

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA SEWA *DUMP TRUCK* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PT SURYA SAPUTRA SENTOSA

Oleh:

Amil Malik¹, Ristiyanti Ahmadul Marunta²

^{1,2,3}Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Email: amilmali402@gmail.com¹, ristiyanti@usimar.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran jasa sewa dump truck dalam upaya meningkatkan pendapatan pada PT Surya Saputra Sentosa yang berlokasi di Kecamatan Pomalaa. PT Surya Saputra Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa kontraktor pertambangan, *hauling*, *barging*, *mining*, serta *heavy equipment rental*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data primer diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, jurnal, buku, dan berbagai referensi pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Surya Saputra Sentosa meliputi penggunaan sistem tender, penerapan *relationship marketing* (menjaga hubungan baik dengan pelanggan), penetapan harga yang kompetitif, serta peningkatan kualitas pelayanan. Strategi-strategi tersebut dinilai cukup efektif dalam memperoleh proyek baru, mempertahankan pelanggan lama, dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Berdasarkan data armada operasional, perusahaan memiliki total 175 unit *dump truck*, di mana 105 unit dalam kondisi siap beroperasi dan 70 unit mengalami *breakdown* (kerusakan). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas armada yang cukup besar, namun jumlah unit yang mengalami kerusakan masih menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Jasa sewa *dump truck* memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan perusahaan karena memiliki peranan penting dalam kegiatan *hauling* material tambang. Besarnya pendapatan perusahaan dipengaruhi oleh jumlah kontrak kerja yang diperoleh, kondisi armada, efektivitas operasional, serta strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan. Namun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa kendala, seperti kerusakan unit, keterbatasan armada yang siap digunakan, tingginya biaya operasional, serta kurang maksimalnya promosi melalui media digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan perawatan armada, menambah jumlah unit operasional, memperluas promosi melalui media digital, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu meningkatkan daya saing dan pendapatan perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Jasa Sewa *Dump Truck*, Pendapatan Perusahaan

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan *eksistensi* serta meningkatkan kinerjanya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.¹ Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT. dalam potongan ayat (QS. Ar-Ra'd ayat 11):

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Terjemahannya: “Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka”. (QS. Ar-Ra'd/13:11)²

Ayat di atas menjelaskan bahwa perubahan dan keberhasilan memerlukan usaha, perencanaan, dan strategi yang baik. Strategi pemasaran merupakan langkah atau perencanaan yang disusun perusahaan untuk memperkenalkan, menawarkan, dan memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen agar dapat menarik minat pasar dan meningkatkan keuntungan.³ PT Surya Saputra Sentosa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa, khususnya jasa penyewaan *dump truck*, yang berlokasi di Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka.⁴ Jasa ini memiliki peran penting dalam menunjang aktivitas operasional di sektor pertambangan, pembangunan, maupun proyek lainnya yang membutuhkan sarana transportasi untuk mengangkut berbagai jenis material seperti pasir, batu, tanah, nikel, dan material lainnya.⁵ Kondisi ini menunjukkan bahwa bisnis jasa sewa *dump truck* memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang.

Meskipun demikian, dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Surya Saputra Sentosa menghadapi berbagai tantangan, seperti meningkatnya persaingan antar perusahaan sejenis, perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta tuntutan pelayanan yang cepat, tepat, dan berkualitas. Apabila perusahaan tidak mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik, maka hal tersebut dapat memengaruhi jumlah pelanggan dan berdampak pada menurunnya

¹ Atiqah Ramadhanisa, Mahira Salsabila, Anggista Stia Kurniawan, Muhammad Riansyah, dan Fakhrrurrozi, “Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Dunia Usaha di Era Globalisasi,” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 2, No. 11, November 2025, hlm. 1.

² Terjemahan Kementerian Agama RI 2019

³ Ahmad Nurhadi, *Strategi Pemasaran* (Bengkulu: Yayasan Sahabat Alam Refflesia, 2023) hlm 1.

⁴ A. Sofyan, *Manajemen Operasional dan Bisnis Jasa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), hlm. 34.

