

**LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN
KEMITRAAN JNT CARGO KADISOKA YOGYAKARTA**

**Diajukan sebagai syarat salah satu syarat untuk
memperoleh Gelar Sarjana**



Disusun Oleh:

LINGGA BAHTIAR

1119 30677

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

APRIL 2023

TUGAS AKHIR

KEMITRAAN JNT CARGO KADISOKA, YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

LINGGA BAHTIAR

Nomor Induk Mahasiswa: 111930677

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 25 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

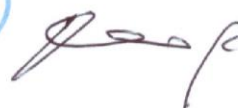
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Lita Kusumasari, S.E., M.S.A., Ak., CA.

Penguji



Rudy Badrudin, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 25 Mei 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN
KEMITRAAN JNT CARGO KADISOKA YOGYAKARTA

¹Lingga Bahtiar,²Lita Kusumasari, S.E., M.S.A., CA.,³Rudy Badrudin, Dr., M.Si.

¹Mahasiswa Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan
Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta

²Dosen Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga
Pahlawan Negara Yogyakarta

³Dosen Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Keluarga Pahlawan
Negara Yogyakarta

ABSTRAK

JNT Cargo merupakan jasa yang bergerak di bidang logistik atau pengiriman barang yang berfokus pada pengiriman paket besar dan dapat mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia. Layanan yang diberikan JNT Cargo untuk saat ini yang sudah beroperasi adalah *Fast Track*, *Carter*, *Self Pickup*, *Ez Track* dan *Max Track*. Business Model Canvas merupakan alat yang tepat untuk merumuskan strategi manajemen pada usaha JNT Cargo Kadisoka karena dengan menggunakan model bisnis ini dapat mengetahui seluruh aspek dalam bisnis yang berhubungan satu sama lain. Model bisnis ini diharapkan setiap hubungan dapat menciptakan peluang yang lebih baik daripada sebelumnya tanpa melalui keputusan strategi yang dirancang.

Pendapatan yang didapatkan tidak tetap dan dapat berubah-ubah tergantung dari pengiriman yang dilakukan oleh pelanggan. Pendapatan Jasa pengiriman tidak dapat diprediksi terkadang mengalami penurunan dan mengalami kenaikan. Kesimpulan yang didapat adalah potensi dan prospek jasa pengiriman ke depannya akan terus berkembang, pemilihan lokasi merupakan kunci utama dalam berbisnis, dan pemilihan

strategi yang tepat untuk menjalankan usaha sangat berpengaruh dalam perkembangan bisnis.

Kata kunci: JNT Cargo, Jasa Pengiriman, Logistik.

ABSTRACT

JNT Cargo is a service engaged in logistics or freight forwarding that focuses on sending large packages and can cover almost all regions of Indonesia. The services provided by JNT Cargo that are currently operating are Fast Track, Carter, Self Pickup, Ez Track dan Max Track. Business Model Canvas is the right tool to formulate management strategies in the JNT Cargo Kadisoka business because using this business model can find out all aspects of the business that are related to each other. This business model is expected that each relationship can create better opportunities than before without going through strategic decisions designed.

The revenue earned is not fixed and can change depending on the shipments made by customers. Delivery service revenue cannot be predicted, sometimes it decreases and sometimes it increases. The conclusion obtained is that the potential and prospects for future delivery services will continue to grow, location selection is the main key in doing business, and choosing the right strategy for running a business is very influential in business development.

Keyword: JNT Cargo, Shipping Services, Logistics.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

A. PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi pada era globalisasi membuat jasa pengiriman barang menjadi berkembang dan diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat Indonesia. Masyarakat selalu mencari kenyamanan dan kemudahan di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang membuat masyarakat menyukai segala hal terutama dalam hal pengiriman barang yang berhubungan dengan jangkauan wilayah yang luas. Jasa pengiriman merupakan salah satu solusi untuk masyarakat yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan pengiriman barang, pengiriman barang sangat dicari karena keefektifan dan efisiensi. Banyak orang yang melakukan pengiriman barang menjadikan jasa pengiriman menjadi penting bagi masyarakat. Jarak antara pengirim dan penerima tidak terbatas dan jarak ini dapat dibantu oleh jasa

pengiriman (Parhusip, Putro, & Setiawan, 2017).

