

**PROSEDUR PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG
PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG BANDAR LAMPUNG**

(Laporan Akhir)

Oleh

RIANDO JESEA PRATAMA

1701071045



**PROGRAM STUDI DIII PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

PROSEDUR PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG PADA PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG BANDAR LAMPUNG

Oleh

Riando Jesea Pratama

PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana prosedur penetapan tarif pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung. Tarif pengiriman harus dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Diterapkannya penetapan tarif pengiriman agar dapat meningkatkan keuntungan dan pendapatan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai objek yang diteliti dengan cara mengamati. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari jawaban karyawan, staff melalui observasi dan wawancara sedangkan data sekunder diperoleh dari tempat penelitian dengan melakukan pengamatan serta buku-buku yang berhubungan dengan tarif, yang digunakan sebagai landasan teori untuk keperluan analisis data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung menggunakan prosedur penetapan tarif pengiriman barang berdasarkan volume besarnya barang, jauhnya lokasi pengiriman barang, keamanan pengiriman sampai pada tujuan dan ukuran berat barang ditentukan berdasarkan basis kilogram.

Kata kunci : Prosedur Penetapan Tarif Pengiriman Barang

**PROSEDUR PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG
PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
CABANG BANDAR LAMPUNG**

Oleh

RIANDO JESEA PRATAMA

(Laporan Akhir)

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
Ahli Madya (A.Md)**

PADA

**Program Studi D3 Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : PROSEDUR PENETAPAN TARIF
PENGIRIMAN BARANG PADA PT. JALUR
NUGRAHA EKAKURIR CABANG BANDAR
LAMPUNG

Nama Mahasiswa : **Riando Jesea Pratama**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1701071045

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing Laporan Akhir

Yuningsih, S.E., M.M.
NIP. 19610326 198603 2001

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi

Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP. 19600105 198603 1 005

Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si.
NIP. 19810126 200801 2011

HALAMAN PENGESAHAN

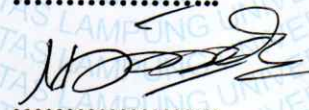
Ketua Penguji : Yuningsih, S.E., M.M.



Penguji Utama : Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.



Sekretaris : Nindytia Puspitasari Dalimunthe, S.E., M.Sc.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian : **Senin, 21 Maret 2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul:

“PROSEDUR PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG BANDAR LAMPUNG”

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 21 Maret 2022

Yang Memberi Pernyataan,



RIANDO JESEA PRATAMA
NPM 1701071045

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 21 Januari 1999 sebagai anak kedua dari enam bersaudara dari pasangan Bapak MUHIDDIN MAHAD dan Ibu SRIYANI. Penulis menyelesaikan pendidikan di :

1. SD NEGERI 5 Kelapa Tujuh, Lampung Utara 2005 sampai dengan 2011
2. SMP NEGERI 1 Kotabumi, Lampung Utara pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2014
3. SMA NEGERI 2 Kotabumi, Lampung Utara pada tahun 2014 sampai dengan 2017

Pada tahun 2017 penulis diterima dan melanjutkan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Lampung.

Pada tahun 2019 penulis melaksanakan Prakter Kerja Lapangan (PKL) / Magang di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung terhitung sejak 01 Juli hingga 11 Agustus tahun 2019.

MOTTO

“Hiduplah Seperti Pohon Kayu Yang Lebat Buahnya, Hidup di tepi Jalan dan
Dilempari Orang Dengan Batu, Tetapi Dibalas Dengan Buah”.

(Abu Bakar Sibli)

PERSEMBAHAN

Laporan akhir ini aku persembahkan kepada Allah SWT, dan Kepada : Kedua orang tuaku, Bapak MUHIDDIN MAHAD dan Ibu SRIYANI, terima kasih atas segala doa dan dukungannya secara moril maupun materil. Terima kasih untuk segala kasih sayang nya dari aku kecil hingga dewasa seperti ini, terima kasih atas ribuan nasehat yang diberikan untuk kebaikanku sendiri, dan terima kasih atas motivasi yang kalian berikan sehingga laporan akhirku selesai dan berjalan dengan lancar.

Semoga aku menjadi orang yang berguna bagi Nusa, Bangsa dan Agama, dan bisa membanggakan semua keluargaku serta membahagiakan orang-orang sekitarku

SANWACANA

Bismillahirraahmanirrahim,

Alhamdulillah rabbi'lalamin puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan judul "**Prosedur Penetapan Tarif Pengiriman Barang Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung**". Laporan akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Selama melaksanakan kerja praktik dan menyusun laporan, penulis memperoleh bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

3. Ibu Dr.Dorothy R H Pandjaitan,S.E.,M.Si Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, yang telah memberikan waktu, ide, dan arahnya.
4. Ibu Yuningsih, S.E.,M.M. Sebagai pembimbing laporan akhir penulis atas kesediannya memberikan waktu, pengetahuan, bimbingan , saran dan kritik, serta kesabaran selama proses penyelesaian laporan akhir ini.
5. Ibu Dwi Asri Ambarwati, S.E., M.Sc. Selaku Dosen Penguji Utama
6. Ibu Nindytia Puspitasari Dalimunthe Selaku Sekretaris Penguji
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya serta membimbing penulis selama kuliah.
8. Bapak Yudi, Bapak Oji, Bapak Agung dan Ibu Utri Karyawan di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis melakukan magang untuk menyusun laporan akhir ini.
9. Keluarga ku Tercinta yaitu, Ayah, Ibu, Biktut, Wakbu dan Adek dan adik adik ku. Terima kasih atas motivasi dan bimbingan yang telah diberikan selama ini.
10. Sahabat Seperjuanganku, Nanda Oktara, Ida, Reza, Chandra, Ryan, Iwel, Danil , Gaw, Aljaza, Bagus Budiman, Rendy, Adji. Terimakasih atas semangat yang telah diberikan selama ini.
11. Sahabat dan Sekaligus Keluargaku, Tam, Fanca, Cahyang, Rio, Farhani, Neri, Royan, Deden, Julian, Adek Iko, Adek Moza, Adek Shabil, Lexotan, Seru.id Team, dan One Frequency Team. Terimakasih atas semangat dan Bantuan yang telah diberikan selama ini

12. Teman-teman seperjuangan DIII Manajemen Pemasaran 2017. Terimakasih atas semangat dan kebersamaannya selama ini.
13. Almamater Tercinta dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan akhir ini.