⁵ Fitria Anggraini, “Optimalisasi Pemeliharaan Dump Truck untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional di Lingkungan Tambang,” Program Studi Teknik Pertambangan, Universitas Kutai Kartanegara, hlm. 3.

pendapatan perusahaan. Oleh sebab itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada.⁶

Strategi pemasaran jasa dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti meningkatkan kualitas layanan, menentukan harga yang bersaing, melakukan promosi secara efektif, serta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan penerapan strategi yang sesuai, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan memperoleh pendapatan yang lebih maksimal. Salah satu upaya pemasaran yang dilakukan oleh PT Surya Saputra Sentosa untuk meningkatkan pendapatan perusahaan adalah dengan memanfaatkan sistem tender serta memperluas hubungan kerja sama dengan berbagai perusahaan.⁷ Strategi tender dilakukan dengan mengikuti proses pengajuan penawaran jasa kepada perusahaan atau instansi yang membutuhkan layanan angkutan material dalam jumlah besar, seperti perusahaan pertambangan, kontraktor, maupun proyek pembangunan lainnya. Dengan mengikuti tender, perusahaan memiliki kesempatan untuk memperoleh kontrak kerja sama dalam periode tertentu yang dapat memberikan pemasukan secara berkelanjutan⁸.

Selain itu, PT Surya Saputra Sentosa juga menjalankan strategi pemasaran dengan menjaga serta mempererat hubungan baik dengan perusahaan-perusahaan yang telah menjadi mitra kerja. Hubungan yang baik dengan pelanggan atau rekan bisnis dapat menumbuhkan rasa percaya dan loyalitas, sehingga memungkinkan terjalinnya kerja sama jangka panjang. Dengan memberikan pelayanan yang optimal, memastikan ketepatan waktu operasional, dan menjaga kondisi armada *dump truck* agar tetap prima, perusahaan dapat mempertahankan reputasi yang baik di mata pelanggan.⁹ Strategi ini dianggap efektif karena tidak hanya mampu mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga dapat memperluas jaringan bisnis melalui rekomendasi dari perusahaan yang telah bekerja sama sebelumnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan dan mengkaji secara mendalam mengenai strategi pemasaran jasa sewa dump truck dalam upaya meningkatkan pendapatan perusahaan pada PT Surya Saputra Sentosa. Penelitian dilakukan di PT Surya Saputra Sentosa yang berlokasi di Kecamatan Pomalaa,

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (Pearson, 2021), hlm. 45.

⁷ Dakhi, P. (2025). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Riau: CV. Nulis Hemat Indonesia, hlm. 88–90.

⁸ Mellani Rizki Yustianisa, Cecep Safa'atul Barkah, dan Iwan Sukoco, "Tinjauan Literatur: Analisis Proses Tender pada Perusahaan (Studi pada PT. Mancanan)," *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis (JPSB)*, Vol. 10, No. 1, 2022, hlm. 1.

⁹ Fausta Ari Barata, *Manajemen Operasional: Inovasi Berbasis Teknologi pada Manajemen Logistik* (Mega Press Nusantara, 2024), hlm. 120–123.

Kabupaten Kolaka. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui kegiatan observasi serta wawancara dengan pihak perusahaan, seperti admin unit *dump truck*, staf operasional, dan pihak manajemen. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, data armada operasional, jurnal, buku, dan berbagai referensi lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran, jasa sewa *dump truck*, serta pendapatan perusahaan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melihat secara langsung aktivitas operasional perusahaan, khususnya pada bagian penyewaan *dump truck* dan kegiatan *hauling*. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, hambatan operasional yang dihadapi, serta faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan perusahaan. Selain itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa profil perusahaan, jumlah armada, data unit yang siap beroperasi dan unit yang mengalami *breakdown*, serta dokumen pendukung lainnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan, mengelompokkan, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara kepada Ibu Satriani, S.T. Selaku admin unit *dump truck* PT Surya Saputra Sentosa. PT Surya Saputra Sentosa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa, yaitu bergerak di sektor kontraktor pertambangan dan penyewaan unit alat berat, yakni *dump truck*, *excavator*, *bulldozer*, dan *loader*. yang mulai beroperasi pada tanggal 30 Mei 2019 serta menjalankan operasionalnya di Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara. Secara Geografis, lokasi operasional perusahaan yang terletak di Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara, berada di kawasan yang dikenal memiliki potensi sumber daya tambang yang melimpah. Kondisi ini menjadikan perusahaan memiliki posisi yang strategis dalam menjangkau wilayah pertambangan sekaligus membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak yang bergerak di bidang sejenis. Selain itu, kedekatan lokasi dengan area tambang turut memberikan keuntungan berupa efisiensi dalam penggunaan waktu dan biaya operasional.

