

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelabuhan Umum Ciwandan di Banten terletak sekitar 11 kilometer dari pusat kota Cilegon-Anyer, di kecamatan Ciwandan, kota Cilegon. Pelabuhan Umum Ciwandan ini mudah diakses melalui gerbang tol Cilegon Barat atau Cilegon Timur, yang terhubung oleh jalan lingkar selatan langsung menuju Pelabuhan Umum Ciwandan. Ini juga memiliki akses darat melalui jalan tol Jakarta-Merak dan terhubung dengan rute penyeberangan Merak-Bakauheni/Lampung. Karena Pelabuhan Ciwandan menangani berbagai macam komoditas dalam jumlah besar, pelabuhan ini sangat penting untuk distribusi produk di pulau Jawa.

Pelabuhan Ciwandan menangani berbagai komoditas, termasuk kargo umum, curah cair, dan curah kering. Gandum, batubara, bijih nikel, semen, gipsum, dan kerang adalah contoh barang curah kering. Aspal cair, HSD, metanol, paraxylene, dan belerang adalah contoh komoditas curah cair. Mesin berat, konstruksi baja, dan komoditas lainnya ditangani di bawah kargo umum/*general cargo*.

Berdasarkan data dari PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten juga dapat dilihat tren penurunan jumlah bongkar muat di Pelabuhan Ciwandan. Berikut merupakan data jumlah bongkar muat di Pelabuhan Ciwandan dalam 3 tahun terakhir sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Jumlah Bongkar muat di Pelabuhan Ciwandan

Sumber: PT. Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten, 2024

Berdasarkan Gambar 1 dapat kita lihat bahwa terdapat tren penurunan yang nyata terjadi selama 3 tahun kebelakang yang di mulai dari tahun 2022 sampai tahun 2024. Pada tahun 2022 bongkar muat yang dilakukan di Pelabuhan ciwandan sebanyak 6.112.129 Ton

lalu terjadi menurun pada tahun 2023 sebesar 4.775.085 Ton dan terus menurun pada 2024 sebanyak 2.862.750 Ton.

Penurunan tersebut harus disikapi dengan serius oleh PT. Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten karena Perusahaan Bongkar Muat (PBM) yang dikelola secara optimal harus dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan volume kegiatan bongkar muat di pelabuhan. Hal ini tercapai melalui kerja sama strategis antara operator pelabuhan dan PBM yang mampu memaksimalkan penggunaan fasilitas serta peralatan, mendukung produktivitas, dan mendorong pengembangan pelabuhan secara menyeluruh dengan prinsip sinergi yang saling menguntungkan (Rum Raekhan, Djakfar, & Pujiraharjo, 2017).

PT. Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten (PTP Banten) adalah anak Perusahaan dari PT. Pelindo Multi Terminal dan beroperasi di wilayah PT. Pelindo Regional 2 Banten tepatnya di Pelabuhan Ciwandan. PT. Pelabuhan Tanjung Priok adalah Operator terminal multipurpose yang bertugas menangani kegiatan bongkar muat kargo curah cair, curah kering, general kargo dan lain-lain. Selain menjadi operator terminal PT. Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten juga terdaftar sebagai perusahaan bongkar muat (PBM) hal ini bisa dilihat pada lama resmi KSOP kelas 1 Banten. Hal ini selaras dengan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 59 Tahun 2021 Bab 3 Pasal 3, yang menyatakan bahwa pelaksana bongkar muat terdiri dari perusahaan bongkar muat, perusahaan angkutan laut nasional, dan badan usaha pelabuhan yang telah memperoleh konsesi.

PT PTP Banten yang beroperasi di Pelabuhan Ciwandan menyediakan jasa bongkar muat dan menghadapi kompetitor di bidang yang sama. Oleh karena itu, PT PTP Banten perlu memiliki strategi bersaing yang efektif untuk memenangkan pasar jasa bongkar muat yang mereka tawarkan. Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) dalam Adi (2012), strategi dalam pendekatan bisnis memiliki dampak signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk memuaskan klien melalui layanan berkualitas tinggi, membangun posisi pasar yang kuat, dan meningkatkan profitabilitas.

Selain itu, pemerintah melalui Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-08/MBU/08/2020 memberikan kewenangan bagi BUMN untuk bermitra dengan pihak swasta. Hal ini membuka peluang bagi perusahaan bongkar muat lainnya untuk beroperasi di Pelabuhan Ciwandan. Dengan adanya kerja sama strategis yang melibatkan PBM lain, diharapkan produktivitas pelabuhan dapat meningkat dan persaingan yang sehat dapat terwujud.

Berdasarkan data dari PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten juga dapat dilihat dinamika jumlah *shipping agent* yang berlabuh di Pelabuhan Ciwandan yang menggunakan Jasa Bongkar Muat PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten. Berikut merupakan data 10 *shipping agent* yang sering menggunakan jasa bongkar muat di PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten sebagai berikut.