Kebutuhan pengiriman barang dalam ukuran besar semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan pasar saat ini, pertumbuhan jasa pengiriman melalui cargo adalah 11% per tahun dan diperkirakan mencapai \$105,3 Miliar pada tahun 2023 (Gilar, 2021). Menurut Badan Pusat Statistik, dinamika industri logistik di tahun 2022 dapat bervariasi hingga kebijakan *Zero ODOL (Over Dimensi and Over Load (ODOL))* adalah kondisi kendaraan yang ukurannya tidak sesuai dengan standar produksi pabrik dan muatannya melebihi batas yang ditetapkan oleh negara) 2023 hingga kenaikan harga bahan bakar minyak. Namun demikian, ada beberapa capaian yang bisa disyukuri seperti pulihnya sektor pengiriman dan pergudangan sejak kuartal I/2022 sebesar 15,79%, yang tumbuh kembali di kuartal II dan III sebesar 21,27% dan 25,81% (Riefqi,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2023). Data tersebut, cargo merupakan bagian penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Kebutuhan akan pengiriman barang merupakan hal yang paling utama dalam jual-beli, di era digital (*online*).

Pemilihan JNT Cargo dilandasi dari kemudahan dalam bergabung ke dalam JNT Cargo sebagai investasi perorangan dan mendapatkan pelatihan operasional selama satu bulan. JNT Cargo memberikan peluang bagi masyarakat untuk membuka bisnis di bidang pengiriman barang melalui kemitraan logistik kargo untuk menjangkau pengiriman ke seluruh Indonesia, cakupan JNT Cargo untuk saat ini 98% dari wilayah Indonesia kecuali Papua.

Pemilihan JNT Cargo sebagai kegiatan wirausaha sangatlah tepat karena kemitraan yang ada di JNT Cargo memiliki perkembangan yang baik, pendapatan yang relatif stabil.

Kemitraan ini berbeda dengan kemitraan lainnya, biaya yang harus dikeluarkan untuk bergabung kedalam Mitra B JNT Cargo tidak banyak dan apabila kami sebagai mitra ingin memutus kemitraan uang yang kami depositokan akan dikembalikan sepenuhnya. Pembagian laba untuk Mitra B sebesar 25% dari ongkos kirim setiap barangnya. Mitra B juga mendapatkan training selama 3 bulan dengan didampingi trainer JNT Cargo, agar dapat mengenali tugas dan tanggung jawab sebagai Mitra B

Permasalahan yang akan dibahas yaitu; Pertama: Bagaimana strategi pemasaran (pengenalan) jasa JNT Cargo agar dapat dikenal di masyarakat? Kedua: Bagaimana cara menganalisis proses pengelolaan keuangan sebagai kemitraan JNT Cargo?

2. TUJUAN PROYEKSI KEWIRAUSAHAAN

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan proyeksi kewirausahaan ini adalah sebagai berikut; Pertama Memberikan solusi kepada masyarakat umum dalam mengirimkan paket yang berukuran besar dan berat lebih dari 5 (lima) kilogram dengan biaya yang terjangkau. Kedua; Meningkatkan kemampuan dan wawasan mengenai kewirausahaan. Ketiga; Mendapatkan laba.

3. KONTRIBUSI PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Kontribusi dari proyek Kewirausahaan sebagai kemitraan JNT Cargo yaitu:

- 1) Mengasah kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha secara langsung.
- 2) Membuka lapangan kerja.
- 3) Mengenalkan jasa pengiriman JNT Cargo kepada masyarakat di sekitar Kadisoka dan sekitarnya.

B. BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

1. PROFIL PERUSAHAAN

JNT Cargo merupakan pengembangan dari lini bisnis pengiriman express menjadi pengiriman barang besar yang dibawah payung JNT Group. JNT Group adalah salah satu perusahaan logistik yang berbasis teknologi pertama kali di Asia Tenggara dengan mengusung *e-commerce* sebagai bisnis intinya, dan pengiriman antar kota, antar provinsi serta internasional yang didirikan pada Agustus 2015. Setelah sukses beroperasi pada jenis pengiriman *express*, pada tahun ke-6 JNT Group resmi meluncurkan layanan JNT Cargo sebagai bentuk pengembangan lini bisnis baru. JNT Cargo berfokus pada pengiriman paket besar, yang dapat mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