PT Surya Saputra Sentosa berperan signifikan dalam menunjang kegiatan industri pertambangan melalui layanan kontraktor serta penyewaan alat berat. Dalam sektor ini, kehadiran perusahaan jasa semacam ini sangat diperlukan untuk memastikan kelancaran proses produksi, mulai dari aktivitas pengangkutan material hingga berbagai kegiatan operasional

lainnya. Ketersediaan alat berat yang memadai memungkinkan perusahaan pertambangan untuk meningkatkan efisiensi kerja sekaligus mempercepat distribusi hasil tambang.¹⁰



Gambar 0.1 Kantor PT Surya Saputra Sentosa

Istilah-istilah berikut ini berkaitan erat dengan industri tambang dan jasa alat berat, dan umumnya termasuk dalam sektor kontraktor:

1. *Hauling*

Hauling adalah kegiatan mengangkut material seperti ore, batu, pasir, tanah, atau hasil tambang dari satu lokasi ke lokasi lain menggunakan kendaraan berat seperti *dump truck* atau *trailer*.¹¹

Contoh: mengangkut nikel dari area tambang ke *stockpile* atau pelabuhan.

2. *Barging*

Barging adalah proses pengangkutan material menggunakan tongkang atau kapal tongkang melalui jalur laut atau sungai. Biasanya digunakan untuk mengirim hasil tambang dari pelabuhan menuju kapal besar atau ke daerah tujuan.¹²

Contoh kendaraan yang dipakai seperti *barge* (kapal tongkang).

¹⁰ Jahrizal, Robert Sixvendi Anggiat Muara Tua Nainggolan, Muhamad Alif Febriansyah, Freshly Arrisky, Rachman Hakiki, dan Nadila Ramadhania Putri, *Business Process Management pada Industri Transportasi* (2026), hlm. 15.

¹¹ Suntoro, *Fundamental Manajemen Logistik: Fungsi Logistik dalam Implementasi dan Operasi* (Jakarta: Prenada Media, 2020), hlm. 161–165.

¹² Catur Daminto dan Purwanto, “Analisis Penerapan Integrated Tug Barge sebagai Angkutan Batu Bara di PT. Bara Jaya Bersama,” *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik (JUPRIT)*, Vol. 2, No. 2, Mei 2023, hlm. 4.

3. Mining

Mining berarti kegiatan pertambangan, yaitu proses mengambil mineral atau bahan tambang dari dalam tanah. Kegiatan ini meliputi eksplorasi, penggalian, pengangkutan, hingga pengolahan awal.¹³

4. Heavy Equipment Rental

Heavy equipment rental adalah jasa penyewaan alat berat seperti *excavator*, *bulldozer*, *crane*, dan *dump truck* kepada perusahaan lain untuk mendukung operasional mereka.¹⁴

Tabel 0.1 Daftar keseluruhan Unit dump truck di PT Surya Saputra Sentosa

No	Merek Unit	Jumlah Tyre	Jumlah Unit	Unit Ready	Unit Breakdown
1	Hino	10 Roda	13	10	3
2	Fuso	10 Roda	66	36	30
3	Dongfeng	10 Roda	66	46	20
4	Dongfeng	12 Roda	30	13	17
Total Keseluruhan Unit			175	Total Unit Ready 105	Total Unit Breakdown 70

Sumber: Dokumen hasil wawancara kepada Ibu Satriani, S.T. selaku admin unit dump truck PT Surya Saputra Sentosa 24 April 2026

¹³ Gina Audina P. Alhabsyi, dkk., *Pengenalan Kegiatan Pertambangan* (Yogyakarta: Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm. 1–3.

¹⁴ Rochmanhadi, *Alat-Alat Berat dan Penggunaannya* (Jakarta: Badan Penerbit Pekerjaan Umum, 2020), hlm. 1–10.



Gambar 0.2 Wawancara kepada Ibu Satriani, S.T. Selaku admin unit dump truck PT Surya Saputra

Berdasarkan data armada operasional yang dimiliki PT Surya Saputra Sentosa, tercatat jumlah keseluruhan dump truck sebanyak 175 unit, dengan 105 unit berada dalam kondisi siap beroperasi, sedangkan 70 unit lainnya mengalami kerusakan atau *breakdown*. Data ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas armada yang cukup besar dalam menunjang kegiatan operasional.¹⁵ Namun demikian, tingginya jumlah unit yang tidak dapat beroperasi secara optimal dapat menjadi kendala dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara maksimal.¹⁶ Ketersediaan armada yang siap pakai sangat memengaruhi kelancaran operasional, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, serta tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, selain melakukan perawatan dan pemeliharaan armada secara berkala, perusahaan juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna memaksimalkan pemanfaatan armada yang tersedia dan meningkatkan pendapatan perusahaan.¹⁷ Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pemasaran jasa sewa *dump truck* yang diterapkan oleh PT Surya Saputra Sentosa dalam upaya meningkatkan pendapatan perusahaan.

