BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan industri penjualan maupun jasa tumbuh dengan pesat. Perkembangan yang dinamis ini seiring dengan semakin meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa sesuai kebutuhan konsumen. Permintaan akan terpenuhinya kebutuhan ini tidak hanya dibutuhkan oleh tiap individu saja, melainkan perusahaan-perusahaan juga mengharapkan kebutuhan akan barang dan jasa mereka dapat terpenuhi. Salah satu kebutuhan hidup yang tidak kalah penting di era globalisasi saat ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting.

Pada proses pengiriman barang, sarana pengangkutan juga memiliki peranan yang sangat penting. Dengan sarana angkutan tersebut orang dapat memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Dalam hal ini pengangkutan dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara. Di mana perusahaan jasa angkutan barang mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang kelancaran arus peredaran barang dari satu tempat ke tempat lain. Sehingga diharapkan dapat menunjang suksesnya pembangunan nasional saat ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengetahui pentingnya jasa pengiriman barang tersebut mengakibatkan perusahaan-perusahaan lain yang melihat peluang tersebut bersaing ketat agar dapat memenuhi kebutuhan perusahaan maupun individu tersebut, baik industri penjualan maupun industri jasa. Terlebih adanya trend di perusahaan-perusahaan besar yang belakangan ini cenderung menyerahkan pihak lain untuk urusan pengiriman barang hingga penanganan barang ke gudang logistik.

Salah satu industri jasa yang juga melihat adanya peluang ini adalah industri jasa ekspedisi. Jasa atau pelayanan (*service*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis.[1] Jasa atau pelayanan dilakukan dengan interaksi antara pelanggan dan karyawan penyedia jasa atau pelayanan tersebut. Hampir setiap orang ataupun perusahaan membutuhkan layanan jasa ekspedisi. Perusahaan yang bergerak di industri jasa ekspedisi, seperti TIKI, ESL, JNE, Kantor Pos Indonesia, FedEx, DHL Express, dan lain-lain. Para pelaku industri jasa ekspedisi biasanya terdiri dari kelompok Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL), Ekspedisi Muatan Pesawat Udara (EMPU), dan Ekspedisi Muatan Kereta Api (EMKA), serta perusahaan freight forwarder (perusahaan yang bergerak di jasa pengangkutan barang).

Dalam hal ini perusahaan jasa industri ekspedisi mengirim berbagai barang ke sejumlah daerah yang dituju. Banyaknya perusahaan jasa yang telah ada di pasar menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat. Perusahaan

[1] Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut berusaha bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan mereka. Layanan tersebut adalah mulai dari penerimaan dan penyortiran barang, layanan pergudangan, penerbangan kargo, sampai barang selamat diterima konsumen.

Berdasarkan informasi dari PT Dataindo Inti Swakarsa (perusahaan yang melakukan survei industri dan menerbitkannya dalam bentuk data dan informasi keuangan), penyebaran pasar industri ekspedisi atau jasa pengiriman serta usaha titipan berdasarkan wilayah dapat dilihat pada tabel 1.1.[2]

Tabel 1.1

Penyebaran Pasar Industri Ekspedisi berdasarkan Wilayah

No.	Wilayah	Pangsa Pasar (%)
1.	Jakarta	36,8
2.	Jawa Barat	3,4
3.	Jawa Timur	23,2
4.	Jawa Tengah	6,1
5.	Sumatra	13,9
6.	Bali	5,2
7.	Sulawesi	3,8
8.	Lain-lain	7,6

Sumber: Majalah Bisnis dan Manajemen 'Eksekutif' (diakses pada 19 Maret 2015)

[2] Dewi Purwanti, "Penggunaan Analisis SWOT dalam Kompetisi Bisnis Jasa Ekspedisi", Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 4, No. 3, 2008, diakses pada 19 Maret 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

