

**ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM
MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH CAIR
DI TERMINAL NILAM**



**Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Pendidikan Diploma IV**

AISYAH CHIKA PRATIWI

NIT : 08.20.001.2.08

PROGRAM STUDI TRANSPORTASI LAUT

PROGRAM DIPLOMA IV

POLITEKNIK PELAYARAN SURABAYA

TAHUN 2024

**ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM
MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH CAIR
DI TERMINAL NILAM**



**Disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Pendidikan Diploma IV**

AISYAH CHIKA PRATIWI

NIT : 08.20.001.2.08

PROGRAM STUDI TRANSPORTASI LAUT

PROGRAM DIPLOMA IV

POLITEKNIK PELAYARAN SURABAYA

TAHUN 2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Chika Pratiwi

Nomor Induk Taruna : 08.20.001.2.08

Program Diklat : D-IV Transportasi Laut Reguler

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul:

ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH CAIR DI TERMINAL NILAM

Merupakan karya asli seluruh ide yang ada dalam skripsi tersebut, kecuali tema dan yang saya nyatakan dalam bentuk kutipan, merupakan ide saya sendiri. Jika pernyataan di atas terbukti tidak benar, maka saya siap menerima sanksi yang ditetapkan oleh Politeknik Pelayaran Surabaya

Surabaya, 7 Mei 2024
Yang menyatakan

Aisyah Chika Pratiwi

**PERSETUJUAN SEMINAR HASIL
SKRIPSI**

Judul : ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM
MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH
CAIR DI TERMINAL NILAM

Nama Taruna : AISYAH CHIKA PRATIWI

NIT : 0820001208

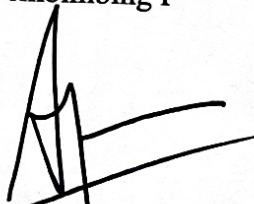
Program Studi : DIV TRANSPORTASI LAUT

Dengan ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diseminarkan

SURABAYA, 29 April 2024

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Indah Ayu Johanda Putri, S.E., M.Ak

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19860902 200912 2 001

Pembimbing II



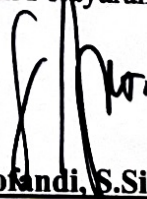
Antony Damanik, S.E., M.M.TR

Pembina (IV/a)

NIP. 19750911 199703 1 005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Transportasi Laut
Politeknik Pelayaran Surabaya



Faris Nofandi, S.Si.T., M.Sc.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19841118 200812 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH CAIR DI TERMINAL NILAM

Disusun dan Diajukan Oleh :

AISYAH CHIKA PRATIWI

NIT.08.20.001.2.08

D-IV Transportasi Laut

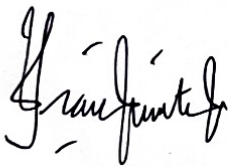
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Politeknik Pelayaran Surabaya

Pada tanggal 7 Mei 2024

Menyetujui :

Penguji I



Dian Junita Arisusanty, S.S.IT., M.M.

Penata Tk. I (III/d)

NIP.19760629 201012 2 001

Penguji II



Dr. Indah Ayu Johanda Putri, S.E., M.Ak

Pembina (IV/a)

NIP. 19860902 200912 2 001

Penguji III



Antony Damanik, S.E., M.M.TR

Pembina (IV/a)

NIP. 19750911 199703 1 005

Mengetahui :

Ketua Jurusan Transportasi Laut



Faris Nofandi S.Si., M.Sc.

Penata Tk. I (III/d)

NIP. 19841118 200812 1 003

KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat serta karunianya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah terapan yang berjudul:

“ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN MARKET SHARE CURAH CAIR DI TERMINAL NILAM”

Pada penulisan karya ilmiah terapan ini penulis telah banyak mendapatkan arahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Allah SWT atas ridho-Nya sebab penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah terapan ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Moejiono M.T M.Mar.E selaku Direktur Politeknik Pelayaran Surabaya beserta jajarannya yang telah menyediakan fasilitas dan pelayanan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah terapan ini.
3. Bapak Faris Novandi,S.Si.T.,M.Sc. selaku Ketua jurusan transportasi laut yang mendukung serta memberikan memotivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar sesuai tepat waktu.
4. Ibu Dr. Indah Ayu Johanda Putri, S.E, M.Ak selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dan memotivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Antony Damanik , S.E, M.M.Tr yang terus membimbing penulis serta memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
6. Dian Junita Arisusanty,S.S.IT.,M.M. selaku dosen penguji 1 yang mana telah meluangkan waktu untuk menguji hasil skripsi saya.
7. Seluruh Civitas Akademik ,Staff dan Dosen Pengajar Jurusan Transportasi Laut Politeknik Pelayaran Surabaya.
8. Kepada keluarga saya, terutama yang sangat saya sayangi dan saya kagumi Mama Tercinta Idawati dan Papa Rivai, yang menjadi motivator dan tauladan yang baik bagi penulis.

9. *Branch Manager* PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam bapak Made Rusli Suniajaya yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan prada kepada penulis.
10. Seluruh Direksi dan Karyawan PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam, terimakasih atas semua bimbingan dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis saat melakukan praktik darat/prada.
11. Kepada Mbak Ratu Sawitri selaku pembimbing magang di PT. Terminal Petikemas Surabaya yang selalu membimbing dan mendukung hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat canda dan tawa serta selalu ada dalam suka maupun duka, Fifta, Selsa, Mia, Neni, Vanda dan Devia.
13. Kepada sahabat perjuangan kampus Hanny Amanda Rachmah yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dukungan kepada penulis.
14. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Pelayaran Surabaya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Demikian, skripsi yang penulis tulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dengan kerendahan hati akan penulis nantikan demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 6 Mei 2024

Penulis,

Aisyah Chika Pratiwi

0820001208

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN SEMINAR HASIL	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. BATASAN MASALAH.....	6
D. TUJUAN PENELITIAN.....	7
E. MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. REVIEW PENELITIAN TERDAHULU.....	9
B. LANDASAN TEORI.....	11
1. Market Share.....	11
2. Strategi	15
3. <i>Boston Consulting Group Matrix</i>	18
4. Analisis SWOT	19
5. <i>Fishbone</i>	21
6. Analisis <i>Time Series</i>	23
7. Pelabuhan	24
8. Terminal.....	26
9. Curah Cair.....	28