A. Strategi Pemasaran PT Surya Saputra Sentosa

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dalam perusahaan yang berkaitan langsung dengan lingkungan eksternal serta memiliki peranan strategis dalam pengembangan

¹⁵ Muhamad Chois, Johannes Kurniawan, & Sarinah, *Manajemen Logistik dan Transportasi* (Jakarta: ITTS Press, 2024), hlm. 102–104.

¹⁶ Jay Heizer, Barry Render, dan Chuck Munson, *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi ke-13 (United Kingdom: Pearson Education, 2020), hlm. 39–42.

¹⁷ Fitria Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 112–115.

usaha. Strategi pemasaran adalah suatu proses perencanaan yang berfokus pada kebutuhan pasar dengan tujuan menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan.¹⁸ Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, strategi pemasaran merupakan pendekatan atau logika yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan yang saling menguntungkan.¹⁹ Selain itu, Philip Kotler menjelaskan bahwa strategi pemasaran mencakup penentuan pasar sasaran, positioning, bauran pemasaran, dan penyusunan anggaran pemasaran.²⁰

Salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan adalah konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) yang dikemukakan oleh Philip Kotler dkk. *Segmentasi* merupakan proses mengelompokkan pasar ke dalam beberapa bagian berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa, sehingga perusahaan dapat memahami kebutuhan khusus dari masing-masing segmen²¹. *Targeting* adalah proses memilih segmen pasar yang dianggap paling potensial untuk dijadikan sasaran, sehingga perusahaan dapat lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya pada pasar yang paling *responsif*.²² Sementara itu, *positioning* merupakan upaya perusahaan dalam membentuk citra atau persepsi yang unik dan berbeda di benak konsumen terhadap produk atau merek dibandingkan dengan pesaing, sehingga mampu menciptakan persepsi positif dan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut.²³ Dengan demikian, strategi STP menjadi dasar utama dalam menyusun program pemasaran yang efektif dan efisien.

¹⁸ Delta Romadhona Pangesti, Trisnowati Rahayu, Ardiana Puspitacandri, dan Romanda Annas Amrullah, “Analisis Strategi Pemasaran Charter Kapal Anchor Handling Tug Supply (AHTS) pada Perusahaan Offshore Support Vessel,” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, April 2025, hlm. 3

¹⁹ Atik Nurngaeni, “Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subarna Batik Kroya-Cilacap),” *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* Vol. 4, No. 2 (2021), hlm. 196-199.

²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 18 (United Kingdom: Pearson Education, 2021), hlm. 74–76.

²¹ Delta Romadhona Pangesti, Trisnowati Rahayu, Ardiana Puspitacandri, dan Romanda Annas Amrullah, “Analisis Strategi Pemasaran Charter Kapal Anchor Handling Tug Supply (AHTS) pada Perusahaan Offshore Support Vessel,” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, April 2025, hlm. 4

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 85.

²³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 18 (2021), hlm. 196–200. (untuk teori STP/Segmentation, Targeting, Positioning).



Gambar 0.3 Wawancara kepada Bapak Muh. Emil Subarkah, S.Ak. Selaku admin pajak dan penyusun strategi pemasaran PT Surya Saputra Sentosa

a. Strategi sistem tender

Strategi utama yang diterapkan perusahaan PT Surya Saputra Sentosa adalah melalui sistem tender. Sistem ini dilakukan dengan mengikuti proses penawaran kerja yang dibuka oleh perusahaan tambang maupun kontraktor lain yang membutuhkan jasa *hauling* atau penyewaan unit *dump truck*. Dengan mengikuti tender, perusahaan memiliki peluang untuk memperoleh kontrak kerja dalam jumlah besar dan jangka waktu tertentu. Strategi ini dinilai cukup efektif karena sebagian besar proyek operasional perusahaan berasal dari hasil tender.²⁴

b. Strategi *relationship marketing*

Selain mengikuti *tender*, perusahaan juga menerapkan strategi *relationship marketing* atau menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang telah bekerja sama sebelumnya. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT. Dalam potongan ayat (QS. Ali 'Imran ayat 159):

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ

²⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 168–170.

Terjemahannya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu” (QS. Ali 'Imran/3:159).²⁵

Ayat diatas menunjukkan pentingnya sikap lemah lembut, komunikasi yang baik, dan menjaga hubungan dalam kerja sama. Hubungan tersebut dibangun melalui komunikasi yang baik, pelayanan yang cepat, serta menjaga kualitas kerja agar pelanggan merasa puas²⁶. Dengan adanya hubungan kerja sama yang baik, pelanggan cenderung kembali menggunakan jasa perusahaan untuk proyek berikutnya.