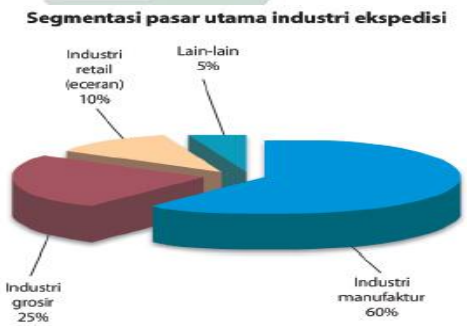
Menurut Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspress Indonesia), rata-rata pertumbuhan industri jasa ekspedisi meningkat sebanyak 10% per tahun dengan omzet yang mengalami kenaikan pula tiap tahunnya. Hingga tahun 2013 tercatat lebih dari 4000 perusahaan di tingkat cabang, agen, dan gerai yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan 167 wilayah di Jabodetabek.[3]

Dalam industri ekspedisi dan pengepakan ini terdapat 3 (tiga) jenis pasar yang saling berbeda, yakni *general freight* (muatan umum), *specialized freight* (muatan barang khusus), serta muatan angkutan udara, baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Berdasarkan segmen pasar, maka pengguna utama jasa industri ekspedisi adalah industri manufaktur, industri grosir dan industri retail (pengecer). Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:[4]

Gambar 1.1

Segmentasi Pasar Utama Industri Ekspedisi



Sumber: wartaekonomi.com (diakses pada 19 Maret 2015)

[3]Asperindo, "Profil Asperindo", dalam http://asperindo.org/embrace-nature-be-one-with-the-world/, diakses pada 16 April 2015.
[4] Dewi Purwanti, "Penggunaan Analisis SWOT dalam Kompetisi Bisnis Jasa Ekspedisi", Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 4, No. 3, 2008, diakses pada 19 Maret 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari Gambar di atas dapat dilihat bahwa industri manufaktur merupakan segmen pasar terbesar bagi industri. Sektor manufaktur sangat bergantung pada ekspedisi, karena sektor ini mengandalkan pada pengiriman barang dan produk yang tepat dan senantiasa dapat diandalkan (*timely and reliable*). Entah itu barang mentah, setengah jadi atau yang masih perlu proses akhir (*finishing*).

Di luar itu, para produsen memerlukan jasa ekspedisi untuk mengantarkan produknya dari pabrik ke gudang atau ke sentra-sentra distribusi. Oleh karena itu, tidak heran bila jasa pengiriman barang (ekspedisi), memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran perekonomian nasional. Pentingnya jasa ekspedisi tercermin pada sarana dalam menunjang distribusi dan transportasi, sehingga dapat memperlancar arus barang.

Dalam era globalisasi dan era perdagangan bebas saat ini, perananan perusahaan ekspeditur yang mempunyai nilai lebih dalam jasa logistik dan mata rantai distribusi barang (*Logistics and Supply Chain*) semakin lebih penting lagi bagi para industri dan perusahaan yang mempunyai ketergantungan besar terhadap kecepatan dan ketepatan yang diperuntukkan kepada penerima barang. Dalam menunjang era globalisasi dan kompetisi perdagangan bebas tersebut, eksportir dan importir makin hari meningkatkan kebutuhannya kepada perusahaan-perusahan tersebut terutama pada kegiatan yang bisa mengatur, menata dan mengembangkan kegiatan logistik dan mata rantai distribusi barang (*Logistic and Supply Chain*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berbagai peningkatan yang terjadi, seperti tingginya arus keluar masuk barang melalui aktivitas perdagangan, serta arus manusia dari kreativitas perekonomian sangat ditentukan oleh situasi saat ini. Demikian pula sebaliknya, peningkatan arus barang dan manusia akan secara langsung pula mempengaruhi keberadaan jasa ekspedisi itu sendiri.

Pentingnya jasa ekspedisi bagi penulis salah satunya yakni dengan memperlancar distribusi barang yang digunakan sebagai bahan baku produksi untuk perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh UD Agung ini. UD Agung adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang atau jasa ekspedisi yang berfokus pada pengiriman bahan baku produksi pabrik dan pengiriman barang dari produsen ke gudang penyimpanan. Dalam hal ini UD Agung berperan sebagai distributor untuk barang yang dikirim ke sejumlah tempat.