10. Pengguna Jasa	30
11. Perusahaan Bongkar Muat	32
12. Bongkar Muat	33
C. KERANGKA BERPIKIR.....	35
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Sumber Data.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Pengamatan	51
1. Sejarah Singkat PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Nilam Mirah.....	51
2. Struktur Organisasi PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Nilam Mirah...	52
3. Layout Denah dan Fasilitas Terminal Nilam.....	58
4. Kondisi Eksisting Terminal Nilam.....	60
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	62
1. Analisa Boston Consulting Group	62
2. Analisa SWOT.....	66
3. Analisa <i>Fishbone</i>	72
4. Analisa Time Series.....	82
5. Strategi Bisnis.....	97
BAB V	105
KESIMPULAN DAN SARAN	105
A. KESIMPULAN	105
B. SARAN.....	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</i>	<i>9</i>
<i>Tabel 4. 1 Data Tonase Komoditi PBM Pelindo dan Non Pelindo tahun 2022</i>	<i>62</i>
<i>Tabel 4. 2 Data Tonase Komoditi PBM Pelindo dan Non Pelindo tahun 2023</i>	<i>62</i>
<i>Tabel 4. 3 Tabel hasil analisa wawancara SWOT.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 4. 4 Strength dan Oppotunities PT. Pelindo Multi Terminal Nilam Curah Cair</i>	<i>67</i>
<i>Tabel 4. 5 Weakness dan Threats PT. Pelindo Multi Terminal Nilam Curah Cair.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabel 4. 6 Tarif Handling PBM Pelindo.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabel 4. 7 Tarif Kerja Sama Fasilitas dan Pass Pelabuhan</i>	<i>71</i>
<i>Tabel 4. 8 Identifikasi Masalah.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 4. 9 Penentuan orde model deret waktu ARIMA</i>	<i>87</i>
<i>Tabel 4. 10 Hasil uji White Noise PBM Pelindo</i>	<i>88</i>
<i>Tabel 4. 11 Forecasting data Pendapatan Tonase PBM Pelindo 3 Tahun kedepan.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabel 4. 12 Penentuan orde model deret waktu ARIMA</i>	<i>94</i>
<i>Tabel 4. 13 Hasil uji White Noise PBM non Pelindo</i>	<i>95</i>
<i>Tabel 4. 14 Hasil forecasting pendapatan tonase PBM Non Pelindo 3 tahun kedepan....</i>	<i>96</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Market share tonase terminal Nilam curah cair 2018-2022</i>	<i>3</i>
<i>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian</i>	<i>39</i>
<i>Gambar 3. 1 Triangulasi "teknik" pengumpulan data</i>	<i>45</i>
<i>Gambar 4. 1 Logo Perusahaan PT. Pelindo Multi Terminal</i>	<i>9</i>
<i>Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam</i>	<i>53</i>
<i>Gambar 4. 3 Peta Jalur Pipa Terminal Nilam</i>	<i>58</i>
<i>Gambar 4. 4 Traffic Flow dan Layout Terminal Nilam Curah Cair</i>	<i>58</i>
<i>Gambar 4. 5 Layout Nilam Storage Tank</i>	<i>59</i>
<i>Gambar 4. 6 Kondisi Eksisting Pendapatan Tonase Tiap Komoditi Tahun 2018-2023....</i>	<i>60</i>
<i>Gambar 4. 7 Market Share PBM Pelindo dan Non Pelindo Berdasarkan Tiap Kemasan Tahun 2023.....</i>	<i>61</i>
<i>Gambar 4. 8 Matriks Boston Consulting Group Pelindo 2023.....</i>	<i>63</i>
<i>Gambar 4. 9 Matriks Boston Consulting Group Pelindo 2022.....</i>	<i>63</i>
<i>Gambar 4. 10 Crude Palm Oil (kiri) dan RBD Palm Olein (kanan)</i>	<i>64</i>
<i>Gambar 4. 11 Statement of fact kegiatan bongkar muat terminal Jamrud Mirah Nilam .</i>	<i>68</i>
<i>Gambar 4. 12 Pranota Pelayanan Jasa PT Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam</i>	<i>69</i>
<i>Gambar 4. 13 Tanki Terminal Nilam</i>	<i>70</i>
<i>Gambar 4. 14 Steiger Terminal Nilam Curah Cair</i>	<i>77</i>
<i>Gambar 4. 15 Diagram Fishbone Pengguna Jasa Tidak Menggunakan PBM Pelindo ...</i>	<i>81</i>
<i>Gambar 4. 16 Trendline Pendapatan Tonase PBM Pelindo tahun 2018 - 2023.....</i>	<i>82</i>
<i>Gambar 4. 17 Trendline Pendapatan Tonase PBM Pelindo tahun 2018 - 2023.....</i>	<i>83</i>
<i>Gambar 4. 18 Uji stasioneritas data Pelindo dengan koreleogram</i>	<i>85</i>
<i>Gambar 4. 19 Uji stasioneritas data Pelindo dengan koreleogram setelah diferensiasi ke-1</i>	<i>85</i>
<i>Gambar 4. 20 Uji stasioneritas data Pelindo dengan koreleogram setelah diferensiasi ke-2</i>	<i>82</i>
<i>Gambar 4. 21 Uji ACF PBM Pelindo</i>	<i>86</i>
<i>Gambar 4. 22 Uji PACF PBM Pelindo</i>	<i>87</i>
<i>Gambar 4. 23 Uji stasioneritas data non Pelindo dengan koreleogram</i>	<i>92</i>
<i>Gambar 4. 24 Uji stasioneritas data non Pelindo dengan koreleogram setelah diferensiasi ke-1.....</i>	<i>92</i>
<i>Gambar 4. 25 Uji ACF PBM non Pelindo</i>	<i>93</i>

<i>Gambar 4. 26 Ui PACF PBM Non Pelindo.....</i>	<i>94</i>
<i>Gambar 4. 27 Trendline Forecasting PBM non Pelindo</i>	<i>96</i>
<i>Gambar 4. 28 Brand Awareness Pyramid.....</i>	<i>98</i>
<i>Gambar 4. 29 Skema Analisi Strategi Product Bundling.....</i>	<i>101</i>
<i>Gambar 4. 30 Alur Quality Control Perusahaan Jasa</i>	<i>103</i>

ABSTRAK

Bagi perusahaan persaingan bisnis adalah hal yang memiliki tantangan tersendiri. Untuk bertahan dalam persaingan tersebut, perusahaan harus menaikkan nilai perusahaan baik secara strategi maupun kualitas. Jika sebuah perusahaan dapat mencapai target sesuai dengan perencanaan, maka semakin besar keuntungan yang didapat oleh perusahaan tersebut. Market share adalah besaran ukuran yang dikuasai oleh suatu produk atau merek dalam sebuah perusahaan, hal ini dapat dilihat dari tingginya permintaan sekelompok konsumen membeli suatu produk tertentu dan jarang membeli produk yang berada diluar pasar. Terminal Nilam dikelola oleh PT Pelindo Multi Terminal yang merupakan subholding PT Pelabuhan Indonesia. Untuk menunjang kegiatan bongkar muat diperlukan Perusahaan Bongkar Muat (PBM). PBM memiliki tugas bertanggung jawab dalam menangani kegiatan bongkar dan muat dengan aman dan sesuai dengan dokumen. Berbeda dengan terminal petikemas yang PBM sudah disediakan oleh Pelindo, Terminal Nilam sebagai terminal multipurpose pengguna jasa atau pemilik barang dapat memilih menggunakan PBM Pelindo atau mencari PBM swasta (PBM non Pelindo). terdapat faktor-faktor menyebabkan terjadinya kompetisi persaingan pasar untuk mendapatkan konsumen yang ingin menggunakan jasa bongkar muat perusahaan mereka baik Pelindo maupun non Pelindo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh PBM Pelindo untuk menaikkan market share. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengumpulan data oleh penulis saat melakukan praktek darat (Prada) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis *Boston Consulting Group*, SWOT, *Fishbone*, dan *Time Series*. Hasil pembahasan diperoleh bahwa market share PBM Pelindo masih kalah dengan market share PBM non Pelindo untuk bongkaran RBD Palm Olein, kemudian masih perlunya sertifikasi dan standar terkait bongkar muat untuk PBM Pelindo. Lalu juga masih banyak TKBM dari PBM Pelindo yang mengabaikan pentingnya K3.