Penerapan strategi tender yang dikombinasikan dengan upaya menjaga hubungan baik dengan mitra kerja menjadi langkah pemasaran yang cukup efektif bagi PT Surya Saputra Sentosa dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Sistem tender berperan dalam memperoleh pelanggan atau proyek baru, sedangkan hubungan baik dengan mitra kerja membantu perusahaan mempertahankan pelanggan lama. Dengan penerapan kedua strategi tersebut secara seimbang, perusahaan dapat menjaga kestabilan operasional, meningkatkan daya saing, serta memperluas peluang usaha di bidang jasa sewa dump truck dan kontraktor pertambangan.²⁷

Dalam menetapkan harga jasa sewa *dump truck*, perusahaan menggunakan strategi harga kompetitif. Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya operasional seperti bahan bakar, upah operator, biaya perawatan kendaraan, serta harga pasar yang berlaku.²⁸ Harga yang kompetitif bertujuan agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain tanpa mengurangi kualitas pelayanan. Perusahaan juga sangat memperhatikan kualitas pelayanan sebagai salah satu strategi pemasaran.²⁹ Pelayanan yang dimaksud meliputi ketepatan waktu pengiriman unit ke lokasi kerja, kesiapan armada, kondisi *dump truck* yang layak digunakan, dan kecepatan dalam menangani kendala operasional. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memberikan citra positif terhadap perusahaan.

²⁵ Terjemahan Kementerian Agama RI 2019

²⁶ Yudi Yulius, *Strategi Pemasaran Jasa* (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2023) hlm 20

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 245–248.

²⁸ Eni Suasri dan Maulida Hirdianti Bandi, “Implementasi Metode Time And Material Pricing Guna Menentukan Harga Jual Jasa pada Bengkel R-Win Motor,” *Strategi* Vol. 14, No. 1 (April 2024), hlm. 55.

²⁹ Sumarsid dan Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah M-Progress* Vol. 12, No. 1 (2022), hlm. 74.

Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan yang dihadapi perusahaan. Salah satu hambatan utama adalah terjadinya *breakdown* atau kerusakan pada unit *dump truck* yang menyebabkan terganggunya aktivitas operasional.³⁰ Selain itu, jumlah armada yang terbatas juga dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan dalam jumlah besar. Kurangnya promosi melalui media digital juga menjadi salah satu kelemahan perusahaan. Selama ini pemasaran lebih banyak dilakukan secara langsung melalui relasi bisnis dan *tender*, sehingga jangkauan pasar masih terbatas pada perusahaan-perusahaan tertentu.³¹

B. Jasa Sewa *Dump Truk* PT Surya Sapura Sentosa

Jasa sewa *dump truck* merupakan salah satu bidang usaha utama yang dijalankan oleh PT. Surya Saputra Sentosa untuk mendukung kegiatan operasional di sektor pertambangan, khususnya di wilayah Pomalaa dan sekitarnya. Layanan ini memiliki peranan penting dalam proses pengangkutan material tambang, seperti *ore* nikel, *overburden*, tanah, maupun material proyek lainnya dari lokasi penambangan menuju tempat tujuan.³² Dalam industri pertambangan, kegiatan *hauling* menjadi salah satu tahapan operasional yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran produksi dan distribusi material. Oleh karena itu, jasa penyewaan *dump truck* sangat dibutuhkan oleh perusahaan tambang maupun kontraktor proyek sebagai penunjang kegiatan operasional.

PT Surya Saputra Sentosa menyediakan layanan penyewaan *dump truck* dengan berbagai jenis armada dan kapasitas muatan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Ketersediaan armada yang memadai menjadi salah satu faktor penting dalam memenuhi permintaan pasar. Selain itu, perusahaan juga selalu memperhatikan kondisi teknis kendaraan agar tetap berada dalam keadaan siap pakai. Pemeliharaan rutin seperti pemeriksaan mesin, sistem *hidrolik*, rem, ban, serta komponen pendukung lainnya dilakukan secara berkala guna mengurangi risiko kerusakan atau *breakdown* saat unit beroperasi di lapangan. Dengan kondisi armada yang terjaga, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang optimal dan mempertahankan kepercayaan pelanggan.³³

³⁰ Jay Heizer, Barry Render, dan Chuck Munson, *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi ke-13 (United Kingdom: Pearson Education, 2020), hlm. 198–202.

³¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 168–170.

³² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 245–248.

³³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 245–248.