Letak geografis UD Agung yang berada di kawasan industri Kabupaten Gresik memberikan peluang pasar yang baik untuk kelancaran usaha pengiriman barang dengan spesifikasi pengiriman barang bahan baku produksi (distribusi). Oleh karena itu UD Agung memiliki peluang untuk memasuki setiap pasar yang belum dijangkau untuk mengembangkan usahanya dalam pengiriman barang atau distribusi. Distribusi barang yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan yang menerima barang tersebut. Proses produksi yang dilakukan perusahaan akan berjalan dengan lancar sehingga karyawan dapat melakukan tugasnya dengan baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Peningkatan *Market Share* bagi Industri Jasa Ekspedisi pada UD. Agung Gresik".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini, antara lain:

a. Perkembangan industri jasa ekspedisi.
b. *Market share* industri jasa ekspedisi saat ini.
c. Peran perusahaan jasa ekspedisi bagi perekonomian nasional.
d. Strategi dalam meningkatkan *market share* industri jasa ekspedisi.
e. Strategi yang dilakukan UD Agung dalam meningkatkan *market share.*
f. Peningkatan *market share* UD Agung.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus pada tujuan maka dibutuhkan adanya batasan masalah. Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

a. *Market share* (pangsa pasar) pada UD Agung Gresik.
b. Strategi dalam meningkatkan *market share* di UD Agung Gresik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagaimana berikut:

1. Bagaimana *market share* UD Agung Gresik saat ini?
2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan *market share* di UD. Agung Gresik?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.[5]

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nabila Desiana (2012) dalam skripsinya yang berjudul "Penerapan Strategi Bersaing dalam Peningkatan Pangsa Pasar pada PT. XL Mitra Abadi Utama Makassar"[6] menyimpulkan bahwa Dari hasil analisis perhitungan formulasi SWOT yang dilakukan oleh perusahaan PT. XL Mitra Abadi Utama Makassar terlihat bahwa strategi yang dijalankan oleh perusahaan selama ini sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar adalah strategi pertumbuhan agresif. Dimana dalam penerapan strategi pertumbuhan agresif memiliki keunggulan jika dibandingkan

[5] Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya, 2014), 8.
[6] Nabila Desiana, "Peningkatan Strategi Bersaing dalam Peningakatan Pangsa Pasar pada PT. XL Mitra Abadi Utama Makassar" (Skripsi--Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelemahan dapat dikatakan positif dan selain itu peluang lebih besar dari ancaman.

Penelitian yang dilakukan oleh Joice Kristy Tarigan (2011) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Promosi Peningkatan *Market Share* (Studi Kasus pada Majestyk Bakery&Cake Shop Padang Bulan Medan)"[7] penelitian ini menganalisis tentang strategi yang digunakan oleh Majestyk Bakery&Cake Shop Padang Bulan dalam memasarkan produknya dengan menetapkan variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Variabel-variabel tersebut meliputi 4P yakni product (produk), price (harga), place (saluran distribusi), dan promotion (promosi).

Penelitian yang dilakukan oleh Nova Ari Supraptiwi (2010) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis Pengaruh Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Pangsa Pasar terhadap *Return On Equity* (ROE) pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)"[8] penelitian ini menganalisis Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Pangsa Pasar terhadap ROE pada perusahaan rokok yang Go publik di Bursa Efek Indonesia, dan pengaruhnya secara parsial terhadap ROE perusahaan rokok yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

---

[7] Joice Kristy Tarigan, "Analisis Strategi Bauran Promosi Peningkatan *Market Share* (Studi Kasus pada Majestyk Bakery&Cake Shop Padang Bulan Medan)" (Skripsi--Jurusan Manajemen, Universitas Sumatra Utara, 2011).

[8] Nova Ari Supraptiwi, "Analisis Pengaruh Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Pangsa Pasar terhadap *Return On Equity* (ROE) pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)" (Skripsi--Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui *market share* yang dilakukan oleh UD. Agung Gresik saat ini.
2. Untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan *market share* di UD. Agung Gresik.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan adalah:

1. Segi Teoretis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan tentang *market share* bagi industri jasa ekspedisi pada UD.

2. Segi Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan bagi praktisi untuk meningkatkan *market share* bagi industri jasa ekspedisi sehingga dapat mengembangkan usaha yang dijalankan.

