

# STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRODUCT, PRICE, PEOPLE*, DAN *PROCESS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA EKSPEDISI (STUDI KASUS PADA "KIRIMAJA" PT. AEROJASA CARGO)

## *MARKETING MIX STRATEGY OF PRODUCT, PRICE, PEOPLE, AND PROCESS ON THE DECISION TO USE EXPEDITION SERVICES (CASE STUDY ON "KIRIMAJA" PT. AEROJASA CARGO)*

Salsabila Annisa Humaira<sup>1</sup>, Maulana Agung<sup>2</sup>  
Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung  
Email: [salsaahumaira@gmail.com](mailto:salsaahumaira@gmail.com)

---

### Abstrak

Strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan dalam mencapai tujuan dan mengelola sumber daya sesuai dengan peluang dan ancaman. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, orang dan proses terhadap keputusan dalam menggunakan jasa KirimAja PT. Aerojasa Cargo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dan menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi produk ditunjukkan dengan adanya produk yang lebih baik yaitu *standard service, next-day service dan same-day service, strategi people (HR)* untuk mengimplementasikan program pemberdayaan dan pelatihan, dan strategi proses dengan menggunakan teknologi, layanan cepat dan efisien.

**Kata Kunci:** Strategi, Produk, Price, People, Proses.

### Abstract

*Strategy is a set of decisions and actions in achieving goals and managing resources according to opportunities and threats. This study aims to analyze the influence of products, prices, people and processes on the decision to use the services of PT. Aerojasa Cargo. This study used a qualitative research method with a descriptive design and used 3 data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the product strategy is indicated by a better product, namely standard service, next-day service and same-day service, people (HR) strategy to implement empowerment and training programs, and process strategy using technology, fast service and efficient.*

**Keywords:** Strategy, Product, Price, People, Process.

---

## PENDAHULUAN

Permintaan belanja online semakin meningkat di kalangan masyarakat, terutama pada pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 yang mulai melanda dunia di penghujung tahun 2019 dan menyebar ke Indonesia di awal tahun 2020 telah menyebabkan banyak perubahan. Masyarakat harus mengurangi kontak fisik atau kegiatan yang memerlukan pertemuan tatap muka. Pemerintah juga memberikan imbauan untuk mengurangi aktivitas masyarakat di luar rumah, yakni lockdown. Akibat regulasi tersebut, maka tingkat konsumsi masyarakat dalam pengumpulan kebutuhan dalam negeri meningkat selama terhenti. Hal ini menyebabkan perusahaan seperti *e-commerce*, ekspedisi dan perusahaan berbasis teknologi mengalami peningkatan transaksi.

Persaingan di dalam pemasaran merupakan posisi suatu perusahaan dalam pasar produk dan jasa tertentu yang menunjukkan kepentingannya, baik dengan atau tanpa peraturan tertentu, menjangkau pelanggan (Ritonga, 2020: 80). Menghadapi persaingan antar perusahaan yang sangat ketat, perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Upaya dalam bersaing dengan industri yang ada, memerlukan adanya peningkatan kualitas untuk menghasilkan produk atau jasa yang diminati oleh konsumen.

Agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang sejenis, manajemen di dalam suatu perusahaan harus ditangani dengan baik. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mencegah pelanggan beralih ke perusahaan lain. Suatu perusahaan harus mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan menciptakan produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Perusahaan ekspedisi adalah perusahaan yang mempunyai misi memberikan jasa pengiriman barang dari penjual kepada pembeli atau memberikan jasa pengiriman barang dari satu pihak ke pihak lain. Keamanan barang, harga dan pelayanan yang ditawarkan sangat mempengaruhi kepercayaan pelanggan untuk memilih perusahaan ekspedisi yang tepat. Konsumen membutuhkan jasa pengiriman barang yang memiliki standar keamanan yang baik untuk memastikan barang yang dikirim sampai ke tujuan dengan tepat dan aman. Dalam pemasaran, pengiriman barang sangat erat kaitannya dengan distribusi, yaitu pengiriman barang, penyerahan barang dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut studi yang dilakukan oleh MarkPlus, frekuensi penggunaan jasa kurir meningkat secara signifikan, sebesar 39%.