Kata kunci : *Market share*, Curah cair, PBM Pelindo, PBM Non Pelindo

ABSTRACT

For companies, business competition is something that has its own challenges. To survive in this competition, the company must increase the value of the company both in strategy and quality. If a company can achieve the target in accordance with the plan, the greater the profit earned by the company. Market share is the size controlled by a product or brand in a company, this can be seen from the high demand for a group of consumers to buy a particular product and rarely buy products that are outside the market. Nilam Terminal is managed by PT Pelindo Multi Terminal which is a subholding of PT Pelabuhan Indonesia. To support loading and unloading activities, a loading and unloading company (PBM) is needed. PBM has the task of being responsible for handling loading and unloading activities safely and in accordance with documents. Unlike the container terminal where PBM has been provided by Pelindo, Nilam Terminal as a multipurpose terminal service users or owners of goods can choose to use PBM Pelindo or look for private PBM (PBM non Pelindo). there are factors causing market competition to get consumers who want to use the loading and unloading services of their companies both Pelindo and non Pelindo. The purpose of this study is to identify business strategies that can be done by PBM Pelindo to increase market share. This research was conducted based on data collection by the author while doing land practice (Prada) using qualitative research methods with Boston Consulting Group, SWOT, Fishbone, and Time Series analysis techniques. The results of the discussion obtained that the market share of PBM Pelindo is still inferior to the market share of PBM non Pelindo for RBD Palm Olein unloading, then there is still a need for certification and standards related to loading and unloading for PBM Pelindo. Then also there are still many TKBM from PBM Pelindo who ignore the importance of K3.

Keywords: Market share, Liquid bulk, PBM Pelindo, PBM Non Pelindo

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Bagi perusahaan persaingan bisnis adalah hal yang memiliki tantangan tersendiri. Untuk bertahan dalam persaingan tersebut, perusahaan harus menaikkan nilai perusahaan baik secara strategi maupun kualitas. Jika sebuah perusahaan dapat mencapai target sesuai dengan perencanaan, maka semakin besar keuntungan yang didapat oleh perusahaan tersebut. Namun apa yang terjadi jika didalam perusahaan tersebut terdapat persaingan lagi dari perusahaan luar, hal ini yang menyebabkan terjadinya persaingan pangsa pasar (*market share*) didalam perusahaan tersebut. Dengan menguasai *market share* yang besar, maka dapat memiliki keuntungan laba perusahaan yang besar tidak hanya keuntungan dalam segi finansial, namun juga dapat meningkatkan dalam segi kekuatan pasar, skala ekonomi perusahaan, dan kualitas manajemen perusahaan yang baik.

Menurut Lee G. Cooper (1998) *market share* adalah besaran ukuran yang dikuasai oleh suatu produk atau merek dalam sebuah perusahaan, hal ini dapat dilihat dari tingginya permintaan sekelompok konsumen membeli suatu produk tertentu dan jarang membeli produk yang berada diluar pasar. Besarnya permintaan konsumen akan juga memperbesar market share dari produk atau jasa yang jual oleh perusahaan tersebut. Namun, presentase dari *market share* dapat berubah sesuai dengan minat dan kebutuhan dari konsumen. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan diperlukan meningkatkan volume penjualan sesuai dengan sasaran konsumen agar mencapai target perusahaan dan mendapatkan *market share* lebih tinggi dibanding perusahaan pesaing.

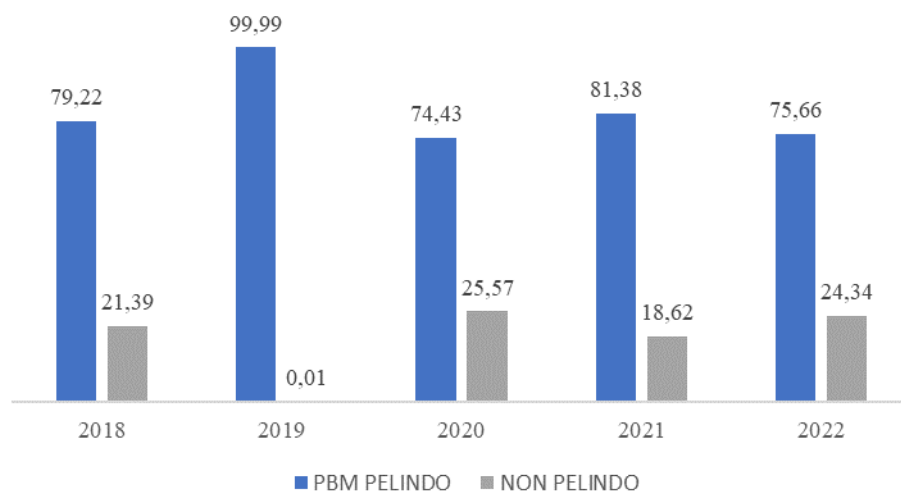
Selain meningkatkan volume penjualan sesuai dengan sasaran konsumen, diperlukan strategi *market share* karena dengan strategi yang baik akan mempengaruhi perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih. Hal yang dapat dilakukan adalah menganalisis aliran dari minat atau kebutuhan konsumen dengan struktur yang didasari pada pasar dan persaingan apakah telah berubah, kemudian memodifikasi hasil analisis menjadi strategi yang dapat meningkatkan *market share*. Strategi market share yang harus dilakukan untuk mempengaruhi persaingan pasar adalah strategi harga, strategi kualitas, strategi brand equity, strategi pelayanan pelanggan, dan strategi inovasi. *Market share* dapat diterapkan diseluruh jenis perusahaan yang bergerak dalam segala aspek bisnis baik perusahaan yang bergerak dalam *manufacturing* dan pelayanan jasa.

Pelabuhan termasuk dalam sektor pelayanan jasa yang memainkan peran penting dalam kegiatan perdagangan, pengiriman, dan penerimaan barang baik secara domestik maupun internasional. Menurut data Global Firepower jumlah total pelabuhan dan terminal yang digunakan untuk mengukur kemampuan ekonomi dalam mengangkut, mengirim, dan menerima barang baik dalam negeri dan luar negeri, Indonesia berada di urutan ketujuh dengan jumlah 16 pelabuhan. Sementara, Jepang menduduki peringkat pertama dengan jumlah 44 pelabuhan. Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya merupakan salah satu pelabuhan terbesar di Indonesia yang memiliki beberapa terminal bongkar muat baik kegiatan domestik maupun internasional seperti ekspor dan impor.

Salah satu terminal bongkar muat di Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya yaitu Terminal Nilam. Tingginya arus kedatangan kapal di terminal, maka meningkat juga jumlah barang yang dibongkar dan dimuat. Sebagai terminal

multipurpose komoditi yang dibongkar dan dimuat di Terminal Nilam adalah curah cair, *general cargo*, dan curah kering.

Terminal Nilam dikelola oleh PT Pelindo Multi Terminal yang merupakan *subholding* PT Pelabuhan Indonesia. Untuk menunjang kegiatan bongkar muat diperlukan Perusahaan Bongkar Muat (PBM). PBM memiliki tugas bertanggung jawab dalam menangani kegiatan bongkar dan muat dengan aman dan sesuai dengan dokumen. Berbeda dengan terminal petikemas yang PBM sudah disediakan oleh Pelindo, Terminal Nilam sebagai terminal *multipurpose* pengguna jasa atau pemilik barang dapat memilih menggunakan PBM Pelindo atau mencari PBM swasta (PBM non Pelindo).