Gambar 0.4 *Dump truck di workshop bukit PT Surya Saputra Sentosa*



Gambar 0.5 *Dump truck di workshop jetty PT Surya Saputra Sentosa*

Dalam pelaksanaan jasa sewa *dump truck*, perusahaan menerapkan sistem operasional yang terencana dan tersusun dengan baik. Proses operasional dimulai dari penerimaan permintaan pelanggan, proses negosiasi harga, penandatanganan kontrak kerja, pengiriman unit ke lokasi kerja, hingga pelaksanaan *hauling* sesuai target produksi yang telah ditentukan. Sistem kerja yang terorganisir ini memudahkan perusahaan dalam mengawasi kegiatan operasional serta memastikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan.³⁴ Ketepatan waktu dalam pengiriman unit dan kemampuan memenuhi target produksi menjadi tolok ukur keberhasilan pelayanan perusahaan. Dari aspek pemasaran, jasa sewa *dump truck* yang ditawarkan PT Surya Saputra Sentosa dipasarkan melalui strategi yang cukup efektif, yaitu mengikuti proses *tender* dan menjalin hubungan kerja sama jangka panjang dengan pelanggan. Melalui *tender*, perusahaan memiliki peluang untuk mendapatkan proyek baru dalam skala besar dan jangka waktu tertentu. Sementara itu, strategi menjaga hubungan baik dengan pelanggan dilakukan melalui pelayanan yang maksimal, komunikasi yang baik, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan secara optimal. Strategi ini tidak hanya membantu perusahaan memperoleh pelanggan baru, tetapi juga menjaga loyalitas pelanggan lama.³⁵

Penetapan harga jasa sewa *dump truck* juga menjadi unsur penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Harga sewa biasanya ditentukan berdasarkan beberapa pertimbangan, seperti jumlah unit yang digunakan, lamanya masa kontrak, kondisi medan operasional, jarak tempuh *hauling*, serta biaya operasional perusahaan. Strategi harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya saing perusahaan di tengah banyaknya pesaing yang menawarkan jasa

³⁴ Mangihut Bernard Sinaga dan Tomi Oktavianor, “Efektivitas dan Efisiensi Sistem Manajemen Hauling Teman Indobara dalam Kerangka Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Pada PT. XYZ,” *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 14, no. 1 (2025): hlm. 13.

³⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 168–170.

serupa.³⁶ Namun demikian, perusahaan tetap harus memperhitungkan margin keuntungan agar pendapatan perusahaan tetap stabil dan meningkat. Jasa sewa *dump truck* memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan pendapatan perusahaan. Semakin banyak proyek *hauling* atau penyewaan unit yang diperoleh perusahaan, maka semakin besar pula pendapatan yang dihasilkan. Selain itu, adanya kerja sama dalam bentuk kontrak jangka panjang dapat memberikan kestabilan pemasukan dan membantu perusahaan dalam merencanakan keuangan di masa mendatang.³⁷ Oleh sebab itu, layanan ini menjadi salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya perusahaan masih menghadapi beberapa kendala. Kendala tersebut meliputi keterbatasan jumlah armada, meningkatnya biaya bahan bakar, kerusakan unit saat beroperasi, kondisi jalan *hauling* yang kurang mendukung, serta persaingan harga dengan perusahaan lain. Hambatan-hambatan tersebut dapat memengaruhi produktivitas dan kualitas pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, evaluasi dan perbaikan secara berkala sangat diperlukan agar perusahaan tetap mampu mempertahankan kualitas layanan. Untuk meningkatkan efektivitas jasa sewa *dump truck* di masa yang akan datang, PT Surya Saputra Sentosa perlu melakukan beberapa upaya strategis, seperti menambah jumlah armada, meningkatkan intensitas perawatan kendaraan, memperluas promosi melalui media digital, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan penerapan strategi tersebut, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan pendapatan perusahaan secara berkelanjutan.³⁸

C. Pendapatan Perusahaan PT Surya Saputra Sentosa

Pendapatan perusahaan merupakan salah satu ukuran penting yang digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan: “Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah/62:10).³⁹

³⁶ Mukiat, Marwan Asof, *Analisis Investasi tambang* (Sumatera Selatan: PT Ada Smart Media, 2023) hlm. 63.

³⁷ Susy Fatena Rostiyanti, *Alat Berat Untuk Proyek Konstruksi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2022) hlm. 36.

³⁸ Jay Heizer, Barry Render, dan Chuck Munson, *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi ke-13 (Harlow: Pearson Education, 2020), hlm. 40–45.

³⁹ Terjemahan Kementerian Agama RI 2019

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk berusaha mencari rezeki yang halal. Pendapatan diperoleh dari hasil penjualan barang maupun jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam jangka waktu tertentu. Bagi PT Surya Saputra Sentosa, pendapatan memiliki peran yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan kelangsungan operasional perusahaan, kemampuan dalam menutupi biaya operasional, serta mendukung pengembangan usaha di masa yang akan datang.⁴⁰ Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *hauling, mining, barging, dan heavy equipment rental*, sumber pendapatan utama PT Surya Saputra Sentosa berasal dari jasa operasional yang diberikan kepada perusahaan tambang maupun kontraktor proyek. Salah satu layanan yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan perusahaan adalah jasa sewa *dump truck* yang digunakan untuk kegiatan *hauling material* tambang seperti ore nikel, *overburden*, dan material lainnya. Semakin tinggi tingkat permintaan terhadap layanan tersebut, maka semakin besar pula pendapatan yang dapat diperoleh perusahaan.