Bandarlampung, 2 Maret 2022

Riando Jesea Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir	5
1.4 Manfaat Pengamatan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Harga	7
2.2 Pengertian Harga Jasa.....	9
2.3 Macam – Macam Harga.....	9
2.4 Fungsi Harga	11
2.5 Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.6 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga Jasa.....	14
2.7 Metode Dasar Penentuan Harga Jual.....	15
2.8 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK	
3.1 Objek Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.4 Objek Kerja Praktik	20
3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik	20
3.5 Gambaran Umum Perusahaan.....	20
3.5.1 Profil Singkat Perusahaan	20
3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	21
3.5.3 Uraian Jabatan dan Tugas	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pembahasan.....	35
4.1.1 Kebijakan Tarif.....	35
4.1.2 Tujuan Penetapan Tarif Pengiriman	36

4.1.3 Kebijakan Tarif Pengiriman	37
4.1.4 Prosedur Penetapan Tarif Pengiriman	40
4.1.5 Analisis Tarif Pengiriman Berdasarkan Berat Barang	42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Tarif Pengiriman untuk Tujuan Jakarta.....	3
2. Prosedur Pembulatan Satuan Berat Kilogram	43
3. Contoh Kasus.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	16
2. Struktur Organisasi PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.....	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya, sehingga sektor ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia terutama di Indonesia. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap sebagian besar pasokan tenaga kerja.

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan kebutuhan barang juga meningkat baik kebutuhan primer maupun sekunder. Tentunya hal tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi perusahaan-perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa untuk semakin kreatif dan inovatif dalam mensiasati persaingan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dari berbagai industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba instant, mobilitas tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan E-business cenderung meningkat. Perubahan psikografis ini nampak jelas dari perilaku kelompok orang-orang dewasa yang bercirikan kreatif, menyukai hal-hal baru, dinamis, konsumtif, dan berorientasi teknologi.

Hal ini dapat memberikan dampak positif bagi jasa-jasa pengiriman yang ada salah satunya PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung dalam meningkatkan penjualannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:458) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Faktor yang telah dijelaskan diatas, perlu menjadi perhatian bagi PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Dibawah nama resmi yang berlabel Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 26 November 1990 dengan nama PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir oleh Soeprapto Suparno. Pada awal berdirinya, perusahaan ini didirikan sebagai perintis salah satu divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI). Tiki sendiri merupakan perusahaan pengiriman internasional. PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) mengawali bisnisnya tahun 1970 di Jakarta. Ditunjang dengan jaringan yang terbesar luas di Indonesia dengan lebih dari 500 kantor perwakilan TIKI di seluruh pelosok nusantara sebagai bukti nyata bahwa TIKI terus berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumen. Di bawah ini terdapat salah satu daftar tarif pengiriman pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung, untuk tujuan Jakarta.

Tabel 1.1. Daftar tarif pengiriman untuk tujuan Jakarta.

Nama Layanan	Jenis Kiriman	Tarif	ETD (<i>Estimates Days</i>)
YES	Documen/Paket	Rp. 20.000	1 – 1 <i>Days</i>
REG	Documen/Paket	Rp. 15.000	1 – 2 <i>Days</i>
OKE	Documen/Paket	Rp. 13.000	2 – 3 <i>Days</i>
SS	Documen/Paket	Rp. 263.000	1 <i>Days</i>

Sumber: Data sekunder (diolah 2019)

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa terutama jasa pengiriman seperti PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) perlu menggunakan strategi penetapan harga agar mampu bersaing dengan perusahaan jasa ekspedisi lain. Namun keputusan mengenai harga (terutama dalam konteks pemasaran jasa) tidak mudah dilakukan. PT. JNE mengalami situasi yang sama, yakni persoalan penetapan tarif yang bersifat *win-win (fair)* antara JNE dan konsumen, selama ini JNE menggunakan perhitungan tarif berdasarkan berat barang dalam pembulatan basis kilogram.

Harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sulit bersaing dengan kompetitor. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik para pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Sedangkan bila harga murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang. Selain itu, sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:9-18) dalam menetapkan harga suatu produk, perusahaan akan menyesuaikan harga dasar dengan

memperhitungkan berbagai perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. sehingga merasa puas setelah menggunakan jasa pengiriman barang JNE.

Berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya yang ditimbulkan dalam menggunakan layanan jasa tersebut. Kepuasan bauran harga berkenaan dengan kebijakan seperti adanya tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan adanya perbandingan harga diantara berbagai kelompok pelanggan bagi produsen harga yaitu nilai jasa yang jadi penerimaan dari penjual jasa tersebut, sedangkan bagi konsumen harga merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan hal tertentu beserta pelayanannya.

Agar dapat menguasai pangsa pasar yang tepat maka perusahaan harus mampu memposisikan dalam persaingan tersebut, perusahaan harus melakukan kebijakan harga. Konsumen menuntut untuk mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang relative rendah, sehingga mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat, karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap volume penjualan dan pendapatan perusahaan.