JNT Cargo resmi beroperasi mulai tanggal 20 Agustus 2021, di bidang logistik atau pengiriman barang dengan paket lebih dari 10 (sepuluh) kilogram dengan layanan 24 jam. JNT Cargo terus mengoptimalkan biaya logistik berdasarkan standar operasi terkemuka, dengan mengutamakan sistem distribusi gudang yang kuat, serta aplikasi logistik yang canggih demi meningkatkan nilai distribusi usaha. JNT Cargo terus melakukan inovasi agar kelak kedepannya selalu menjadi pilihan utama saat ingin mengirimkan paket besar. Slogan JNT Cargo mengusung “Paket Besar, Cari JNT Cargo”. JNT Cargo untuk saat ini memiliki 65 gudang penyortiran berskala besar, 300 jalur eksternal, lebih dari 3000 mitra dan memiliki hingga 3500 karyawan.

Menurut Triguno dalam (ADHA, 2020) Budaya kerja adalah hal-hal yang perlu dipertimbangkan saat berbisnis dengan perusahaan atau

organisasi dalam membangun kinerja karyawan dalam produktivitas di divisi masing-masing untuk menuju perusahaan yang berkembang dan sukses yang dilakukan secara sadar oleh setiap individu, sedangkan kesadaran adalah sikap seseorang yang rela mengikuti semua aturan dan sadar akan tanggung jawab dan tugas yang telah diberikan kepadanya.

Menurut Ruliyansyah dalam (ADHA, 2020) Budaya kerja adalah cara untuk melakukan pekerjaan sehari-hari dengan kualitas tinggi adalah latar belakang nilai-nilai yang bermakna, sehingga akan menjadikan hal tersebut menjadi motivasi, menginspirasi, bekerja lebih baik, dan akan membuat puas bagi pelanggan yang dilayani.

2. **MARKETING MIX**

Bauran pemasaran memiliki arti sebagai alat pemasaran yang terdiri dari berbagai macam program pemasaran yang wajib diperhatikan supaya berhasil menerapkan strategi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasaran dan positioning yang telah ditetapkan (Rambat & Dedy, 2006). Menurut (Kotler & Keller, 2016), produk jasa bukan seperti produk nyata, jasa tak bisa dilihat, dirasa, dicicipi, tidak ada suara atau berbau sebelum melakukan pembelian. Perusahaan jasa dengan menunjukkan kualitas yang dimiliki melalui presentasi yang sebenarnya.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *marketing mix* atau bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang ditetapkan secara terpadu untuk menunjukkan kualitas jasa dengan bukti dan prestasi secara nyata. Strategi ini digunakan dengan menerapkan unsur-unsur strategi dalam *marketing mix*.

1) Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan di dalam pasar agar dapat dirasakan, diperoleh dan digunakan ataupun dikonsumsi untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat

(Kotler & Armstrong, 2018). Apabila produk yang kita tawarkan tidak memiliki kegunaan yang diperlukan oleh pelanggan maka produk tersebut tidak akan laku di pasaran. Produk yang ditawarkan oleh JNT Cargo ada beberapa macam diantaranya:

- a. *Fast Track* adalah layanan pengiriman yang disediakan JNT Cargo dengan standard pengiriman paket yang dihitung berdasarkan berat paket dan volume paket. Waktu pengiriman mulai dari 2 hari sampai 4 hari di pulau Jawa sendiri, pengiriman dilakukan baik melalui jalur darat maupun laut.
- b. *Carter (FTL)* adalah layanan JNT Cargo yang dirancang untuk mengirim dalam jumlah besar atau mengisi hampir 1 (satu) armada kendaraan yang digunakan oleh satu pengirim, untuk pengiriman masih melalui jalur darat dan laut.
- c. *Air Track* adalah layanan pengiriman canggih yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ditawarkan kepada pelanggan JNT Cargo, di mana barang dikirim dengan standard dan cepat menggunakan jalur udara dengan armada pesawat kargo atau barang, serta pelacakan paket yang terupdate, pengiriman antar gudang sortir menggunakan jalur udara.