Besarnya pendapatan perusahaan juga dipengaruhi oleh jumlah kontrak kerja yang berhasil diperoleh melalui sistem tender maupun kerja sama jangka panjang dengan pelanggan. Kontrak kerja dalam jumlah besar dan jangka waktu yang panjang dapat memberikan kestabilan pemasukan bagi perusahaan. Selain itu, hubungan kerja sama yang terjalin dengan baik bersama pelanggan lama dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk memperoleh proyek secara berkelanjutan tanpa harus selalu mengikuti proses tender.⁴¹ Selain jumlah kontrak kerja, kondisi armada dan kelancaran kegiatan operasional di lapangan juga menjadi faktor yang memengaruhi pendapatan perusahaan. Apabila unit *dump truck* dan alat berat lainnya berada dalam kondisi yang baik serta mampu beroperasi secara optimal, maka target produksi dapat tercapai dan pendapatan perusahaan akan meningkat. Sebaliknya, apabila sering terjadi *breakdown* atau kerusakan pada unit, maka aktivitas operasional dapat terganggu sehingga berpotensi menurunkan pendapatan perusahaan.⁴²

Strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, seperti menawarkan harga yang bersaing, menjaga kualitas pelayanan, mengikuti tender, dan memperluas jaringan relasi bisnis, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan

⁴⁰ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 46–49.

⁴¹ Axl Christopher dan Idfi Setyaningrum, “Studi Observasi Tantangan dalam Interaksi dengan Pemberi Tender dan Vendor di Industri Kontraktor,” *Kabilah: Journal of Social Community* Vol. 9, No. 2 (2024), hlm. 90.

⁴² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 168–170.

meningkatkan volume penjualan jasa.⁴³ Semakin luas pangsa pasar yang dijangkau perusahaan, maka semakin besar peluang peningkatan pendapatan yang dapat diperoleh. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dapat memengaruhi pendapatan perusahaan, seperti persaingan harga dengan perusahaan lain, kenaikan harga bahan bakar, biaya perawatan armada, serta kondisi industri pertambangan yang cenderung berubah-ubah. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan inovasi strategi bisnis secara berkala agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pendapatan secara berkesinambungan.⁴⁴

Secara keseluruhan, tingkat pendapatan PT Surya Saputra Sentosa sangat dipengaruhi oleh efektivitas kegiatan operasional perusahaan, keberhasilan strategi pemasaran, serta kemampuan perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan pengelolaan yang baik dan strategi yang tepat, perusahaan memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang dan meningkatkan pendapatannya di masa mendatang.⁴⁵

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa PT Surya Saputra Sentosa merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang kontraktor pertambangan, *hauling, barging, mining*, dan *heavy equipment* rental yang beroperasi di Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka. Salah satu usaha utama perusahaan adalah jasa sewa *dump truck* yang memiliki peranan penting dalam mendukung kegiatan *hauling* material tambang. Berdasarkan data armada operasional, perusahaan memiliki total 175 unit *dump truck*, dengan 105 unit dalam kondisi siap beroperasi dan 70 unit mengalami *breakdown*. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas armada yang cukup besar, namun tingginya jumlah unit yang mengalami kerusakan masih menjadi hambatan dalam menunjang kegiatan operasional secara maksimal.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Surya Saputra Sentosa dalam meningkatkan pendapatan perusahaan meliputi sistem tender, *relationship marketing* atau menjaga hubungan baik dengan pelanggan, penetapan harga yang kompetitif, serta peningkatan kualitas pelayanan. Strategi tersebut dinilai cukup efektif dalam memperoleh proyek baru, mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Jasa sewa *dump truck* memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan perusahaan karena tingginya

⁴³ Herman Jelatu, "Pendapatan Usaha Dipengaruhi oleh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran," *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah* Vol. 1, No. 1 (Juli 2023), hlm. 37.

⁴⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 18 (United Kingdom: Pearson Education, 2021), hlm. 74–76.