Latar belakang diatas menjadi pokok permasalahan dalam penulisan Tugas Akhir dengan mengambil judul “PROSEDUR PENETAPAN TARIF PENGIRIMAN BARANG PADA PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) CABANG BANDAR LAMPUNG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dalam penelitian ini adalah penetapan tarif pengiriman pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Secara detail *research question* adalah bagaimana penetapan tarif pengiriman barang yang digunakan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prosedur penetapan tarif pengiriman barang di pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung

1.4 Manfaat Pengamatan

1. Bagi Penulis

Mengetahui prosedur penetapan tarif pengiriman barang dan dapat mengetahui secara langsung usaha-usaha yang dilakukan perusahaan dalam penetapan tarif pengiriman barang terhadap konsumen. Serta mengaplikasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran yang selama ini diperoleh saat perkuliahan.

2. Bagi Dunia Bisnis

Hasil penelitian yang telah terangkum akan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak sebagai sumbangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan dan bisa menjadi bahan pemikiran yang dapat dipergunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan atau keputusan di bidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan penetapan harga.

Setelah peneliti mengetahui strategi harga yang telah digunakan, perusahaan dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada kemudian dievaluasi untuk perkembangan tahun-tahun berikutnya.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi bahan acuan bagi penyusunan tugas akhir serta dapat digunakan sebagai sumber bacaan dan literatur untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan masukan evaluasi penjualan selama ini telah dilakukan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan keputusan di periode yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Harga

Doyle dan Saunders (2015:56) menemukan bukti empiris bahwa dengan cara mengurangi harga maka akan meningkatkan ancaman ketika harganya akan dinaikkan. Faktor lain yang memperlihatkan bahwa konsumen juga mempertimbangkan harga yang lalu dan bentuk pengharapan pada harga dimasa yang akan datang yang mungkin tidak optimal, apabila konsumen menunda pembelian didalam mengantisipasi harga yang lebih rendah dimasa mendatang. Namun penurunan harga pada merek berkualitas menyebabkan konsumen akan berpindah pada merek lain, akan tetapi penurunan harga pada merek yang berkualitas rendah tidak akan menyebabkan konsumen berpindah pada merek yang lain dengan kualitas yang sama.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada konsumen akan mengevaluasi harga secara tidak absolut akan tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:439) harga adalah sejumlah yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar

konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Kotler dan Susanto (2010:634) bahwa harga merupakan unsur yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menimbulkan biaya. Artinya unsur lain dalam bauran pemasaran membutuhkan dalam pelaksanaannya.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:467), harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Berdasarkan definisi harga diatas maka dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang atau biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Pengaruh harga memberikan gambaran baru tentang strategi komunikasi dan pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Rumusan harga untuk kepuasan konsumen dikemukakan secara luas, bahwa ada dua prinsip mekanisme harga, yaitu potensial menandai kualitas dari sebuah produk. Penjualan produk berkualitas tinggi kemungkinan dapat ditandai oleh tingginya kualitas produk berdasarkan harga yang tinggi pula. Jika hubungan antara biaya tinggi dan kualitas tinggi diketahui, konsumen dapat menduga dari harga yang tinggi bahwa produk itu berkualitas tinggi.

2.2 Pengertian Harga Jasa

Keputusan dalam penetapan harga mempunyai dampak terhadap pelanggan yang menggunakan jasa tersebut, istilah harga dalam bisnis jasa terdapat beberapa sebutan, antara lain harga jasa atau tarif atau ongkos dan lain-lain, adapun pengertian harga jasa sebagai berikut :

Menurut Lupiyoadi (2016:87), menerangkan bahwa harga jasa adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk lain jika perlu) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan dan menurut Mulyadi (2013:348) bahwa harga jasa adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan jasa untuk menghasilkan laba yang dikehendaki atau sepadan dengan investasi yang ditanamkan.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jasa merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menutup biaya penuh agar dapat menghasilkan laba sesuai dengan apa yang diinginkan perusahaan dan mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan.

2.3 Macam-Macam Harga

Setiap perusahaan pada umumnya sudah mengenal macam-macam harga, di antaranya:

- a. Harga subjektif, adalah harga taksiran pembeli dan penjual terhadap barang yang akan dibeli atau dijual.

- b. Harga objektif, adalah harga yang disetujui atau disepakati kedua belah pihak antara pembeli dan penjual.
- c. Harga pokok, adalah nilai uang dari barang-barang yang diberikan pada produksi dan langsung berhubungan dengan hasil barang.
- d. Harga jual, adalah harga pokok ditambah laba yang diharapkan.
- e. Harga pemerintah, adalah yang ditetapkan oleh pemerintah. Misalnya harga dasar padi, beras, gula, terigu, semen dan sebagainya.
- f. Harga bebas, adalah harga yang terdapat di pasaran antara penjual dengan penjual yang diakibatkan adanya persaingan.
- g. Harga dumping, adalah harga yang ditentukan penjual, seperti harga ekspor penjual dipasaran luar negeri untuk merebut pasaran internasional dan menjual harga yang lebih mahal di pasaran dalam negeri.
- h. Harga gasal (*Odd Price*), adalah harga yang angkanya tidak bulat, misalnya Rp 7.777.00. Cara ini maksudnya untuk memengaruhi pandangan konsumen atau pembeli bahwa harga produk itu lebih murah.
- i. Harga daftar (*List price*), adalah harga yang diberitahukan terlebih dahulu.
- j. Harga neto (*Net price*), adalah harga yang harus dibayar oleh pembeli, dengan kata lain harga neto adalah bersih.
- k. Harga zone (*Zone price*), adalah harga yang sama untuk satu daerah atau zone geografi tertentu.

- l. Harga titik dasar (*Basing point price*), adalah harga didasarkan atas titik lokasi tertentu.
- m. Harga stempel pos (*postage stamps delivered price*), adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarannya.
- n. Harga pabrik (*factory price*), adalah harga pabrik yang harus dibayar oleh pembeli, sedangkan transportasinya dari pabrik harus ditanggung oleh pembeli. Dapat juga menyerahkan produknya sampai di atas kapal atau alat angkut lainnya yang disediakan pembeli.
- o. Harga f.a.s (*free alongside*), adalah biaya angkutan ditanggung penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkaran produk ditanggung oleh pembeli.
- p. Harga c.i.f (*Cost insurance and freight*), adalah harga barang yang di ekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman sampai diserahkan barang tersebut kepada pembeli.