Jasa pengiriman memegang peranan penting yaitu sebagai sarana pengangkutan barang dari tempat pengirim ke tempat tujuan. Jasa pengiriman berperan penting dalam menghubungkan pelanggan dan pembeli. Peranan sebagai sarana angkutan barang ini meliputi pelayanan yang menjamin tersedianya angkutan untuk pengiriman barang baik jarak dekat maupun jarak jauh. Kualitas layanan memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan. Semakin baik dalam memberikan pelayanan kepada *customer*, maka semakin puas pula pengguna jasa pengiriman barang tersebut. Kepuasan *customer* yang tinggi mendorong *customer* untuk menciptakan kelayakan terhadap perusahaan jasa pengiriman barang tersebut.

"KirimAja" adalah layanan pengiriman paket *door to door* Garuda Indonesia Group ke berbagai tujuan yang mencakup seluruh nusantara. Layanan pengiriman barang berbasis aplikasi digital, Citilink Indonesia untuk area pengiriman di Jabodetabek dan area antar kota lainnya didukung oleh layanan Aerojasa Cargo. "KirimAja" diharapkan dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat dan sektor UMKM yang membutuhkan layanan pengiriman barang secara online yang didukung oleh layanan kargo udara yang handal, waktu pengiriman yang tepat waktu, keamanan paket dan harga yang kompetitif. Layanan ini diluncurkan akibat pandemi Covid-19 yang memaksa banyak orang untuk tetap berada di rumah, namun tetap melakukan transaksi pengiriman melalui perusahaan logistik.

Selain itu, pelayanan perusahaan ekspedisi dapat dilihat dari ketepatan waktu pengiriman, tanggung jawab karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dan terutama dalam memahami dan merespon kebutuhan pelanggan, yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam layanan yang akan berikan. KirimAja harus mampu menyusun strategi jitu untuk meraih kepercayaan konsumen dan menjadi yang pertama dibandingkan jasa pengiriman barang lain di Bandar Lampung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan tentang objek dari sudut pandang subjek. Penelitian kualitatif berkaitan dengan gagasan, persepsi, pendapat atau keyakinan orang yang diteliti, dan tidak semuanya dapat diukur dengan angka.

Penelitian ini berlokasi di PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Lampung yang beralamat di Jalan Wolter Mongonsidi no. 267/24 Bandar Lampung. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2021 – Januari 2022. Peneliti menggunakan teknik snowball sampling Menurut Sugiyono (2013:123), snowball sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel yang pada awalnya dalam lingkup kecil kemudian meluas, ini di definisikan seperti bola salju yang menggelinding lalu semakin bertumbuh seiring berjalannya waktu.

Informan adalah subjek penelitian yang tujuannya memberikan informasi tentang kondisi sebenarnya dari informasi yang dicari oleh peneliti. Untuk melaksanakan penelitian, peneliti memilih informan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berada di tempat yang sedang diteliti
2. Mengetahui dan memahami peristiwa dan masalah yang diteliti
3. Berpikir dengan baik
4. Berinteraksi langsung dengan masalahnya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan sekunder. Data primer dapat diperoleh dengan cara mewawancarai secara langsung informan yang relevan tentang fenomena dan mengumpulkan informasi dari informan untuk mengkonfirmasi hasil wawancara. Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu informasi yang di dapatkan melalui dokumen (catatan, risalah, dan lain-lain), foto, video, benda dan hal-hal lain yang dapat memperkaya data primer (Siyoto dan Sodik, 2015 : 28). Penggunaan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada tahun 2020 lalu, pengiriman kargo PT Garuda Indonesia meningkat secara signifikan seiring dengan dimulainya pandemi. Hal tersebut membuat Garuda Indonesia berinovasi untuk memudahkan masyarakat dalam mengirimkan barang dengan sangat mudah, aman dan terjangkau. Lahirlah aplikasi KirimAja yaitu pengiriman barang yang memudahkan orang untuk menggunakannya, karena barang bisa diantar melalui *door to door*.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh KirimAja PT. Aerojasa Cargo Bandar Lampung menggunakan bauran pemasaran untuk memasarkan produknya. Dalam pemasaran keberhasilan perusahaan perlu diperhatikan misalnya penentuan produk yang bermutu tinggi, harga yang wajar, lokasi yang strategis dan promosi yang efektif, sehingga pemasaran jasa menjadi faktor penting dalam menjaga eksistensi dan keberlangsungan perusahaan. Perusahaan harus mampu menghadapi persaingan di era global yang penuh tekanan ini.