⁴⁵ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 46–49.

kebutuhan pengangkutan material tambang di wilayah operasional perusahaan. Besarnya pendapatan dipengaruhi oleh jumlah kontrak kerja, kondisi armada, efektivitas operasional, serta keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhabsyi, Gina Audina P., dkk. (2024). *Pengenalan Kegiatan Pertambangan*. Yogyakarta: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alma, Buchari. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini, Fitria. “Optimalisasi Pemeliharaan Dump Truck untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional di Lingkungan Tambang.” Program Studi Teknik Pertambangan, Fakultas Teknik, Universitas Kutai Kartanegara.
- Armstrong, Gary, dan Kotler, Philip. (2021). *Principles of Marketing* (Edisi 18). United Kingdom: Pearson Education.
- Assauri, Sofjan. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barata, Fausta Ari. (2024). *Manajemen Operasional: Inovasi Berbasis Teknologi pada Manajemen Logistik*. Mega Press Nusantara.
- Chois, Muhamad; Kurniawan, Johannes; dan Sarinah. (2024). *Manajemen Logistik dan Transportasi*. Jakarta: ITTS Press.
- Christopher, Axl, dan Idli Setyaningrum. “Studi Observasi Tantangan dalam Interaksi dengan Pemberi Tender dan Vendor di Industri Kontraktor.” *Kabilah: Journal of Social Community* Vol. 9, No. 2, 2024.
- Dakhi, P. (2025). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Riau: CV. Nulis Hemat Indonesia.
- Daminto, Catur, dan Purwanto. “Analisis Penerapan Integrated Tug Barge sebagai Angkutan Batu Bara di PT. Bara Jaya Bersama.” *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik (JUPRIT)*, Vol. 2, No. 2, Mei 2023.
- Fatena Susy Rostiyanti, *Alat Berat Untuk Proyek Konstruksi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2022)
- Fitria Halim dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Heizer, Jay; Render, Barry; dan Munson, Chuck. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (Edisi ke-13). United Kingdom: Pearson Education.
- Jahrizal, Robert Sixvendy Anggiat Muara Tua Nainggolan, Muhamad Alif Febriansyah, Freshly Arrisky, Rachman Hakiki, dan Nadila Ramadhania Putri.(2026). *Business Process Management pada Industri Transportasi*.
- Jelatu Herman. “Pendapatan Usaha Dipengaruhi oleh Perilaku Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran.” *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah* Vol. 1, No. 1, Juli. (2023).
- Kasmir. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Marwan Asof, Mukiat, *Analisis Investasi tambang* (Sumatera Selatan: PT Ada Smart Media, 2023)
- Nurhadi Ahmad, *Strategi Pemasaran* (Bengkulu : Yayasan Sahabat Alam Refflesia, 2023)

- Nurngaeni Atik. "Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap)." *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* Vol. 4, No. 2, 2021.
- Pangesti, Delta Romadhona, Trisnowati Rahayu, Ardhiana Puspitacandri, dan Romanda Annas Amrullah. "Analisis Strategi Pemasaran Charter Kapal Anchor Handling Tug Supply (AHTS) pada Perusahaan Offshore Support Vessel." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, April 2025.
- Ramadhanisa, Atiqah, Mahira Salsabila, Anggista Stia Kurniawan, Muhammad Riansyah, dan Fakhurrozi. "Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Dunia Usaha di Era Globalisasi." *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 2, No. 11, November 2025.
- Rochmanhadi. (2020). *Alat-Alat Berat dan Penggunaannya*. Jakarta: Badan Penerbit Pekerjaan Umum.
- Sinaga, Mangihut Bernard, dan Tomi Oktavianor. "Efektivitas dan Efisiensi Sistem Manajemen Hauling Teman Indobara dalam Kerangka Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Pada PT. XYZ." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 14, no. 1 (2025).
- Sofyan, A. (2022). *Manajemen Operasional dan Bisnis Jasa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suasri, Eni, dan Maulida Hirdianti Bandi. "Implementasi Metode Time And Material Pricing Guna Menentukan Harga Jual Jasa pada Bengkel R-Win Motor." *Strategi* Vol. 14, No. 1, April 2024.
- Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)." *Jurnal Ilmiah M-Progress* Vol. 12, No. 1, 2022.
- Suntoro. (2020). *Fundamental Manajemen Logistik: Fungsi Logistik dalam Implementasi dan Operasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Wahyudi. (2023). *Strategi Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Adab.
- Yulius Yudi, *Strategi Pemasaran Jasa* (Jawa Barat: Widina Media Utama, 2023).
- Yustianisa, Mellani Rizki, Cecep Safa'atul Barkah, dan Iwan Sukoco. "Tinjauan Literatur: Analisis Proses Tender pada Perusahaan (Studi pada PT. Mancanan)." *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis (JPSB)*, Vol. 10, No. 1, 2022.