2.4 Fungsi Harga

Bagi perusahaan maupun konsumen, harga berfungsi sebagai:

- a. Sumber pendapatan dan atau keuntungan untuk pencapaian tujuan produsen (harga diatas biaya-biaya produk memberikan keuntungan bagi perusahaan).
- b. Pengendali tingkat permintaan dan penawaran (terutama bila bersifat elastik, permintaan akan meningkat jika harga turun dan sebaliknya).

- c. Mempengaruhi program pemasaran dan fungsi-fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan. Harga dapat berperan sebagai pengaruh terhadap aspek produk (pergeseran orientasi, kualitas, atau citra produk), distribusi (mengendalikan intensitas distribusi), atau promosi (diskon, obral, hadiah, dan sebagainya).
- d. Mempengaruhi perilaku konsumsi dan pendapatan masyarakat (harga rendah dapat meningkatkan konsumsi masyarakat dan upah yang tinggi bagi jasa masyarakat akan mempengaruhi konsumen).

2.5 Tujuan Penetapan Harga

Adapun tujuan penetapan harga sebagai berikut:

- a. Mendapat keuntungan sebesar-besarnya

Artinya dengan menetapkan harga yang kompetitif maka perusahaan akan mendulang untung yang optimal.

- b. Mempertahankan perusahaan

Artinya dari marjin keuntungan yang didapat perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan. Contoh: gaji karyawan untuk bayar tagihan listrik, tagian air, pembelian bahan baku, biaya transportasi dan lain sebagainya.

- c. Menggapai ROI (Return On Investment)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian Return On Investment (pengembalian investasi) yang diinginkan.

- d. Perusahaan pasti menginginkan balik modal dari investasi yang ditanam pada perusahaan sehingga penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali.
- e. Menguasai pangsa pasar

Artinya dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran. Tujuan penetapan harga dapat mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai atau tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu (*Frandy, dkk, 2014:474*).

Penjual barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual maupun antar barang yang satu dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Harini (2013:55) adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atau investasi.

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

2. Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian

harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.

3. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapat bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijakan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.
4. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan.

Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga beberapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa ia belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

5. Penetapan harga untuk memaksimir laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba. Memang secara teoritis harga bisa berkembang tanpa batas.

2.6 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga Jasa

Menurut Tjiptono (2016:194-197), bahwa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penetapan harga jasa adalah sebagai berikut:

- a. Elastisitas Harga Permintaan

Efektivitas program penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan, karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga perlu diketahui.

b. Faktor Persaingan

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.

c. Faktor Biaya

Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga. Artinya, tingkat harga minimal harus bisa menutup biaya (setidaknya biaya variabel).

d. Faktor Lini Produk

Dalam banyak kasus, penetapan harga sebuah produk bisa berpengaruh terhadap penjualan produk lainnya yang dihasilkan oleh perusahaan yang sama.

2.7 Metode Dasar Penentuan Harga Jual

Metode penetapan harga yang didasarkan pada biaya dalam bentuk yang paling sederhana, menurut Swasta (2011:154-155), menyebutkan yaitu:

a. Cost Plus Pricing Method

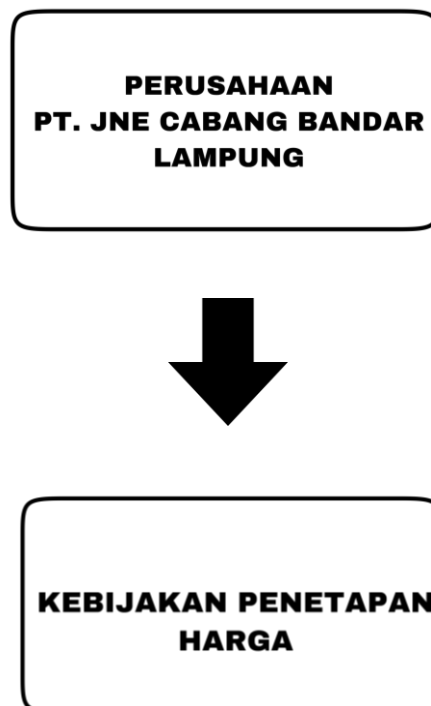
Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit

ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan (disebut margin) pada unit tersebut.

b. Mark Up Pricing Method

Metode yang banyak dipakai oleh para pedagang. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark up. Jadi mark up merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya.

2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan jasa akan menentukan harga untuk jasanya dengan sebaik baiknya. Harga bagi perusahaan jasa tidak hanya berguna untuk memberikan nilai suatu jasa, tetapi juga berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima perusahaan perusahaan jasa tersebut maupun dapat menentukan seberapa jauh kualitas layanan jasa yang dinilai oleh konsumen dan proses pembangunan citra perusahaan. Sehingga perusahaan jasa khususnya dalam bidang jasa pengiriman barang harus membuat strategi harga yang dapat menarik konsumen dan dapat bersaing dengan jasa pengiriman barang lainnya, yang nantinya dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung yang ber alamat di Jl. *Imam Bonjol* No.351, Langkapura, Kota Bandar Lampung, Lampung. Penelitian deskriptif yang merupakan penelitian yang penjabarannya tertuang dalam bentuk kalimat, bukan angka. Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh keterangan-keterangan mengenai Prosedur Penetapan tarif Pengiriman Barang Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian dalam penyelesaian Laporan Akhir ini diperoleh dari PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung dari dua sumber, antara lain:

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang dicapkan secara lisan, perilaku yang dilakukan oleh subyek yang dapat dipercaya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara

tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder berupa bukti catatan, studi pustaka, dokumen atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan deskripsi yang tepat dan lengkap dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi / Studi Lapangan

Teknis pengumpulan data ini dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai Kualitas Layanan Jasa di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan melalui Tanya jawab secara langsung yang berpedoman pada pertanyaan berstruktur yang telah dipersiapkan dan ditujukan pada pimpinan perusahaan dan karyawan pada bagian pelayanan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.

c. Dokumentasi

Di dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti benda-benda tertulis seperti buku-buku, Dokumen, catatan harian dan sebagainya. Dokumen diperlukan untuk mendukung kelengkapan data yang lain. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang bandar Lampung,

internet, dan lain-lainya yang berkaitan dengan kualitas layanan jasa pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

Penelitian ini dilakukan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berlokasi di Jl. Imam Bonjol No.351, Langkapura, Kota Bandar Lampung, Lampung. Waktu penelitian dilaksanakan 40 hari, yaitu mulai tanggal 1 Juli – 11 Agustus 2019 dari jam 08.00 – 16.00 WIB.

3.5 Gambaran Umum Perusahaan

3.5.1 Profil Singkat Perusahaan

JNE dan TIKI dahulu masih dalam satu naungan pada PT TIKI Jalur Nugraha Ekakurir di dirikan pada tanggal 26 November 1990. Di mulai oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurus jaringan kurir internasional. Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah yang sama. Karena kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan sendiri dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang membedakannya dari TIKI. JNE membeli gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Center. Kemudian pada tahun 2004 JNE membeli gedung untuk dijadikan Kantor Pusat. Keduanya berada di Jakarta. Kantor pusat PT JNE berada di Tomang Raya No 9 & 11 Jakarta Barat. Maraknya pasar Online Indonesia membuka peluang JNE untuk mengambil bagian dalam

distribusi barang yang diperjualbelikan. Hingga saat ini pelaku usaha maupun konsumen banyak menggunakan jasa JNE. Dengan demikian JNE meluaskan jaringan usahanya ke berbagai provinsi, salah satunya di Lampung. JNE Cabang Utama Bandar Lampung berdiri pada tanggal 1 Januari 2000. Yang kegiatan operasionalnya hanya 6 sampai 8 karyawan. Gedung pertama JNE Cabang Utama Bandar Lampung berada di Jalan M. Syarif Batubara Bandar Lampung. Kemudian pindah lokasi di Jalan Tamin. Tak lama kemudian, karena semakin melonjaknya permintaan jasa dan tidak memungkinkan untuk kegiatan operasional, maka JNE Cabang Utama Bandar Lampung mendirikan kantor JNE di Jalan Imam Bonjol Bandar Lampung dengan jumlah karyawan 214 orang, yang seluruh kegiatan utama operasional di tempat tersebut. Saat ini, JNE telah tersebar luas di seluruh kabupaten yang ada di Lampung. Terhitung sampai saat ini JNE Bandar Lampung mempunyai 98 agen dan 3 kantor perwakilan.

3.5.2 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini adalah visi dan misi PT. Jalur Nugra Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung :

a. VISI

1. PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.

b. MISI

1. PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Bandar Lampung adalah memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.

3.5.3 Uraian Jabatan dan Tugas

a. Deskripsi Pekerjaan Bagian Operasional/Unit Inbound

1. Tugas Admin *Inbound*

- a) Memproses *Inbound Shipment* yang bermasalah (Rusak, Pecah, Bocor, Invalid, kurang, lebih) melaporkan, dan mem-*follow up*.
- b) Memastikan dokumentasi tersedia dan bisa digunakan dan sistem file yang teratur/rapih (form serah terima bandara, form ceklis inbound, form undel, form produktivitas, form serah terima, form lembur, dan form-form/dokumentasi lainnya)
- c) Melakukan kontrol dan *follow up* serta reporting setiap masalah *Inbound* (*Unrunsheet, Un Inbound, Kiriman Rusak, Kiriman Missroute, Criss Cross*)
- d) *Monitoring, Controlling, dan follow up Email*, telpon, dan media komunikasi lainnya, dan berkoordinasi dengan Pihak terkait baik internal maupun eksternal JNE.
- e) Mengontrol dan memberikan instruksi/perintah terkait tugas dan fungsi kepada Tim *Rider/Driver Delivery, Tim Inbound*.
- f) Melakukan pemeriksaan Undel, melaporkan, dan mem-*follow up*.

2. Tugas *Inbound Staf*

- a) Melakukan proses *Inbond*
- b) Kontrol *traffic, request* pelanggan (ambil sendiri, pesanan *urgent*, dan lain-lain)

- c) Mengontrol dan memonitor kiriman *inbound* baik by sistem maupun fisik
- d) Membantu staf *delivery* melengkapi dokumen *delivery*.
- e) Melayani pengambilan sendiri barang pelanggan.

3. Tugas *Delivery* Staf

- a) Melakukan *Area* proses inbound dan Sortir *Delivery*.
- b) Mengecek kesesuaian fisik barang kiriman dengan *Delivery Runsheet*
- c) Pengecekan kelengkapan data dokumentasi dan Pengecekan kesesuaian area.
- d) Menjaga keamanan kiriman, menjaga keamanan berkendara dan melakukan *delivery* sesuai waktu (ketepatan tujuan, serah terima, dan lain-lain) serta menyerahkan paket dan setoran kiriman *collect*.

b. Deskripsi Pekerjaan Bagian Operasional / Unit Outbound

1. Tugas *Pick up Sub Unit Head*

- a) Bertanggungjawab mengkoordinasikan terhadap proses pick up, serah terima di wilayahnya, melaksanakan *control pick up order* per wilayah
- b) melaksanakan *control traffic rider/driver pickup* per wilayah
- c) Bertanggungjawab dalam menghimpun dan melaporkan setiap form, laporan yang berhubungan dengan pick up wilayahnya, melakukan receiving hasil pickup dari rider/driver wilayahnya dan membantu dalam proses *outbond receiving, sortir, manifesting, bagging, closing*.