Sayangnya layanan ini masih belum diluncurkan dan belum bisa digunakan karena armada masih belum tersedia.

d. *Self Pickup* merupakan layanan pengiriman yang menawarkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan layanan pengiriman lainnya. Layanan ini penerima harus mengambil barangnya ke gudang sortir (Gateway penerima) yang dikirimkan oleh pengirim dari kota asal.

e. *Ez Track* adalah layanan pengiriman untuk pelanggan e-commerce yang memungkinkan mereka buat melakukan

pemesanan, melihat harga pengiriman, serta memantau status pengiriman secara penuh dengan menggunakan sistem yang terhubung langsung dengan API.

Layanan *Ez Track* dilengkapi dengan layanan pelanggan (*customer service*) yang berdedikasi penuh dan laporan pengiriman dalam jangka waktu mingguan.

f. *Max Track* merupakan layanan yang baru saja diluncurkan pada 2023 yang menawarkan harga jauh lebih murah daripada layanan pengiriman yang lainnya. Dengan persyaratan berat minimum 300 kg, pelanggan baru dapat menggunakan dan memanfaatkan layanan pengiriman ini dengan harga mulai dari Rp 1000/kg. Layanan ini belum tersedia di seluruh wilayah

Indonesia, namun hanya bisa dikirim ke beberapa wilayah, seperti seluruh Jawa, sembilan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pulau di Denpasar, dan 22 kota di pulau lainnya.

2) Harga/Prace

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) harga merupakan nilai yang dibebankan untuk produk tertentu.

Perusahaan menetapkan harga dengan cara yang berbeda. Di perusahaan kecil, harga sering ditetapkan oleh manajemen. Di perusahaan besar, manajer departemen atau lini produk biasanya bertanggung jawab atas penetapan harga. Bahkan manajemen puncak mengembangkan kebijakan dan target dalam penetapan harga secara keseluruhan dan sering menerima harga yang ditawarkan manajemen dari tingkat bawah. JNT Cargo memiliki harga yang bervariasi di berbagai tempat tergantung tujuan yang akan dituju

3) Place

Lokasi usaha adalah tempat untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan oleh pemberi

jasa kepada pelanggan. Pemilihan tempat merupakan hal utama yang harus diperhatikan mulai dari lokasi yang strategis, akses jalan yang memadai, memperhatikan lingkungan sekitar, dan harus mengetahui pasar yang ada. Lokasi Usaha JNT Cargo Kadisoka berada di Jalan Raya Kadisoka-Jalan Tajem, Tajem Baru RT 11/RW 30, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi D.I. Yogyakarta

4) Promotion

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam melakukan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat luas. Promosi bertujuan untuk menyampaikan jasa yang ditawarkan dan menyakinkan bakal pelanggan untuk melakukan pengiriman pada JNT Cargo Kadisoka. JNT Cargo Kadisoka menggunakan berbagai media promosi dengan melakukan pembagian brosur di Stadion Maguwoharjo pada hari

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

minggu dan menyebarkan brosur ke kost-kost, dan juga melalui media sosial seperti tik-tok serta whatsapp. Hal ini telah terbukti sebagai kegiatan pemasaran yang efektif, serta dapat mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan pengiriman di JNT Cargo Kadisoka.

5) People

Dalam melakukan suatu usaha tidak luput dari Sumber Daya Manusia (SDM) karena memiliki pengaruh yang besar bagi perkembangan bisnis. SDM merupakan orang-orang yang memegang peran di beberapa divisi dan secara langsung berhadapan dengan pelanggan, memiliki SDM yang unggul akan berdampak baik kepada kelangsungan usaha.

6) Proses

Proses adalah serangkaian dari gabungan seluruh aktivitas dalam melakukan transaksi barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Proses dimulai dari awal melakukan

transaksi atau kesepakatan dengan pelanggan untuk melakukan pengiriman paket sampai paket sudah diterima oleh penerima (pengiriman) selesai.

3. ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah dukungan sistematis dari beberapa faktor untuk membangun strategi di dalam perusahaan. Analisis yang didasarkan pada cara berpikir yang memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada, mengurangi kelemahan dan ancaman yang muncul (Rangkuti, 2016). Analisis SWOT didasari pada strategi secara efektif dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengurangi kelemahan dan ancaman.