Gambar 1. 1 Market share tonase terminal Nilam curah cair 2018-2022

Sumber: Data laporan kinerja terminal Nilam (data diolah), 2023

Terjadinya perbedaan ini dikarenakan berbedanya setiap komoditi dan penanganan yang memerlukan pihak ahli di muatan tersebut. Berdasarkan hal tersebut terdapat faktor-faktor yang membuat pengguna jasa memilih atau tidak menggunakan PBM Pelindo. Faktor-faktor tersebut menyebabkan terjadinya

kompetisi persaingan pasar untuk mendapatkan konsumen yang ingin menggunakan jasa bongkar muat perusahaan mereka baik Pelindo maupun non Pelindo. Dengan banyaknya kegiatan bongkar dan muat di Terminal Nilam membuat perusahaan bongkar muat berusaha mendapatkan pengguna jasa sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan *market share* perusahaan mereka. Selain meningkatkan market share, keuntungan yang didapat adalah memperoleh keuntungan yang maksimal bagi perusahaan bongkar muat tersebut. Terminal Nilam yang dikelola oleh PT Pelindo Multi Terminal, tentu mengharapkan pengguna jasa lebih banyak menggunakan PBM Pelindo. Hal ini dikarenakan *handling* merupakan salah satu komponen dari pendapatan yang masuk kedalam pendapatan Pelindo. Kemudian PT Pelindo Multi Terminal Nilam juga harus melakukan konsesi pendapatan sebesar 2% untuk pajak pelabuhan dan revenue sharing 30% ke pelindo yang harus pendapatan bersih, hal ini menyebabkan PT. Pelindo Multi Terminal Nilam harus menaikkan pendapatan mereka baik secara pendapatan dan tonase, karena perusahaan bongkar muat yang bergerak sendiri (non pelindo) akan mendapatkan pendapatan bersih mereka hanya untuk perusahaan tersebut, namun berbeda dengan PT. Pelindo Multi Terminal Nilam, perusahaan ini harus tetap melakukan konsesi dan revenue sharing ke beberapa instansi.

Melihat kuatnya persaingan perusahaan bongkar muat di Terminal Nilam, PBM Pelindo harus mengembangkan strategi orientasi bisnis untuk mempertahankan posisi terdepan agar menaikkan *market share*. Namun, untuk mencapai posisi terdepan perusahaan harus melakukan strategi dan analisis mendalam tentang kekuatan dan kelemahan mereka seperti peluang dan ancaman

di lingkungan bisnis. Pada penelitian terdahulu sudah banyak yang membahas terkait market share salah satunya adalah dalam penelitian Andi M., Djabir H., Rahman L., (2017) yang membahas tentang strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Semen Tonasa dalam menghadapi persaingan pasar untuk menaikkan market share. Kemudian dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan adalah strategi penetrasi pasar dengan tujuan menaikkan market share, untuk mendukung penerapan strategi ini, juga digunakan perubahan elemen Bussines Model Canvas dan analisa SWOT agar dapat meningkatkan daya saing dan memenangkan persaingan pasar.

Kemudian Liana Rusmala Dewi (2018) yang membahas tentang market share yang harus diterapkan oleh Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono untuk peningkatan jumlah nasabah perbankan. Strategi yang dilakukan yaitu dengan menerapkan komponen marketing mix yaitu strategi distribusi, strategi harga, strategi service, strategi produk, dan promosi. Namun pada kenyataannya strategi tersebut belum dilakukan secara maksimal. Meskipun belum dilakukan secara maksimal, namun jumlah nasabah bank BRISyariah setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan di harapkan dengan dimulainya menerapkan strategi marketing mix akan menambah keuntungan dari bank BRISyariah tersebut.

Lalu Angga Gumilar, Asep Endri Mulyanana (2022) yang membahas tentang pengaruh market share dengan total assets turnover dan return on equity (ROE) di PT Kalbe Farma Tbk. Dalam jurnal tersebut menyatakan bahwa, terdapat keterkaitan antara market share dengan return on equity namun tidak terdapat pengaruh besar dengan total assets turnover. Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi market share tersebut, maka semakin ROE perusahaan yang dapat digunakan

sebagai pengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya.

Salah satu analisis seperti *boston consulting group*, SWOT, *Fishbone*, dan *time series*, juga dapat digunakan dalam strategi market share, maka perusahaan dapat menerapkan dan memilih strategi yang paling cocok untuk meningkatkan kondisi *market share* mereka dan mengoptimalkan strategi agar dapat menarik lebih banyak pengguna jasa bahkan sepenuhnya menggunakan PBM Pelindo.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengangkat masalah peningkatan *market share* PBM Pelindo di Terminal Nilam, bagaimana faktor-faktor pemilihan PBM dan strategi untuk menarik daya minat pengguna jasa, sehingga dapat menaikkan pendapatan dan *market share* dari PBM Pelindo, maka dari itu saya sebagai penulis sangat tertarik untuk membahas lebih mendalam dan menuangkan dalam bentuk tulisan yang berjudul “ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN *MARKET SHARE* CURAH CAIR DI TERMINAL NILAM”

B. RUMUSAN MASALAH

1. Mengapa pengguna jasa tidak sepenuhnya menggunakan jasa Perusahaan Bongkar Muat (PBM) Pelindo di Terminal Nilam?
2. Bagaimana cara meningkatkan minat pengguna jasa untuk menggunakan Perusahaan Bongkar Muat (PBM) Pelindo di Terminal Nilam?

C. BATASAN MASALAH

Agar dalam melakukan penelitian dalam tugas akhir ini lebih fokus, dilakukan pembatasan :

1. Penelitian ini hanya fokus dilakukan pada daerah terminal Nilam.

2. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi perencanaan menaikkan *market share*, khususnya Perusahaan Bongkar Muat (PBM) Pelindo.
3. Sumber data penelitian yang digunakan yaitu pada tahun 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 dan 2023 (6 tahun).

D. TUJUAN PENELITIAN

Penulisan skripsi ini mempunyai beberapa tujuan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan skripsi ini, selain itu sebagai tugas akademis untuk mengatasi permasalahan yang muncul selama proses penelitian, dan tujuan yang ingin dicapai pada penyusunan skripsi ini :

1. Untuk mengetahui penyebab pengguna jasa tidak sepenuhnya menggunakan Perusahaan Bongkar Muat (PBM) Pelindo di terminal Nilam.
2. Untuk menyimpulkan dan memberikan masukan strategi dalam meningkatkan minat pengguna jasa menggunakan Perusahaan Bongkar Muat (PBM) Pelindo di terminal Nilam.

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari karya tulis ini baik bagi penulis maupun pembaca yaitu antara lain :

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap dari karya tulis ini menambah referensi *market share* di pelabuhan Surabaya terutama di Terminal Nilam. Penelitian yang dilakukan bisa dijadikan wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya tentang *market share* PBM Pelindo di terminal Nilam. Kemudian hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan dan sumber

informasi baru serta memberikan sumbangan pemikiran tentang *market share* PBM Pelindo di Terminal Nilam maupun penelitian mengenai strategi *market share* dengan objek penelitian yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

Hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai bahan masukan atau acuan serta sumbangan pemikiran didalam mengambil keputusan dan strategi dalam proses perbaikan dan peningkatan pelayanan dan *market share* PBM Pelindo dari yang sudah baik semakin baik lagi., kemudian penulis mampu mempraktekkan teori-teori yang di dapat selama mengikuti pendidikan, dan juga sebagai persyaratan kelulusan dari program Diploma IV Politeknik Pelayaran Surabaya (S.Tr.Tra). Serta melatih kemampuan penulis dalam menuangkan pemikiran ataupun pendapat dalam bahasa yang dapat dipertanggung jawabkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. REVIEW PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu merupakan proses mengidentifikasi dan menganalisis penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, tujuan dari *review* penelitian terdahulu adalah untuk menghindari duplikasi atau pengulangan pada sebuah penelitian dan dapat sebagai penyumbang ide pada penelitian baru untuk penelitian lebih lanjut, berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis yaitu :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL JURNAL	PENULIS	KESIMPULAN	PERBEDAAN PENELITIAN
1.	Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan <i>Market Share</i> dengan Menggunakan Pendekatan Analisis <i>Bussiness Model Canvas</i> (BMC) dan SWOT <i>Analysis</i> pada PT Semen Tonasa	Andi M., Djabir H., Rahman L., (2017)	Dari pembahasan dalam jurnal penelitian ini, menjelaskan tentang strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Semen Tonasa dalam menghadapi persaingan pasar untuk menaikkan market share. Kemudian dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan adalah strategi penetrasi pasar dengan tujuan menaikkan market share, untuk mendukung penerapan strategi ini, juga digunakan perubahan elemen Bussines Model Canvas dan analisa SWOT agar dapat meningkatkan daya saing dan memenangkan persaingan pasar.	Dalam penelitian sebelumnya, peneliti menjelaskan tentang strategi yang digunakan untuk mendukung implementasi dengan menggunakan komponen dalam elemen Bussiness Model Canvas dan analisa SWOT , sedangkan pada penelitian penulis menjelaskan tentang strategi yang digunakan berdasarkan analisis <i>time series</i> , untuk menemukan strategi yang efektif di terapkan di objek penelitian penulis dengan peramalan.
2.	Strategi <i>Market Share</i> dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank	Liana Rusmala Dewi (2018)	Dari pembahasan skripsi penelitian ini, menjelaskan tentang <i>market share</i> yang harus diterapkan oleh Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono untuk	Dalam penelitian sebelumnya, peneliti menjelaskan tentang strategi untuk meningkatkan <i>market share</i> adalah dengan <i>marketing mix</i> yaitu