2. Tugas Rider dan Driver Pick up

- a) Melaksanakan pickup kepada pelanggan, agen, cabang, kantor perwakilan, dan counter lain sesuai SOP
- b) Membantu dalam proses *outbond receiving, sortir, manifesting, bagging, closing*.

3. Tugas Admin Outbond

- 1) Menghimpun dan bertanggungjawab terhadap semua *file*, laporan, form dari *rider*, driver atau *leader* wilayah untuk disimpan, atau diserahkan dengan Unit lain terkait, membuat *manifesting*, laporan pending shipment
- 2) membuat laporan-laporan yang berhubungan dengan operasional outbond baik harian, mingguan, atau bulanan.
- 3) Melakukan dan menindaklanjuti email dan komunikasi lainnya dengan pihak eksternal dan melakukan control kiriman outbond hingga destination (monitoring traffic dan shipment).

4. Tugas Undel Outbound Staf

- a) Menindaklanjuti *problem pending shipment outbond* kepada pihak-pihak terkait hingga masalah selesai.
- b) Menindaklanjuti *problem undel barang outbond didestination* hingga masalah selesai.

5. Tugas Outbound Staf

- a) Melaksanakan proses kegiatan *receiving, sortir, manifesting, bagging, closing*.

6. Tugas Packing Staf

- a) Melaksanakan packing (kayu, bubble pack, atau metode lainnya) untuk kiriman yang perlu dilakukan packing.
- b) Melakukan re-packing kiriman yang diperlukan re-packing karena kemasan kurang baik.

c. Deskripsi Pekerjaan Bagian Operasional *Unit Transit Dan Intracity*

1. Tugas Transit Staf

- a) *Sortir Area* Cabang dan pembuatan *Delivery Runsheet*
- b) Mengecek kesesuaian fisik barang kiriman dengan *Delivery Runsheet* dan mengecek kelengkapan data dokumentasi.

2. Tugas Rider Delivery Intracity

- a) Melakukan *delivery* kiriman *intracity* tujuan Kota Bandar Lampung dan melakukan proses monitoring kiriman *intracity* dari mulai serah terima, *delivery* dan monitoring POD.
- b) Deskripsi Pekerjaan Bagian Operasional atau unit logistic

3. Tugas Logistik Staf

- a) Melaksanakan proses operasional setiap project logistik JNE baik yang sifatnya *Inbound* dan *Outbound* sesuai dengan SLA (*Service Level Agreement*) *project* dalam melaksanakan tugasnya sebagai operasional logistik, dapat berkoordinasi dan bekerjasama dengan Unit lain di

Section Operasional, seperti Unit Operasional Inbound, Operasional *Outbound* atau Operasional *Transit*.

4. Tugas Trucking Staf

- a) Melakukan proses operasional *trucking* baik *intracity* maupun domestik dan melakukan serah terima dengan penerima Cabang (jika langsung).

5. Tugas *Costumers Service (CS) Retail Officer*

- a) Melayani pertanyaan dan aduan dari pelanggan retail/umum terkait *problem* dan *tracking* kiriman baik melalui alat komunikasi (phone, SMS, email, media lain, mapun tatap muka)
- b) melayani setiap pertanyaan mengenai produk dan layanan baik phone, email, SMS dan media lainnya
- c) Meneruskan/*Tracking* setiap masalah yang masuk ke setiap pihak terkait hingga permasalahan selesai dan melakukan *Monitoring YES Outbound*

6. Tugas *CS Corporate Officer*

- a) Menerima informasi/komplain dari pelanggan *Corporate* dan menindak lanjutinya ke seluruh bagian.
- b) Melakukan monitoring kiriman *customer corporate outbound* termasuk kiriman khusus makanan khas Lampung dan melakukan monitoring kiriman *customer corporate, project..*

7. Tugas CS Channel Officer

- a) Menerima informasi/komplain kiriman dari *Channel* (Agen, Kantor Perwakilan, Cabang) dan meneruskannya/tracking ke bagian-bagian terkait.

8. Tugas Tracer Daerah

- a) Menerima komplain kiriman inbound tujuan daerah TKG2 dan melakukan tracking status ke daerah/cabang dan melakukan kontrol Open daerah dan tindak lanjut.
- b) Mengumpulkan dan Laporan tujuan Luar Kota, dan mem-follow up/retur.

9. Tugas Tracer Kota

- a) Menerima komplain kiriman inbound tujuan daerah dan melakukan tracking status ke daerah/Cabang.
- b) Melakukan kontrol TKG 1 dan tindak lanjut.

10. CS Support Officer

- a) Melakukan monitoring kiriman REG/OKE Outbound, melakukan monitoring kiriman YES *Inbound*, *Unrunsheets* dan *Mem-back up call center* di malam hari.
- b) Melakukan monitoring kualitas input dan melayani complain dan klaim di malam.

11. Tugas Information Service Staf

- a) Melayani *request, quering, complain customer walk- in* dan meneruskannya ke pihak-pihak terkait jika tidak selesai dan menerima permintaan, melayani pengambilan sendiri, kemudian meneruskan perintah ke Tim Unit Operasional Inbound.
- b) Melakukan serah terima barang dengan pelanggan sesuai standar operasional perusahaan dan melakukan runsheet kiriman yang akan diambil sendiri.

d. Deskripsi Pekerjaan Bagian *Sales Section*

1. Tugas *Sales Support dan Marketing*

- a) *Me-manage* dan menyiapkan segala tools atau perlengkapan, surat menyurat dokumentasi untuk keperluan Team *Sales Marketing*. Melakukan *Tele Sales* kepada *customer corporate* maupun agen dan mengkoordinasikan program-program marketing (JLC, promosi, event promo)
- b) Mengkoordinasikan program *marketing-corporate social responsibility*, melakukan strategi price/tarif dan pengembangan produk dan memonitor/mengeksekusi di tahap awal.