G. Definisi Operasional

Untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, diantaranya:

1. *Market Share*

   Market share merupakan bagian pasar yang mampu dikuasai oleh perusahaan apabila dibandingkan dengan penjualan seluruh industrinya (total penjualan sejenis). Kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar dan kedudukan (posisi) perusahaan di pasar persaingan dapat dipandang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai indikator keberhasilan. Karena tujuan perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan tingkat *market share*.

2. Industri Jasa Ekspedisi

Industri jasa ekspedisi merupakan perusahaan yang memberikan jasa dalam pengumpulan, pengurusan, pergudangan dan penyerahan barang. Industri ini berfungsi sebagai perantara antara sektor-sektor ekstraktif dan sektor-sektor produksi, dan sebagai saluran distribusi barang serta jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

H. Metode Penelitian

1. Data yang dikumpulkan

Penelitian ini bersifat penenelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali data yang berkenaan dengan penelitian. Penelitian ini membutuhkan data yang berisikan sejarah singkat tentang UD Agung yang berada di Kabupaten Gresik, proses distribusi barang dari satu tempat ke tempat lainnya, jumlah perusahaan yang bekerjasama dengan UD Agung. Sedangkan data yang dikumpulkan dari studi pustaka seperti buku, jurnal, artikel dan skripsi terdahulu.

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pengelola dan karyawan dari UD Agung. Data yang dikumpulkan adalah data tentang gambaran umum perusahaan, proses distribusi barang yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan UD Agung, jumlah perusahaan yang bekerjasama dengan UD Agung, pemilik UD Agung, bagian administrasi, dan pegawai UD Agung.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data pendukung yang berasal dari seminar, buku-buku maupun literatur lain meliputi:

1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos.
2) Farida Jasfar, "Manajemen Jasa".
3) Wahyu Ariani, "Manajemen Operasi Jasa".
4) Pandji Anoraga, "Manajemen Bisnis".
5) Sondang P. Siagian, "Manajemen Stratejik".
6) Christopher Lovelock, dkk., "Pemasaran Jasa".
7) Johanes Supranto dan Nandan Limakrisna, "Pemasaran untuk Pemimpin Sektor Publik & Organisasi Nirlaba yang Visioner".
8) Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran".

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi, dalam hal ini penulis mengamati proses distribusi barang yang dilakukan UD Agung mulai dari pengambilan barang di perusahaan klien hingga tempat yang dituju untuk mengangkut barang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Wawancara, penulis menggunakan metode wawancara dengan melakukan komunikasi secara langsung pada pihak terkait yang dalam hal ini yaitu pemilik dan pegawai UD Agung dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan untuk mendapatkan data dan informasi secara jelas dan lengkap.

c. Dokumentasi, penggalian data ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan surat ijin pengiriman barang dan proses distribusi barang.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun maka penulis mengolah data dengan tahapan sebagai berikut:

a. *Editing,* yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[9] Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

b. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.[10] Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan

---

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 243.

[10] *Ibid*., 245.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.

c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[11]

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitik, di mana setelah data diperoleh dilakukan analisis, hasilnya berupa pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Tujuan deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[12] Data yang diperoleh dapat membantu penulis dalam mengungkap fakta-fakta mengenai kemampuan dalam menguasai pasar dan proses distribusi barang yang dilakukan UD Agung.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman bagi pembaca. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab, pada tiap-tiap bab terdiri

[11] *Ibid*., 246.
[12] Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan, dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian meliputi: data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori, yang membahas tentang pemasaran yang meliputi *market share,* diferensiasi*, marketing mix, selling;* jasa yang meliputi ruang lingkup industri jasa, karakteristik jasa dan strateginya, dan klasifikasi jasa.

Bab ketiga adalah deskripsi hasil yang meliputi gambaran umum tentang UD Agung, *market share* UD Agung saat ini dan strategi dalam meningkatkan *market share* di UD Agung.

Bab keempat adalah analisis tentang *market share* (pangsa pasar) di UD Agung dan analisis strategi dalam meningkatkan *market share* di UD Agung.

Bab kelima merupakan bab terakhir yang berisi penutup yang terdiri kesimpulan dan saran-saran yang sebaiknya dilakukan UD Agung dalam meningkatkan *market share* bagi industri jasa ekspedisi yang diterapkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id