Berdasarkan hasil survey dijelaskan bahwa KirimAja PT. Aerojasa Cargo memiliki nilai utilitas dengan harga yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan pengiriman lainnya dan menawarkan keuntungan bagi pengguna aplikasi KirimAja, serta KirimAja dalam hal pengiriman menggunakan transportasi sendiri dengan maskapai Garuda Indonesia. Selain itu, diukur dari target pasar, KirimAja PT. Aerojasa Cargo telah menetapkan target pasarnya yaitu, seluruh masyarakat yang membutuhkan jasa transportasi udara, dan pada tahun 2022 KirimAja akan fokus menjalin kerjasama dengan perusahaan UMKM di Bandar Lampung.

### **Analisis *Product* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspedisi Kirimaja PT. Aerojasa Cargo**

Produk ialah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus menawarkan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.



Gambar 1. Layanan yang tersedia di aplikasi “KirimAja”  
*Sumber: Aplikasi KirimAja*

Produk yang ditawarkan oleh KirimAja PT. Aerojasa Cargo:

1. *Regular service*  
*Regular service* merupakan jasa pengiriman barang ke wilayah Indonesia dengan estimasi waktu pengiriman 3-5 hari atau lebih tergantung zona wilayah tujuan pengiriman barang.
2. *Next Day Service*  
*Next Day Service* merupakan layanan pengiriman barang ke wilayah Indonesia dimana barang tiba di tempat tujuan keesokan harinya.
3. *Same Day Service*  
*Same Day Service* adalah layanan pengiriman ke wilayah Indonesia dengan waktu tiba di tempat tujuan pada hari yang sama dengan tanggal pengiriman. Pengiriman paket ke tempat tujuan paling lambat pukul 24:00 WIB.

Pengiriman paket difokuskan pada angkutan udara, KirimAja PT. Aerojasa Cargo terus berproses memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggannya dengan menawarkan layanan-layanan baru. KirimAja telah meluncurkan layanan baru seperti Same-day service, dimana barang sampai pada hari yang sama. KirimAja PT. Aerojasa Cargo terus melakukan upgrade dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan KirimAja PT. Aerojasa Cargo Garuda Indonesia dan terus mempertahankan merek dengan harga yang lebih rendah dari pesaing menggunakan layanan *door-to-door*.

Produk merupakan atribut lengkap, yang berwujud maupun tidak berwujud, yang diterima pembeli untuk memberikan kepuasan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Zulfikar, 2003:11). Kualitas produk menjadi faktor penting karena konsumen mengalaminya secara langsung. Kualitas yang baik menentukan persepsi konsumen tentang perusahaan, yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri.

### **Analisis Price Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspedisi Kirimaja PT. Aerojasa Cargo**

Harga merupakan bagian penting dari suatu perusahaan atau bisnis karena merupakan satu-satunya titik yang menghasilkan keuntungan atau pemasukan bagi perusahaan. Harga ditentukan oleh KirimAja PT. Aerojasa Cargo dialokasikan sesuai dengan jenis layanan yang akan digunakan saat melakukan transaksi, berat barang dan alamat tujuan ke pengiriman.

Setiap kiriman yang dikirimkan oleh pelanggan atau pengirim harus memiliki berat minimal 1 kg. Jika berat produk yang dikirimkan selanjutnya lebih dari 0,3 kg, maka akan dihitung 1 kg, misalnya berat produk 1,3 kg, maka tambahan produk 0,3 kg akan dihitung 1 kg, dan seterusnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan penerbangan. Menawarkan kualitas dan harga yang lebih murah, merupakan salah satu daya tarik utama bagi perusahaan untuk menarik pelanggan, sehingga perusahaan harus melakukan promosi yang lebih luas untuk mencari pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan atau penggunaan pelayanan. Harga merupakan satu-satunya bagian dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang fleksibel, sehingga dapat diubah dengan cepat (Kotler dan Keller, 2016:23). Harga yang wajar sesuai dengan kualitas layanan yang dialami pelanggan membawa kepuasan bagi pelanggan.