2. Tugas *Sales Corporate Head atau Officer*

- a) Mencari dan mengkoordinasikan customer corporate baru baik secara mandiri maupun dengan memberdayakan seluruh SDM dan jaringan di bawah koordinasinya dan melaksanakan dan mengkoordinasikan project

- b) Melakukan *maintainance customer corporate* baru baik secara mandiri maupun dengan memberdayakan seluruh SDM dan jaringan di bawah koordinasi.
- c) Melakukan *Up selling* atau *cross selling customer corporate* baru baik secara mandiri maupun dengan memberdayakan seluruh SDM dan jaringan di bawah koordinasinya
- d) Melakukan pembinaan customer agar bisa melaksanakan transaksi dan operasional dengan baik.
- e) Melakukan kontrol kualitas operasional dan layanan customer service yang baik bagi customer corporate dan berkoordinasi dengan pihak terkait (operasional)

3. Tugas Sales Retail Officer

- a) Bertanggung jawab terhadap segala target dan kinerja Agen kota dan luar kota.
- b) Bertanggung jawab terhadap kualitas Agen kota dan luar kota dalam hal; Sales/Penjualan, *brand image/marketing* serta standar layanan SCO, operasional, *customer servise*, administrasi (manajemen kantor) dan *Finance Acc*, IT, SD/Human Capital.

4. Tugas Kepala Kantor Perwakilan

- a) Bertanggung jawab terhadap segala aktifitas di Kantor Perwakilan

- b) b. Bertanggung jawab terhadap kualitas; Penjualan retail dan *corporate*, *brand image*, *operasional*, *customer service*, Administrasi (manajemen kantor) dan keuangan di wilayah Kantor Perwakilan
- c) Mengkoordinasikan dan kontrol tugas dan fungsi SDM yang berada di Kantor Perwakilan Bertanggung jawab melayani penjualan retail di cash counter kepada customer Kantor Perwakilan.

5. Tugas Sales Counter Officer

- a) Bertanggung jawab melayani penjualan di cash counter kepada customer Kantor Perwakilan dengan baik, sesuai dengan standar operasional yang berlaku

e. Deskripsi Pekerjaan Bagian Finance

1. Tugas Quality Control and Invoicing Income Cash Officer

- a) Melakukan kontrol dan penagihan uang cash (Cabang, KP, Agen) dan melaksanakan pendataan, pelaporan dan pendokumentasian transaksi cash Cabang, KP & Agen
- b) Melaksanakan verifikasi, pelaporan dan pendokumentasian transaksi cash dan Melakukan pendataan dan pelaporan asuransi.
- c) Melakukan penagihan dan pengembalian dana jika ada selisih *Quality Control and Invoicing Income Credit Officer*.
- d) Melakukan pengecekan, pencatatan dan pelaporan setoran penjualan corporate (kredit dan cash tunda) Melaksanakan pengentrian data, QC dan verifikasi data *customer credit*, *Cash Tunda*.

- e) Melakukan pelaporan hasil *Quality Control* dan menindak lanjuti kepada pihak-pihak terkait dan membuat dan menerbitkan Invoice (*Credit* dan *Cash Tunda*)

2. Tugas *Cashflow Officer*

- a) Melaksanakan Pencatatan, pendokumentasian dan pelaporan data kas keluar.
- b) Melaksanakan fungsi monitoring dan pengawasan aspek legal kas masuk dan keluar dan melaksanakan pembuatan Laporan Keuangan *Cash Flow* (kas harian dan *cash count*).

3. Tugas *Budgeting and Cost Control Officer*

- a) Melakukan strategi dan anggaran keuangan periodik serta menginputnya di Jurnal.
- b) Mengontrol dan memberikan persetujuan setiap pengajuan dana/pengeluaran dana sebelum dikeluarkan oleh Kasir (Jika ada hal yang menyangkut kebijakan harus dikoordinasikan dengan Pimpinan Cabang)
- c) Melaksanakan pembuatan data, pendokumentasian rekonsiliasi antar bank dengan berkoordinasi dengan kerja kasir, *cost to cost* dan administrasi dan membuat, menganalisa Laporan Keuangan: Laba/Rugi dan Neraca

4. Tugas *Tax Officer*

- a) Melakukan perhitungan, kontrol, pembayaran dan manajemen pajak

f. Deskripsi Pekerjaan Bagian *General Affair And Human Capital Section*

Unit General Affair

1. Tugas Khusus GA Unit Head

- a) Melaksanakan fungsi legal (Undang-undang).
- b) Mengoptimalkan SDM.

2. Tugas *Purchasing Officer*

- a) Melakukan verifikasi setiap vendor dalam penyediaan perlengkapan Cabang Utama yang efisien dan berkualitas (baik beli, pinjam atau sewa) dan melakukan pembelian setiap perlengkapan yang menjadi kebutuhan Cabang Utama sesuai target dan perencanaan yang jelas (baik beli, pinjam atau sewa)
- b) Melakukan pengurusan legalitas yang berhubungan dengan cabang (perizinan usaha, pajak, dll)

3. Tugas *Warehousing and Distribution Officer*

- a) Bertanggung jawab memelihara, mengontrol dan perbaikan setiap inventaris kantor yang menjadi milik/sewaan Cabang Utama dan bertanggung jawab melakukan control penyimpanan setiap perlengkapan operasional dan Bertanggung jawab untuk mendistribusikan dan control penggunaan setiap sarana dan perlengkapan penunjang pekerjaan kepada seluruh bagian/Unit di kantor cabang.