NO	JUDUL JURNAL	PENULIS	KESIMPULAN	PERBEDAAN PENELITIAN
	BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur)		peningkatan jumlah nasabah perbankan. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menggunakan komponen <i>marketing mix</i> yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi <i>service</i> , dan strategi distribusi. Namun pada kenyataannya strategi tersebut belum dilakukan secara maksimal. Meskipun belum dilakukan secara maksimal, namun jumlah nasabah bank BRISyariah setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan di harapkan dengan dimulainya menerapkan strategi marketing mix akan menambah keuntungan dari bank BRISyariah tersebut.	strategi promosi, strategi produk, strategi harga, strategi <i>service</i> , dan strategi distribusi. Sedangkan pada penelitian penulis, menjelaskan tidak hanya menggunakan komponen marketing mix namun, dalam meningkatkan market share diperlukan strategi analisa SWOT dan <i>fishbone</i> untuk mengidentifikasi persaingan pasar yang ada.
3.	Pengaruh <i>Market Share</i> dan <i>Total Assets Turnover</i> terhadap <i>Return On Equity</i> (Kasus pada PT Kalbe Tbk)	Angga Gumilar, Asep Endri Mulyanana (2022)	Dari pembahasan jurnal penelitian ini, menjelaskan tentang pengaruh <i>market share</i> dengan <i>total assets turnover</i> dan <i>return on equity</i> (ROE) di PT Kalbe Farma Tbk. Dalam jurnal tersebut menyatakan bahwa, terdapat keterkaitan antara <i>market share</i> dengan <i>return on equity</i> namun tidak terdapat pengaruh besar dengan <i>total assets turnover</i> . Hal ini dapat disimpulkan semakin tinggi market share tersebut, maka semakin ROE perusahaan yang dapat digunakan sebagai pengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya.	Dalam penelitian sebelumnya, membahas tentang pengaruh <i>market share</i> dengan <i>total assets turnover</i> dan <i>return on equity</i> (ROE) di PT Kalbe Farma Tbk. Kemudian didapatkan hasil bahwa <i>total assets turnover</i> tidak berpengaruh dalam <i>market share</i> , sebaliknya <i>return on equity</i> sangat berpengaruh dalam <i>market share</i> . Sedangkan pada penelitian penulis, menggunakan matriks <i>boston consulting group</i> untuk memvisualisasikan bagaimana pengaruh market share dengan matriks <i>boston consulting group</i> dengan tujuan untuk menggambarkan

NO	JUDUL JURNAL	PENULIS	KESIMPULAN	PERBEDAAN PENELITIAN
				posisi kompetitif bisnis PBM Pelindo di Terminal Nilam.

Sumber : Data Peneliti (2023)

B. LANDASAN TEORI

1. Market Share

a. Definisi

Menurut Theodore Levitt (1984) dalam bukunya yang berjudul *Marketing Myopia*, *market share* tidak hanya presentase dari penjualan oleh suatu perusahaan, namun lebih dari itu, *market share* menggambarkan dominasi merek serta reputasi produk dalam benak konsumen atau pengguna jasa. *Market Share* juga dapat diartikan sebagai ukuran atau luasnya pasar yang dapat dikuasai oleh perusahaan berbentuk presentase hal ini diperlukan untuk mengetahui eksistensi dari perusahaan.

Market share dapat membuat terjadinya persaingan antar perusahaan, persaingan disini bukan untuk menyerang satu sama lain. Meskipun persaingan antar perusahaan menjadi ketat, hal ini tidak baik jika perusahaan saling menjatuhkan satu sama lain, sebagai gantinya dapat dijadikan untuk menciptakan bagaimana cara untuk meningkatkan *market share* dari masing – masing perusahaan. Dengan meningkatkan strategi *market share* dan naiknya penjualan dari produk atau jasa akan memudahkan perusahaan memperoleh keuntungan dan akan memajukan perusahaan. Hal positif yang dapat diambil adalah adanya membentuk persaingan sehat antar perusahaan dengan tujuan mendorong inovasi dan kualitas produk atau jasa yang diberikan dengan memperhatikan etika bisnis

yang ada agar selain memperoleh keuntungan juga membentuk persaingan yang adil dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Sedangkan menurut Klepek M. dan Kvičala D. (2022), dalam jurnal *Marketing Intelligence dan Planning*, market share tidak hanya berfokus pada perusahaan namun juga pada produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. Selain meningkatkan kualitas, untuk meningkatkan market share perlunya memulai hal baru dari bisnis seperti keluar dari zona nyaman perusahaan mencoba hal baru yang disesuaikan dengan karakteristik bisnis dan tujuan perusahaan, kemudian mulai memikirkan strategi jangka panjang agar dapat selalu mengikuti lingkungan bisnis yang selalu berubah dan berkembang, perubahan tren konsumen dan perkembangan teknologi.

b. Manfaat

Market share sangat penting untuk menunjang perkembangan perusahaan agar dapat bersaing di dunia bisnis yang memiliki berbagai macam pesaing, dengan market share sebagai perhitungan berada di presentase market share mana perusahaan tersebut, semakin besar presentase maka semakin dominan perusahaan tersebut, Manfaat dari market share yaitu :

- 1) Sebagai informasi untuk acuan bisnis, dengan mengetahui market share, maka hal itu dapat digunakan sebagai acuan bisnis bagaimana hal yang harus ditingkatkan.

- 2) Sebagai data penting perusahaan, dengan data presentase market share akan membuat perhitungan data untuk meningkatkan market share dari perusahaan pesaing.
- 3) Sebagai patokan kenaikan dan penurunan kinerja perusahaan, jika market share sebuah perusahaan naik, maka kinerja perusahaan tersebut telah baik, namun jika turun perlu adanya evaluasi kinerja di perusahaan tersebut.
- 4) Sebagai peningkat reputasi perusahaan, dengan market share yang tinggi akan berguna sebagai daya tawar produk atau jasa tersebut, perusahaan dapat menaikkan harga karena perusahaan tersebut telah menguasai pasar tersebut dan dapat memberikan reputasi yang baik untuk produk kepada konsumen atau pengguna jasa.

c. Strategi Market Share

Meningkatkan *market share* diperlukan perencanaan yang sesuai dengan karakter perusahaan, dengan begitu maka perusahaan dapat dengan mudah untuk menerapkan strategi yang telah direncanakan. Ada beberapa strategi yang dapat meningkatkan *market share*, yaitu:

1) Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar yaitu strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan baik kepada pelanggan saat ini maupun menarik pelanggan baru dan memperluas market share yang ada dengan memberikan produk jasa yang sudah atau baru ke pasar yang sudah ada untuk menaikkan persaingan di pasar tertentu.