Harga mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa dan mendatangkan kepuasan pelanggan, ditegaskan peneliti sebelumnya yaitu penelitian Simon Ahie (2017) yang menunjukkan bahwa penawaran harga yang relatif murah dengan pelayanan yang menyenangkan menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, termasuk konsumen yang membutuhkan jasa kurir. Kepuasan pelanggan dapat tercapai jika perusahaan penyedia jasa kurir mampu memberikan pelayanan yang optimal sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa. Layanan KirimAja PT. Aerojasa Cargo memiliki pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan dan menciptakan kepuasan pelanggan kargo udara.

Tabel 1. Perbandingan Harga KirimAja, JNE, J&T, POS, dan Lion Parcel

<b>Perusahaan</b>	<b>Produk/Layanan</b>	<b>Harga/Tarif</b>	<b>ETR</b>
KirimAja	<i>Reguler Service</i>	13.500	2-3 hari
	<i>Next Day</i>	15.000	1-2 hari
	<i>Same Day</i>	17.000	1-1 hari
JNE Express	OKE	13.000	2-3 hari
	REG	15.000	1-2 hari
	YES	20.000	1-1 hari

J&T	ECO	12.000	5-14 hari
	EZ	14.000	2-3 hari
	J&T <i>Super</i>	19.000	1-2 hari
Pos Indonesia	Pos <i>Reguler</i>	15.000	2-4 hari
	Next <i>Day</i>	26.500	1-1 hari
Lion Parcel	Jago <i>Pack</i>	10.000	4-5 hari
	Reg <i>Pack</i>	13.500	2-3 hari
	One <i>Pack</i>	16.500	1-1 hari

Sumber: Aplikasi KirimAja, website JNE, J&T, POS, dan Lion Parcel, 2022

Berdasarkan hasil penelitian peneliti melakukan observasi harga pengiriman barang dari Bandar Lampung - Jakarta Selatan pada KirimAja, JNE, JNT, POS dan Lion Parcel dengan berat 1 kg. Harga yang dihasilkan tidak berbeda jauh, namun masing-masing perusahaan memiliki cara perhitungannya masing-masing. Saat mengatur pengiriman paket, KirimAja dan Lion Parcel menyertakan penyesuaian wilayah operasi berdasarkan letak geografis, sedangkan JNE, JNT dan Pos Indonesia menghitung harga berdasarkan jarak terdekat dan durasi yang dapat dijangkau.

Kesimpulannya ialah pengiriman KirimAja ke daerah pelosok akan menghasilkan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan JNE, JNT dan Pos Indonesia, dan harga perusahaan Lion Pack hampir sama dengan KirimAja, tergantung wilayah dan berat paket, akan tetapi harga tersebut belum dipotong sebanyak 30% untuk para pengguna KirimAja yang sudah bergabung menjadi Sohib.

### **Analisis *People* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspedisi Kirimaja PT. Aerojasa Cargo**

Karyawan adalah aset tetap perusahaan yang merupakan bagian penting dari perusahaan. *People* ialah orang-orang yang berperan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006). Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan pemimpin pelayanan dan bagian penting dari perusahaan jasa, karyawan sangat mempengaruhi pemasaran internal dan pemasaran interaktif.

Hasil observasi yang dilakukan peneliti di PT Garuda Indonesia Cabang Lampung sejak Agustus 2021 hingga Januari 2022. Peneliti dapat melihat bahwa hasil kerja Insan Garuda Indonesia cukup disiplin dan optimal dalam menunaikan tugas dan tanggung jawabnya. Jumlah pegawai yang relatif sedikit di setiap bidang memaksa setiap pegawai untuk fokus pada bidang kegiatan dan tugasnya masing-masing, namun setiap pegawai tidak segan-segan untuk saling membantu.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa memberikan pelayanan yang terbaik dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah kunci dari kelangsungan hidup dan kenikmatan pelanggan dalam menggunakan jasa yang kami tawarkan, tidak hanya dalam hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga penting untuk membangun hubungan keluarga.