g. Deskripsi Pekerjaan Bagian *Unit Information Technology*

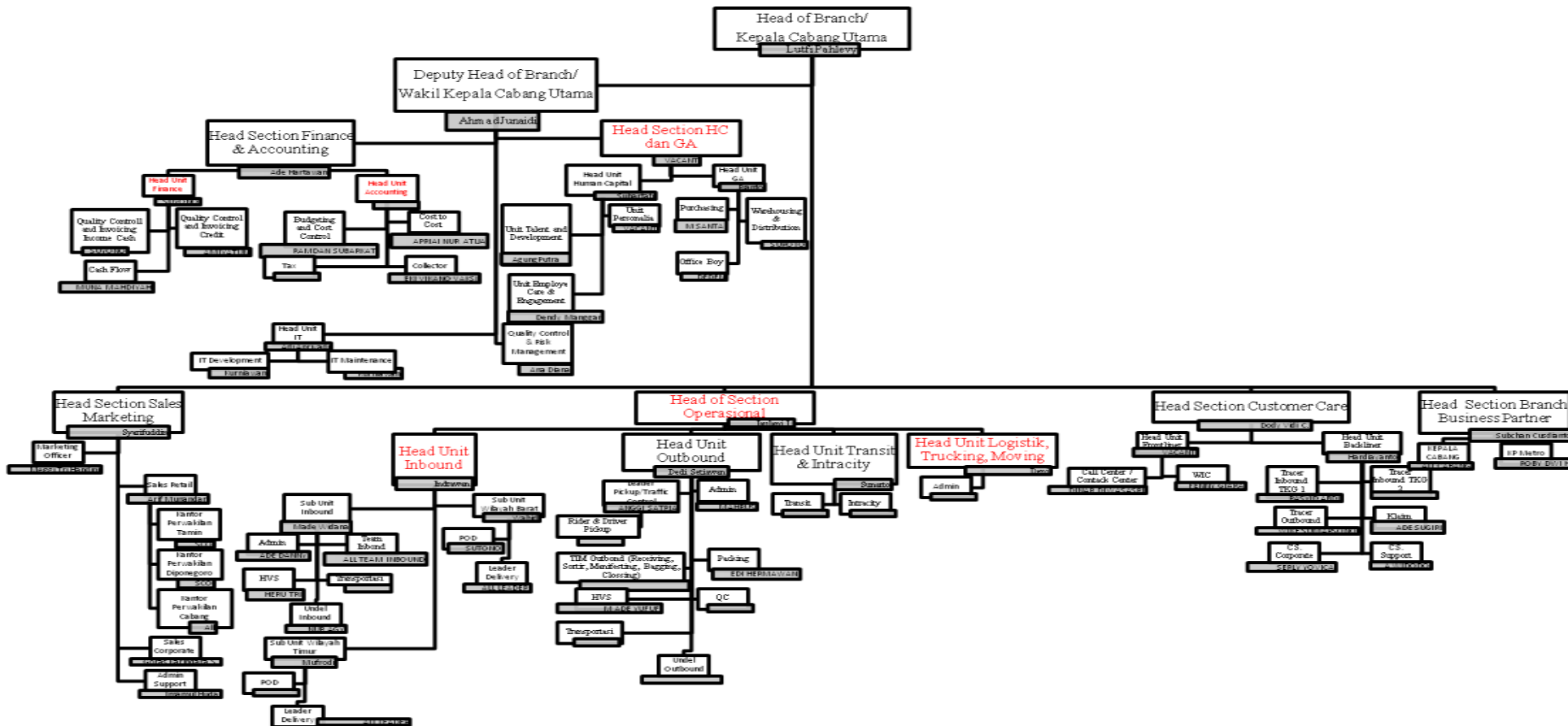
1. Tugas *IT Maintenance Officer*

- a) Melakukan pemeliharaan dan perbaikan baik hardware maupun *software* setiap perlengkapan IT dan menyelesaikan setiap problem yang berhubungan dengan IT (*My orion*, dsb)

2. Tugas *IT Development Officer*

- a) Membangun sistem IT yang optimal yang mampu memperlancar kegiatan seluruh unit dan melakukan instalasi setiap yang berhubungan dengan IT (Komputer, CCTV, kelistrikan, jaringan komunikasi) baik hardware maupun software, baik di kantor cabang utama, kantor perwakilan, agen dan sub agen atau cabang.

Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung



Sumber: PT. Jalur Nugra Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mampu menghasilkan pendapatan (Kotler 2000 : 57). Harga mempengaruhi persaingan dalam pemasaran, selain itu harga juga mempunyai pengaruh terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan secara langsung. Harga juga mampu mengkomunikasikan positioning nilai merek perusahaan, sehingga produk yang memiliki daya tawar dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi sehingga menghasilkan keuntungan yang besar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung, disimpulkan bahwa prosedur penetapan tarif pengiriman barang pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu dihitung berdasarkan jenis layanan yang digunakan, berat barang, dan jauh tujuan pengiriman. Sedangkan perhitungan berat barang, PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) menetapkan pembulatan dalam satuan kilogram.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung, sebaiknya melakukan antara lain :

1. Menjaga kesesuaian harga dengan kualitas jenis layanan sehingga dengan kualitas jasa yang baik akan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan yang nantinya dapat terjadi repeat buying oleh konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandar Lampung.
2. PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam melakukan prosedur penetapan tarif pengiriman seharusnya memberlakukan perhitungan dengan satuan ons setelah minimum charge karena dengan memberlakukan perhitungan tersebut pihak perusahaan dengan konsumen akan sama-sama diuntungkan dan perhitungan tarifnya pun akan lebih jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler dan Armstrong (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Prenhalindo

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Doyle dan Saunders, (2015). *Marketing Management*, New York : Mc Graw Hill

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Susanto (2010) *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jilid II, Jakarta : Salemba Empat

Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Lupioyadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran* Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Servqual>

<https://id.wikipedia.org/wiki/JNE>