Tabel 1. 1 TOP 10 *Shipping Agent* Pengguna Jasa PT. PTP BANTEN

SHIPPING AGENT	2021	2022	2023	2024
ADI BAHARI NUANSA	35	40	22	17
ATOSIM LAMPUNG		38		
PELAYARAN				
BAHTERA BESTARI SHIPPING	22	16		
BINTANG SAMUDERA UTAMA	12	9	8	7
MERAK				
BUANA LINTAS LAUTAN	22	43	5	7
GARUDA UNGGUL NASIONAL			56	7
INDOBARUNA BULK	29	44	29	2
TRANSPORT				
PELAYARAN HUB MARITIM		58	4	
INDONESIA				
SERASI SHIPPING INDONESIA	19	21	17	11
VINICI SAMUDERA AGENCIES	27	17		2
Grand Total	166	286	141	53

Sumber: PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten, 2024

Berdasarkan Tabel 2 ada 10 *shipping agent* yang sering memakai PT PTP Banten sebagai Perusahaan bongkar muat kapal mereka dan dapat kita lihat bahwa di tahun 2021 ada 166 permintaan bongkar muat untuk PBM PT PTP Banten dan mengalami kenaikan pada tahun 2022 sebesar 286 permintaan lalu menurun pada tahun 2023 sebesar 141 permintaan dan menurun jauh di tahun 2024 sebesar 53 permintaan.

Melihat *trend* yang menurun maka perusahaan perlu melakukan evaluasi dan inovasi serta adaptasi dengan lingkungan pasar yang dinamis sehingga Perusahaan mampu bertahan hal ini sependapat dengan Chen, (2019) Untuk berkembang dalam iklim yang sangat *kompetitif* dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, inovasi sangat penting. Hal

tersebut juga karena kita tidak lagi berada di waktu yang dimana produsen memaksakan keinginannya kepada konsumen, melainkan waktu yang dimana konsumen memaksakan kehendaknya kepada produsen maka di perlukan suatu strategi pemasaran yang baik untuk memahami keinginan konsumen.

Sebelum menentukan strategi pemasaran untuk menarik Kembali konsumen, suatu perusahaan tentunya harus mengenali kekuatan-kekuatan yang menimbulkan keunggulan dibandingkan pesaing dan kelemahan-kelemahan yang menimbulkan kerugian terhadap kompetitor. Mengetahui hal ini akan sangat membantu dalam mengenal kemampuan sebuah perusahaan, memanfaatkan setiap peluang yang datang, dan menghindari atau meminimalkan risiko.

Dalam menentukan strategi tepat penulis menggunakan strategi SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*) karena analisis SWOT mampu mengenali kelemahan serta mampu menciptakan sebuah peluang dari kombinasi-kombinasi strategi yang ada hal ini sependapat dengan Chairyan et al., (2019) Analisis SWOT adalah proses metodelis untuk mengidentifikasi berbagai aspek guna mengembangkan strategi perusahaan.

Dengan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. PTP Banten dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan penurunan penggunaan jasa bongkar muat di PT PTP Banten serta bagaimana strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Dengan demikian penulis memilih judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA BONGKAR MUAT UNTUK MENINGKATKAN PENGGUNAAN JASA BONGKAR MUAT DI PT. PELABUHAN TANJUNG PRIOK CABANG BANTEN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh PT. PTP Banten?
2. Apa faktor yang mempengaruhi penurunan permintaan jasa bongkar muat di PT. PTP Banten?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penggunaan jasa bongkar muat di PT. PTP Banten?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh PT. PTP Banten?
2. Menganalisis apa saja faktor yang mempengaruhi penurunan permintaan jasa bongkar muat di PT. PTP Banten?
3. Menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penggunaan jasa bongkar muat di PT. PTP Banten?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi PT Pelabuhan Tanjung Priok Cabang Banten

- i. Penelitian ini memberikan panduan strategis untuk meningkatkan efektivitas program pemasaran seperti *Customer Visit*, *Coffee Morning*, *Customer Gathering*, dan Survey Kepuasan Pelanggan.
- ii. Rekomendasi dalam penelitian ini dapat membantu perusahaan mengatasi kendala pemasaran, seperti rendahnya tingkat partisipasi mitra dalam acara pemasaran
- iii. Dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis data yang dihasilkan dari survei kepuasan pelanggan, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan mitra dan merancang layanan yang lebih relevan, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing Perusahaan

b. Bagi Mitra Perusahaan

- i. Mitra perusahaan akan mendapatkan manfaat langsung dari peningkatan layanan dan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan.
- ii. Program pemasaran yang lebih inklusif dan relevan, seperti *Customer Gathering* yang membahas isu-isu terkini di industri, dapat membantu mitra menjalin kerja sama yang lebih baik dan memahami peluang bisnis baru

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori pemasaran jasa, khususnya di sektor pelabuhan dan logistik. Dengan menyoroti pentingnya faktor non-pemasaran seperti penggunaan teknologi digital, pengelolaan fasilitas. Penelitian ini mendukung literatur tentang pemasaran berbasis hubungan (*relationship marketing*)

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai penerapan program-program pemasaran, seperti *Customer Visit*, *Coffee Morning*, *Customer Gathering* dan survei kepuasan pelanggan, dalam lingkungan bisnis yang nyata.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan penelitian pada analisis dampak strategi pemasaran dengan membandingkan beberapa pelabuhan atau perusahaan bongkar muat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam dampak yang ditimbulkan oleh berbagai strategi yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan. Dengan membandingkan hasil dari strategi-strategi tersebut, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor kunci yang berpengaruh terhadap efektivitas strategi pemasaran jasa bongkar muat.