2) Diversifikasi

Diversifikasi yaitu strategi dilakukan perusahaan untuk meningkatkan market sharenya dengan menambah unit bisnis atau produk baru, bisa juga membuka anak perusahaan baru yang akan tetap terlibat dalam pasar bisnis yang sama hal ini digunakan untuk menghadapi persaingan pasar yang ada, memperbaiki strategi bisnis yang sebelumnya, mencegah kebangkrutan dan memperbaiki perkembangan perusahaan.

3) Aliansi Strategis

Aliansi Strategis adalah kemitraan jangka waktu panjang atau pendek yang melibatkan satu perusahaan atau lebih dimana kedua belah pihak membuat perjanjian kontrak kerjasama untuk memperkuat posisi mereka di pasaran dan memenangkan *market share*.

4) Inovasi Produk

Inovasi produk adalah membuat produk yang berbeda, unik dan lebih unggul dibandingkan produk pesaing. Inovasi merupakan hal yang penting dilakukan oleh perusahaan, karena dengan inovasi dapat memberikan lebih banyak hal baru dan unik serta pilihan kepada konsumen atau pengguna jasa.

d. Dasar Hukum

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bahwa “setiap orang yang berusaha di Indonesia

harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional”. Setiap perusahaan dapat berpartisipasi dalam kegiatan persaingan yang wajar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, persaingan yang wajar yang dilakukan tidak merugikan kepentingan umum dan memonopoli seluruh pasar yang berkaitan. Pada pasal 17 ayat 2 menyatakan, pelaku usaha dianggap melakukan penguasaan atas usaha apabila :

- a. Barang atau jasa yang bersangkutan belum berbentuk;
- b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk kedalam persaingan usaha;
- c. Satu pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Dalam hal ini, pelaku usaha dilarang untuk menghalangi/menolak pesaing tertentu untuk melakukan usaha yang sama pada pasar tertentu dan juga membatasi pergerakan untuk penjualan jasa yang diberikan untuk menaikkan market share pelaku usaha tersebut.

2. Strategi

a. Definisi

Menurut Porter, M. E., dalam Danso S., dan Adomako J. dan Amankwah-Amoah dk. (2019) strategi adalah rencana yang dibentuk

dan disusun oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuannya dengan memanfaatkan sumber daya yang efektif dan efisien. Strategi dapat membuat keputusan tindakan yang dilakukan untuk mencapai keunggulan persaingan yang berubah-ubah dan itu akan menciptakan perbedaan dengan pesaing. Dalam strategi bisnis, dengan merencanakan diawal dan tepat dapat mengoptimalkan kinerja, meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan. Strategi memungkinkan untuk perusahaan beradaptasi dengan perubahan baik secara lingkungan dan teknologi, strategi yang baik dapat menciptakan perusahaan yang fleksibel dan responsif menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Kemudian menurut Sia, S.K., dan Weill, P., dalam Hess, T., dan Matt, C., dan Benlian A., dk. (2020) strategi adalah rencana yang teorganisir dan tertata untuk mencapai tujuan tertentu dengan ditentukan jangka waktu untuk mencapainya. Peran strategi sangat penting dalam perusahaan selain pada bentuk operasional yang diinginkan, dapat membayangkan bagaimana kompetensi dan fokus perusahaan yang terarah, hal ini berguna untuk membantu perusahaan merumuskan strategi dan aspek-aspek penting yang perlu dipertimbangkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah ilmu, seni, dan rencana untuk kebijaksanaan mengenai kegiatan yang akan menghasilkan kondisi yang menguntungkan. Jika dihubungkan dengan perusahaan, ilmu yang dimaksud adalah perencanaan yang

dibuat berdasarkan pengetahuan dan teori yang ada, kemudian jika seni adalah bagaimana aturan-aturan dalam merancang strategi yang dapat selaras dengan visi misi perusahaan dan tidak merugikan siapapun dan rencana yang dimaksud adalah bagaimana kegiatan yang akan dilakukan kedepannya, bagaimana perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya berdasarkan strategi yang telah disusun.

b. Manfaat

Strategi merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis, karena merupakan kunci untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan strategi yang baik akan memfokuskan perusahaan dengan hal tujuan yang ingin dicapai, berikut manfaat dari strategi yaitu :

- 1) Strategi membantu perusahaan menentukan fokus arah prioritas tujuan yang ingin dicapai perusahaan;
- 2) Strategi memberikan gambaran kerangka kerja untuk membuat keputusan yang harus diambil secara rasional yang efektif;
- 3) Strategi membantu mengarahkan perusahaan pada tujuan yang ingin dicapai;
- 4) Strategi membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perkembangan lingkungan eksternal seperti persaingan dari perusahaan luar;
- 5) Strategi membantu menetapkan indikator kerja yang jelas untuk sasaran perusahaan dalam mengukur kesuksesan perusahaan.

3. *Boston Consulting Group Matrix*

a. Definisi

Boston Consulting Group (BCG) adalah perusahaan konsultan manajemen swasta yang berada di Boston, perusahaan ini banyak berkecimpung dalam market share. Matriks *Boston Consulting Group* (BCG) digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi perusahaan. Pencipta bagan matriks *Boston Consulting Group* adalah Bruce Henderson pada tahun 1970, matriks ini digunakan untuk membantu perusahaan menganalisis sumber daya, merek pemasaran, manajemen strategis, manajemen produk dan analisis portofolio. Matriks *Boston Consulting Group* terbagi menjadi 4 macam kategori yaitu :

- 1) Bintang (*stars*) : bisnis atau produk dengan market share tinggi dalam industri berkembang pesat;
- 2) Tanda tanya (*question marks*) : bisnis atau produk dengan market share rendah didalam industri berkembang pesat;
- 3) Sapi perah (*cash cows*) : bisnis atau produk dengan market share tinggi di dalam industri yang tumbuh lambat;
- 4) Anjing (*dogs*) : bisnis atau produk dengan market share rendah di dalam industri yang tumbuh lambat.

b. Manfaat

Analisis Boston Consulting Group (BCG) digunakan menganalisis pertumbuhan pasar dan market share pada perusahaan. Manfaat dari analisis *boston consulting group* yaitu :

- 1) Membantu perusahaan dalam mengenali produk atau jasa yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi dan menghasilkan keuntungan besar di masa mendatang;
- 2) Melalui analisis *boston consulting group*, perusahaan dapat membuat keputusan yang strategis tentang *market share* perusahaan;
- 3) Memberikan cara mengevaluasi kinerja bisnis secara menyeluruh dan objektif;
- 4) Melalui analisis *boston consulting group*, perusahaan dapat mengidentifikasi risiko dan peluang terkait bisnis mereka.

c. Langkah-langkah Pembuatan

Analisis *Boston Consulting Group* (BCG) merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis bisnis suatu perusahaan. Langkah-langkah analisis *boston consulting group* yaitu :

- 1) Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bisnis dalam perusahaan;
- 2) Membuat matriks *boston consulting group*;
- 3) Membuat plot setiap bisnis;
- 4) Menganalisis bisnis terhadap 4 kuadran;
- 5) Mengembangkan strategi berdasarkan plot perusahaan;
- 6) Merekomendasikan strategi tindakan lanjutan yang harus dilakukan perusahaan.