C. METOLOGI

Business Model Canvas adalah alat yang membantu pengusaha untuk melihat lebih tepat jenis bisnis apa yang sedang atau ingin dijalankan. Menggunakan strategi ini, penulis seolah melihat keseluruhan alur bisnis,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

namun tetap melengkapi dan menyempurnakan elemen penting yang terikat dengan bisnis yang dijalankan. Menganalisis elemen penting satu per satu, memudahkan untuk menganalisis apa yang kurang tepat, dan dapat mengambil tindakan untuk mencapai tujuan dalam bisnis (Massepe, 2017).

Business Model Canvas merupakan alat yang tepat untuk

merumuskan strategi manajemen pada usaha JNT Cargo Kadisoka karena dengan menggunakan model bisnis ini dapat mengetahui seluruh aspek dalam bisnis yang berhubungan satu sama lain. Adanya model bisnis ini diharapkan setiap hubungan dapat menciptakan peluang yang lebih baik daripada sebelumnya tanpa melalui keputusan strategi yang dirancang.

D. PEMBAHASAN MANJEMEN USAHA

1. Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI			
JNT CARGO KADISOKA YOGYAKARTA			
AKUN	FEBRUARI 2023	MARET 2023	APRIL 2023
Pendapatan			
Penjualan	Rp 31,917,190	Rp 40,340,104	Rp 27,128,528
(-) Penyetoran Ke JNT Cargo	-Rp 23,937,893	-Rp 30,255,078	-Rp 20,346,396
Total Pendapatan	Rp 7,979,298	Rp 10,085,026	Rp 6,782,132
Biaya-Biaya			
Biaya Gaji	Rp 3,200,000	Rp 3,200,000	Rp 3,200,000
Biaya Listrik	Rp 102,500	Rp 102,500	Rp 102,500
Biaya Internet	Rp 477,300	Rp 307,500	Rp 307,500
Biaya Sewa Toko	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000
Biaya Bahan Bakar	Rp 300,000	Rp 700,000	Rp 220,000
Biaya Peralatan Kantor	Rp -	Rp 19,400	Rp 45,000
Biaya Perlengkapan	Rp 312,500	Rp 869,936	Rp 1,221,591
Biaya Makan dan Minum	Rp 105,500	Rp 174,000	Rp 74,000
Biaya Surat Jalan	Rp -	Rp 160,000	Rp 40,000
Biaya Sampah	Rp 30,000	Rp 30,000	Rp 30,000
Biaya Bunga Bank	Rp 16,000	Rp 16,000	Rp 16,000
Biaya Perbaikan Kendaraan	Rp -	Rp -	Rp 320,000
Biaya Pengobatan	Rp -	Rp 210,000	Rp 10,000
Total Biaya	-Rp 6,543,800	-Rp 7,789,336	-Rp 7,586,591
Laba/Rugi Kotor	Rp 1,435,498	Rp 2,295,690	-Rp 804,459
Pendapatan Lain-lain			
Pendapatan Packing	Rp 1,219,000	Rp 2,006,000	Rp 848,500
Total Pendapatan Lain-lain	Rp 1,219,000	Rp 2,006,000	Rp 848,500
Laba Bersih	Rp 2,654,498	Rp 4,301,690	Rp 44,041

Laporan laba rugi diatas merupakan rentang selama tiga bulan terakhir dari JNT Cargo Kadisoka, dapat dilihat bahwa keuntungan yang

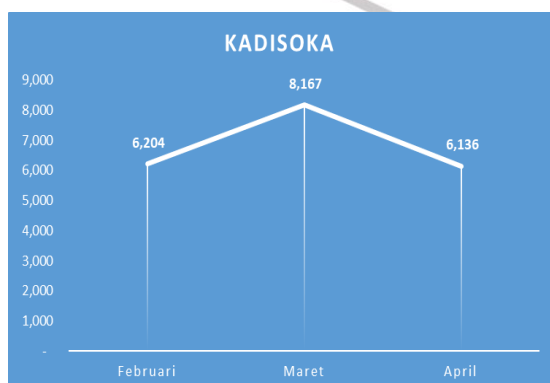
didapatkan mengalami peningkatan dan penurunan. Bulan Maret merupakan pendapatan bersih yang didapat mengalami peningkatan yang cukup

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

besar, sedangkan pada bulan April pendapatan mengalami penurunan secara drastis. Bulan Maret merupakan puncak pengiriman yang disebabkan mendekatinya bulan puasa, sehingga banyak pelanggan yang mengirimkan barang untuk sanak saudaranya.