Pelanggan adalah sumber daya yang sangat berharga dalam perusahaan. Menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan strategi yang memungkinkan perusahaan yang kita kelola tetap kuat dan bersaing dengan perusahaan lain. Tingkat kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan jasa karena mereka terlibat langsung dalam proses pelayanan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada konsumen melalui hasil kerja yang baik.

### **Analisis Process Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspedisi Kirimaja PT. Aerojasa Cargo**

Proses adalah urutan kegiatan yang dilalui konsumen dimulai dari pemesanan produk hingga produk sampai ke tangan konsumen. Manajer layanan menghadapi tantangan yang cukup kompleks dalam hal ini, karena pelanggan terlibat dalam proses penyampaian layanan. Manajer layanan harus menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen, menanggapi keluhan pelanggan itu penting.

Berdasarkan pengamatan peneliti, melalui aplikasi KirimAja pelanggan dapat melihat dan melacak kemana lokasi pengiriman dan lokasi diproses, dan pelanggan juga dapat mengetahui tarif pengiriman untuk setiap wilayah melalui aplikasi KirimAja. Dalam hal ini KirimAja PT. Aerojasa Cargo cukup mendukung penyediaan layanan teknologi berbasis aplikasi. Fungsi yang paling penting dari aplikasi "KirimAja" adalah:

1. Fitur Kirim: Teman-teman dapat memesan informasi tentang alamat pengirim dan penerima, deskripsi dan informasi paket, dan lokasi pengiriman.
2. Fitur Kiriman Saya: digunakan untuk melihat dan mengatur kode reservasi dari setiap reservasi yang dilakukan. Proses pembayaran dimulai dengan fungsi utama ini.
3. Fitur Pelacakan Kiriman : Digunakan untuk melacak pengiriman dengan cara memasukkan struk pada kolom yang dipilih.
4. Fungsi Cek Harga: Digunakan untuk mengontrol harga pengiriman dari satu kota ke kota lain.

Perangkat komunikasi canggih sangat berguna untuk mengirimkan informasi dan melacak lokasi paket yang dikirim. Dengan aplikasi KirimAja, pengguna dapat lebih mudah melacak lokasi barang yang sedang dalam proses pengiriman. Program KirimAja dapat diunduh di *Google Play Store* dan *App Store*. Strategi SDM KirimAja PT. Aerojasa Cargo menerapkan standar operasi, antara lain standar pakaian, pelayanan, dan masalah pengiriman dan tidak dapat dilakukan untuk memastikan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dalam proses pengiriman. Proses pelayanan yang berjalan dengan baik dan teratur juga memuaskan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Strategi pemasaran "KirimAja" PT. Aerojasa Cargo adalah dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari, *Product*: KirimAja memiliki 3 pilihan layanan yang dapat digunakan oleh *customer*. *Price*: harga yang ditawarkan sesuai dengan jenis layanan yang dipilih oleh pelanggan, jarak dan berat paket yang dikirim dan harga yang lebih murah. *People*: karyawan dilatih untuk profesional, disiplin dan optimal dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada *customer*. *Process*: Dalam pengoperasian layanan paket KirimAja, teknologi berperan penting agar proses berjalan lancar.

## Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan harus mengetahui layanan yang paling cocok dan paling sering digunakan pelanggan pada aplikasi KirimAja. Sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas terhadap layanan yang dapat memberikan keuntungan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan akan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur perspektif yang berbeda dan menggunakan metode yang berbeda. Penelitian dengan menggunakan lokasi penelitian dari berbagai daerah atau kota sangat memungkinkan untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ritonga, Zuriani. *Buku Manajemen Strategi (Teori Aplikasi)*. Yogyakarta: DEEPPUBLISH, 2018.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.
- Zeithalm, A, Valeri and Marny Jo Bitner, *Service Marketing*, Mc. Graw Hill: New Jersey, 2000.
- Zulfikar, *Modal Pemasaran Barang dan Jasa SMKN 1 Pekanbaru*, 2003.