4. Analisis SWOT

a. Definisi

Menurut Rangkuti dalam Mashuri dan Dwi N. (2020), Analisis SWOT adalah metode pengenalan karakteristik sesuai kelas tertentu

untuk merumuskan strategi perusahaan yaitu kekuatan (strengths) sebagai kekuatan dari perusahaan, kelemahan (weaknesses) sebagai keterbatasan atau kelemahan dari perusahaan, peluang (opportunities) sebagai situasi yang menguntungkan perusahaan, bisa juga sebagai peluang karena lingkungan yang menguntungkan bagi perusahaan, dan ancaman (threats) sebagai situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan baik secara lingkungan maupun peluang.

b. Manfaat

Analisa SWOT membantu perusahaan dalam mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta ancaman perusahaan dari lingkungan luar. Berikut manfaat analisa SWOT yaitu :

- 1) Membantu perusahaan memahami kelebihan dan kekurangan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.
- 2) Analisis SWOT dapat membantu perusahaan untuk mengenali peluang baru dalam pasar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *market share* perusahaan tersebut.
- 3) Informasi yang dihasilkan dari analisis SWOT dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan, mempertimbangkan langkah selanjutnya yang harus diambil dalam meningkatkan tujuan perusahaan.
- 4) Analisis SWOT membantu perusahaan memahami risiko perusahaan seperti persaingan ketat dan perkembangan teknologi baru yang dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan.

c. Langkah-langkah Pembuatan

Pembuatan analisis SWOT diperlukan untuk memahami tentang wawasan informasi terkait perusahaan agar dapat mengetahui hal apa yang perlu diubah. Berikut langkah-langkah untuk membuat analisis SWOT yaitu :

- 1) Menetapkan tujuan;
- 2) Mengidentifikasi kelebihan perusahaan;
- 3) Mengidentifikasi kelemahan;
- 4) Mengidentifikasi peluang;
- 5) Mengidentifikasi ancaman;
- 6) Mengevaluasi;
- 7) Menggunakan hasil evaluasi sebagai dasar untuk merancang strategi bisnis perusahaan;
- 8) Mengimplementasikan hasil strategi.

5. *Fishbone*

a. Definisi

Menurut A. Vandy Pramujaya (2019), diagram *fishbone* adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengenali permasalahan mutu dan titik poin yang terdiri atas *machine*, *method*, *material*, *man power*, dan *measurement*. Diagram yang ditampilkan berbentuk tulang ikan, diagram ini bisa disebut sebagai diagram ishikawa dan diagram tulang ikan. Fungsi dari diagram ini adalah menunjukkan penyebab dari sebuah akibat secara spesifik. Diagram *fishbone* dapat digunakan

pengembangan kualitas produk atau jasa yang dijalankan oleh sebuah perusahaan.

b. Manfaat

Kemudian manfaat dari diagram *fishbone* yaitu:

- 1) Membantu mengidentifikasi penyebab dan akibat dari suatu permasalahan;
- 2) Memberikan ide dan inovasi penyelesaian masalah;
- 3) Membantu pencarian fakta terkait permasalahan;
- 4) Mengidentifikasi bagaimana tindakan selanjutnya yang harus diambil dalam penyelesaian permasalahan;
- 5) Menghasilkan pemikiran baru;
- 6) Membahas permasalahan secara rinci dan rapi.

Dengan dipahami manfaat dari penggunaan diagram fishbone, diharapkan permasalahan dari topik yang diangkat dapat lebih mudah dipahami dan dianalisis.

c. Langkah-langkah Pembuatan

Langkah-langkah pembuatan diagram fishbone yaitu:

- 1) Mengidentifikasi akibat;
- 2) Menempatkan akibat permasalahan di diagram kepala (sebalah kanan);
- 3) Mengidentifikasikan penyebab;
- 4) Melakukan evaluasi.

Diagram fishbone dapat digunakan sebagai alat visual untuk mengidentifikasi, menelaah, dan secara grafik menggambarkan seluruh penyebab yang berhubungan dengan permasalahan.

6. Analisis *Time Series*

a. Definisi

Analisis time series adalah metode analisis yang digunakan untuk melakukan peramalan berdasarkan pola data urutan waktu. Metode ini digunakan untuk melihat pola, tren, dan perilaku data untuk memprediksi masa depan. Dalam analisis time series, memfokuskan pada pengamatan data pada urutan waktu seperti harian, bulanan, dan tahunan) kemudian setelah itu akan mengidentifikasi karakteristik dari hasil data tersebut.

b. Manfaat

Analisis *time series* memberikan wawasan terkait tren data seiring waktu yang dapat digunakan perusahaan untuk memprediksi keputusan yang harus diambil perusahaan kedepannya. Berikut ini manfaat dari analisis *time series* yaitu :

- 1) Memungkinkan perusahaan untuk membuat prediksi dan peramalan terkait pendapatan perusahaan yang dapat dikembangkan;
- 2) Menganalisis dapat mengidentifikasi tren yang dapat digunakan sebagai gambaran jangka panjang dan jangka pendek;
- 3) Analisis *time series* membantu perusahaan memahami faktor-faktor yang terlibat dalam perusahaan seperti perubahan ekonomi dan kebijakan pemerintah;
- 4) Membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk mengoptimalkan strategi yang harus diambil perusahaan;
- 5) Analisis *time series* dapat digunakan untuk evaluasi terhadap perusahaan sebelumnya.

c. Langkah-langkah Pembuatan

Analisis time series merupakan metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis data dalam interval waktu tertentu.

Berikut langkah-langkah pembuatan analisis time series yaitu :

- 1) Mengumpulkan data;
- 2) Memvisualisasikan data;
- 3) Mengidentifikasi tren;
- 4) Memperhatikan adanya pola musiman pada data;
- 5) Mengestimasi model time series dengan menggunakan model statistik khusus.

7. Pelabuhan

a. Definisi

Pelabuhan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Kelautan Nomor 17 Tahun 2008, yaitu terdiri dari suatu daratan dan/atau perairan yang mempunyai batas-batas tertentu, berupa terminal dan terminal, tempat kapal dapat berlabuh, menaiki penumpang, dan/atau membongkar muatan. Tempat yang berfungsi sebagai lokasi kegiatan, tempat berlabuh kapal dengan fasilitas keselamatan dan keamanan maritim serta operasional pendukung pelabuhan, titik perpindahan di dalam dan antar angkutan. Selanjutnya menurut Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 2001 Pasal 1 ayat 1 tentang Kepelabuhanan, pelabuhan adalah suatu tempat yang terdiri dari daratan dengan batas-batas tertentu dan wilayah perairan di sekitarnya, serta berfungsi sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan perekonomian, tempat bersandar, berlabuh, bersandar, dan/atau tempat

penumpang dapat menurunkan, memuat, dan membongkar muatan kapal. Pelabuhan tersebut dilengkapi dengan fasilitas keamanan maritim dan penunjang pelabuhan, serta lokasi perpindahan di dalam dan antar kendaraan.

b. Fungsi

Pelabuhan memiliki fungsi dalam logistik, perdagangan dan transportasi laut, berikut adalah beberapa fungsi pelabuhan yaitu :

- 1) Sebagai pusat kegiatan transportasi laut, mencakup kegiatan bongkar muat barang dan penumpang;
- 2) Sebagai pergantian moda transportasi logistik dan distribusi barang;
- 3) Sebagai fasilitas penyebrangan antar pulau atau antar negara dengan menggunakan *ferry* atau kapal pesiar;
- 4) Sebagai penghasil dampak ekonomi positif bagi beberapa komunitas dan bisnis lainnya;
- 5) Pelabuhan memiliki peran penting dalam menjaga keamanan maritim dengan pengawasan terhadap keluar masuknya orang dan muatan yang melewati batas wilayah suatu negara;
- 6) Sebagai sumber informasi mengenai lalu lintas kapal-kapal.

c. Macam-macam pelabuhan

Pelabuhan memiliki berbagai jenis berdasarkan fungsinya dan lokasinya, berikut macam-macam pelabuhan yaitu :

1) Pelabuhan Laut

Merupakan pelabuhan dimana kapal-kapal berlabuh dan melakukan kegiatan bongkar muat barang atau penumpang.