Bulan April pendapatan mengalami penurunan sedangkan pengiriman tidak jauh berbeda dengan bulan Februari. Keadaan ini dipicu karena adanya diskon 10% sampai 30% di seluruh wilayah Indonesia mulai awal bulan April Sampai akhir bulan April, hal ini yang mengakibatkan penurunan pendapatan yang sangat besar. Diskon yang diberikan kepada pelanggan dari pusat tersebut mitra juga ikut menanggungnya.

2. ANALISIS KINERJA



Gambar diatas merupakan diagram pencapaian yang diraih JNT Cargo Kadisoka selama tiga bulan terakhir. Diagram tersebut memperlihatkan pada bulan Februari menuju bulan Maret mengalami kenaikan, dan pada bulan Maret ke bulan April mengalami penurunan. Bulan Maret pelanggan gencar-gencarnya mengirimkan barang sebelum bulan puasa, barang yang banyak dikirimkan adalah barang-barang untuk kebutuhan hari Raya Idul Fitri. Bulan April pelanggan sudah mulai menurun karena mendekati hari Raya Idul Fitri, pelanggan memilih mengirimkan barangnya jauh-jauh hari agar saat hari Raya barang sudah dapat digunakan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Berdasarkan Proyek Kewirausahaan yang dilakukan sebagai Mitra JNT Cargo yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang besar,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Potensi dan prospek jasa pengiriman akan semakin meningkat di tahun-tahun yang

akan datang terutama JNT Cargo, karena masyarakat sekarang tidak bisa lepas dari jasa pengiriman.

2. Lokasi yang dipilih dalam melakukan usaha JNT Cargo Kadisoka sangat strategis dan memiliki pangsa pasar yang stabil, membuat JNT Cargo Kadisoka berkembang dengan pesat.

3. Pemilihan strategi yang tepat untuk menjalankan manajemen usaha sangat berpengaruh dalam perkembangan bisnis jasa pengiriman. Manajemen usaha yang dipadukan dengan manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan serta manajemen.

2. SARAN

Belajar dari pengalaman pribadi

dalam membuka bisnis baru di bidang pengiriman barang, penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sebelum memulai suatu usaha atau bisnis, pelajari terlebih dahulu bisnis yang akan dijalankan kendala apa saja yang akan dihadapi.

2. Buat perencanaan yang matang secara terperinci saat ingin membuka usaha, agar saat membuka usaha akan berjalan dengan lancar.

3. Jangan pernah mengabaikan masalah apapun yang berhubungan dengan usaha termasuk hal-hal kecil. Apapun masalahnya harus dihadapi dan diselesaikan saat itu juga, agar tidak menghambat perkembangan usaha.

4. Pengusaha pengiriman jasa harus selalu memperhatikan pelayanan terhadap pelanggan, dengan cara menerima kritik dan saran.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- ADHA, Z. (2020). Pengaruh Budaya, Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Suatu Penelitian Pada PT. Pacific Tasikmalaya). *Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi*, 12.
- Gilar, R. (2021, 11 17). *Industri Logistik Kargo Tumbuh Pesat, J&T Cargo Buka Kesempatan Kerja Sama Mitra*. Retrieved from www.Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4767861/industri-logistik-kargo-tumbuh-pesat-jampt-cargo-buka-kesempatan-kerja-sama-mitra>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In P. Kotler, & G. Armstrong, *Designing a Customer Value- Driver Strategy and Mix* (17e Global Edition ed., p. 244). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1 & 2 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Massepe, A. N. (2017). Modul Pelatihan Business Model Canvas. www.researchgate.net, 5.
- Parhusip, M., Putro, T. S., & Setiawan, D. (2017, 9 1). Analisis Permintaan Terhadap Jasa Pengirim Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Tujuan Pekanbaru-Jakarta Di kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 1, 3.
- Rambat, L., & Dedy, A. H. (2006). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis SWOT. Jakarta: PT

Gramedia.

Riefqi, M. (2023, 01 02). *Kilas Balik*

Logistik 2022: Peran Kargo

Tech dalam Ekosistem Logistik

Indonesia. Retrieved from

www.kargo.tech:

[https://kargo.tech/blog/kilas-](https://kargo.tech/blog/kilas-balik-logistik-2022/)

[balik-logistik-2022/](https://kargo.tech/blog/kilas-balik-logistik-2022/)

