasa yang ditawarkan beragam 3. Jaringan yang luas 4. Memiliki pelayanan dan hubungan baik dengan para customer 5. Kesempatan karyawan untuk memiliki jenjang karir yang baik	Kelemahan (W) 1. Kurang optimalnya divisi sales dan marketing 2. Jumlah SDM yang kurang memadai 3. Hambatan Adaptasi Karyawan Baru Mengenali Istilah-istilah Dunia Logistik dan Freight Forwarding 4. Kurangnya penggunaan dan pemanfaatan fasilitas 5. Promosi yang dilakukan belum maksimal
EFAS Peluang (O) 1. Dunia transportasi dan logistik semakin berkembang 2. Kegiatan pengiriman barang tidak pernah berhenti 3. Kebijakan pemerintah 4. Semakin banyak perusahaan asing di Indonesia 5. Perkembangan sistem informasi dan teknologi	Strategi SO 1. Memanfaatkan beragam jenis jasa yang ditawarkan menjadi dasar kekuatan untuk memaksimalkan peluang besarnya permintaan pengiriman barang menggunakan jasa <i>freight forwarding</i> yang tidak pernah berhenti setiap harinya (S2,O2) 2. Memanfaatkan jaringan	Strategi WO 1. Menambah jumlah sumber daya manusia dalam perusahaan untuk menangani jumlah pengiriman barang yang tidak pernah berhenti (W2,O2) 2. Memperbaiki sistem penjualan dan pemasaran produk agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis seiring

	yang luas yang didukung oleh kebijakan pemerintah, maka PT. Multi Terminal Indonesiacabang Jakarta harus dapat memanfaatkan peluangbisnis pemasara n jasa freight forwarding dengan maksimal (S3,O3) 3. Memperkuat pelayanan dan hubungan dengan customer dengan melakukan pengenalan produk dengan perkembangan informasi dan teknologi contohnya dengan membuat websit e untuk memperkenalkan produk tersebut (S4,O5) 4. Memanfaatkan peralatan dan fasilitas yang lengkap dan memadai akan menarik konsumen guna mencari peluang seiring duniatransportasi dan logistik yang semakin berkembang (S1, O1) 5. Memanfaatkan kesempatan karyawan untuk jenjang karir guna siap menghadapi duniatransportasi dan logistik yang semakin berkembang (S5, W1)	banyaknya perusahaan asing di Indonesia (W1, O4) 3. Memaksimalkan promosi yang dilakukan untuk mengurangi banyaknya persaingan dari perusahaan asing di Indonesia (W5, O4)
Ancaman (T) 1. Munculnya perusahaan lain dalam bidang yang sama 2. Nilai tukar rupiah terhadap dollar	Strategi ST 1. Dengan memiliki jaringan yang luas dapat menghadapi adanya pesaing perusahaan yang	Strategi WT 1. Meningkatkan promosi yang dilakukan perusahaan sehingga dapat menghindari pindahnya

Amerika 3. Promosi yang besar-besaryang dilakukan oleh perusahaan sejenis 4. Buruknya infrastruktur 5. Maraknyapungutan liar	sejenis (S1,T1) 2. Mempertahankan konsistensiproduk jasa yang beragam untukdipasarkan agardapatmencegahpromosi besar-besaryang dilakukan perusahaansejenis (S2,T3)	konsumenke perusahaan pesaing (W5, T1) 2. Memperbaiki penjualandanpemasaran jasa perusahaan sehingga dapat melakukan promosi promosi yangsamadilakukanoleh perusahaan pesaing (W1,T3) 3. Mengoptimalkan sumberdaya manusiayangada diperusahaanagar ikutsertamemperhatikandan menjaga infrastrukturagartidak terjadi hal-hal yang tidak di inginkan (W2,T4)
--	--	---

Sumber : Suwarsono Muhammad (Data Diolah Penulis)

Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pemasaran Jasa FREIGHT FORWARDING PADA PT. MULTI TERMINAL INDONESIA CABANG JAKARTA

Dengan demikian, berdasarkan pencocokan hasil analisis diagram SWOT dan matriks IE maka strategi yang dapat dilakukan oleh PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta dalam meningkatkan pengiriman barang menggunakan jasa *freight forwarding* adalah dengan melakukan *penetrasi* pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasihorizontal.

SIMPULAN

1. Setelah dilakukan analisis berdasarkan SWOT oleh penulis dengan menggunakan tabel IFAS, maka didapat faktor internal kekuatan sebesar 2.63 dan faktor kelemahan sebesar 0.50 sehingga total skor yang didapatkan adalah 3,13 dapat disimpulkan perusahaan memiliki

total skor diatas rata-rata sehingga dapat dikatakan bahwa PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta memiliki faktor internal yang kuat

2. Dalam table EFAS, yaitu faktor eksternal peluang sebesar 2.42 dan faktor ancaman sebesar 0.60 maka total skornya adalah 3.02 dapat disimpulkan perusahaan dalam merespon sangat baik kemampuannya dalam menghadapi ancaman diatasrata-rata.

3. Perusahaan ini berada pada posisi yang relatif sangat baik karena dapat dilihat dari matriks IE perusahaan berada pada sel I yaitu posisi tumbuh dan membangun, dapat di buktikan juga pada hasil diagram SWOT 4K berada pada kuadran I, dengan angka sumbu horizontal 0.43 dan sumbu vertikal 0.39 yang berada pada posisi agresif. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan matriks SWOT, strategi yang dapat diterapkan oleh PT Multi Terminal Indonesia Cabang Jakarta adalah **Strategi SO (Strengths-**

- Opportunities).** Berarti perusahaan dapat menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
4. Jadi alternatif strategi yang dapat dipergunakan dari hasil analisis Matriks IE dan diagram SWOT 4K. Antara lain: Pengembangan Pasar, Penetrasi Pasar, Pengembangan Produk, Integrasi keDepan, Integrasi ke Belakang, Integrasi Horizontal
- DAFTAR PUSTAKA**
- Halomoan, Y., & Siregar, I. (2017). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN EKSPOR (Studi Pada Perusahaan Pt Kaltim Prima Coal). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(1), 36–45.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Majid, S. A. (2015). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution M.N. (2008). *ManajemenTransportasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Primadi et al. (2017). Strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan jasa pengiriman kargo freight forwarding. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 3, 287–294. <https://doi.org/10.1039/b603438a>
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*,. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Salim Abbas. (2012). *ManajemenTransportasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Shin, Y., Thai, V. Van, Grewal, D., & Kim, Y. (2017). . *Do corporate sustainable management activities improve customer satisfaction, word of mouth intention and repurchase intention? Empirical evidence from the shipping industry. The International Journal of Logistics Management*, 28(2), 555–570. <https://doi.org/10.1016/j.ijl.2017.05.001>