2) Pelabuhan Sungai

Pelabuhan yang terletak di tepi sungai besar atau muara sungai yang dapat tempat kapal sandar dengan ukuran tertentu.

3) Pelabuhan *Dry Port/Inland Port*

Fasilitas pelabuhan yang terletak jauh dari pantai, tetapi masih berfungsi sebagai pusat pertukaran muatan antara transportasi darat (kerta api atau truk) dengan kapal.

4) Marina/Pelabuhan Kapal Pesiar

Merupakan tempat sandar kapal pesiar atau yacht milik individu ataupun perusahaan.

5) Pelabuhan Perikanan

Pelabuhan yang berfungsi untuk kegiatan bongkar muat ikan segar atau produk laut lainnya.

6) Pelabuhan Minyak dan Gas

Pelabuhan ini digunakan sebagai untuk mengekspor, mengimpor, serta menyimpan minyak mentah dan produk gas alam cair (LNG).

7) Pelabuhan Wisata

Pelabuhan ini digunakan tempat berlabuh kapal wisata untuk melakukan aktivitas rekreasi di destinasi tujuan tertentu.

8. Terminal

a. Definisi

Menurut Triatmodjo dalam Budsiherda, F. N. (2010) terminal adalah sebuah tempat untuk pemberhentian moda transportasi untuk aktivitas baik bongkar dan muat maupun pertukaran penumpang.

Terminal dibedakan menjadi 3 jenis yaitu :

1) Terminal konvensional

Terminal konvensional adalah terminal dengan kegiatan bongkar muat menggunakan *crane* kapal, pipa, *crane* (HPC dan HMC) dengan muatan general cargo, curah cair, dan curah kering.

2) Terminal penumpang

Terminal penumpang adalah terminal tempat turun dan naiknya penumpang dari kapal maupun ke kapal, kemudian terdapat fasilitas penunjang seperti fasilitas ruang tunggu, kamar kecil, kantor, telepon umum, dan tempat parkir.

3) Terminal petikemas

Terminal petikemas adalah terminal untuk kegiatan bongkar muat khusus petikemas, biasanya di terminal petikemas terdapat lapangan penumpukan petikemas dan alat penunjang seperti *Rubber Tyred Gantry* (RTG) dan *Container Crane*.

b. Fungsi

Terminal pelabuhan memiliki fungsi penting dalam kegiatan perdagangan internasional dan transportasi maritim, beberapa fungsi terminal pelabuhan yaitu :

1) Berfungsi sebagai tempat bongkar muat barang dari kapal maupun sebaliknya.

2) Terminal pelabuhan dapat dijadikan sebagai tempat penimbunan sementara, karena beberapa terminal pelabuhan menyediakan gudang yang dapat di sewa.

- 3) Sebagai tempat logistik dan menyediakan fasilitas logistik seperti pergudangan, pemrosesan dokumen, inspeksi bea cukai, serta pengelolaan inventaris dan distribusi barang.
- 4) Pelabuhan terminal memiliki peraturan keamanan yang ketat untuk mencegah masuknya barang ilegal dan berbahaya ke dalam negara.
- 5) Terminal pelabuhan menyediakan layanan administrasi dan dukungan kepada pemilik barang, agen pengiriman, operator kapal, dan pihak terkait lainnya. Ini termasuk koordinasi jadwal kedatangan/kapal keberangkatan, penanganan dokumen perdagangan internasional, serta penyediaan informasi tentang status dan lokasi kargo.
- 6) Terminal pelabuhan memberikan fasilitas untuk merawat kapal selama berada di pelabuhan seperti perbaikan teknis dan bahan bakar.

9. Curah Cair

a. Definisi

Menurut Kim, S., dan Sohn, W., dan Lim, D., dk. (2021) curah cair merujuk pada konteks logistik yang tercantum dalam *bill of lading* yaitu muatan yang berbentuk cair dan di transportasikan melalui antar pelabuhan. Kemudian muatan curah adalah muatan yang tidak menggunakan pembungkus dan dimuat didalam palka maupun tanki tanpa menggunakan kemasan, biasanya untuk muatan cair diangkut menggunakan kapal tanker atau *liquid bulk cargo ship* muatan yang

diangkut seperti bahan bakar, minyak, crude palm oil, produk kimia, dan lain-lain.

b. Macam-macam

Curah cair yang dibonkar dan dimuat di terminal pelabuhan sangat bervariasi tergantung pada lokasi geografis serta fokus ekonomi dari suatu negara atau wilayah tertentu, berikut beberapa maca-macam curah cair yaitu :

1) *Crude Palm Oil* (CPO)

Adalah minyak nabati yang diekstraksi dari tandan buah kelapa sawit. Kelapa sawit adalah tanaman tropis yang tumbuh di daerah seperti Indonesia dan Malaysia, dan merupakan salah satu sumber utama produksi minyak nabati di dunia.

2) Bahan Bakar Minyak (BBM)

Adalah jenis bahan bakar yang diperoleh dari sumber daya alam minyak bumi. Bahan bakar ini memiliki berbagai macam bentuk, seperti bensin (*gasoline*), solar (*diesel*), avtur (*kerosene*), dan lain-lain.

3) Minyak Sawit

Adalah jenis minyak nabati yang diekstraksi dari buah kelapa sawit (*Elaeis guineensis*). Buah kelapa sawit menghasilkan dua jenis minyak, yaitu minyak inti kelapa sawit (*crude palm oil*/CPO) dan minyak kernel kelapa sawit (*palm kernel oil*/PKO).

4) LPG (*Liquefied Petroleum Gas*)

Merupakan campuran gas alam dari propane dan butana yang dimampatkan menjadi bentuk cairan guna memudahkan penyimpanannya dan pengiriman ke konsumen.

5) Produk Kimia Cair

Dapat mencakup berbagai produk kimia seperti asam sulfat, amonia, metanol, etanol, pelarut organik, serta zat-zat kimia lainnya yang digunakan dalam industri manufaktur atau sebagai bahan dasar produksi barang-barang konsumen.

10. Pengguna Jasa

a. Definisi

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 18 tahun 1999 tentang jasa konstruksi, pengguna jasa adalah perorangan, korporasi, dan perusahaan yang memesan atau memiliki pekerjaan konstruksi atau proyek yang memerlukan pekerjaan konstruksi, penanganan muatan, dan lain-lain. Jika dihubungkan dengan pengguna jasa yang menggunakan jasa di terminal pelabuhan untuk kegiatan bongkar dan muat dapat diartikan sebagai pemilik barang yang memerlukan jasa untuk kegiatan bongkar muat di terminal pelabuhan.

Kemudian menurut Ervianto dalam Anggreana, V., dan Hadi, S. (2006) pengguna jasa adalah pihak yang memiliki pekerjaan atau proyek dan memberikan pekerjaan secara menyeluruh kepada pihak penyedia jasa dan membayar biaya dari hasil pekerjaan tersebut.

b. Kewajiban

Sebagai pengguna jasa, ada beberapa kewajiban yang harus ditaati dan dipatuhi, berikut diantaranya adalah :

- 1) Membayar biaya atau harga yang telah disepakati secara tepat waktu;
- 2) Memiliki tanggung jawab untuk memahami dan mengikuti aturan yang berlaku dalam menggunakan layanan tersebut;
- 3) Menjaga kondisi barang atau layanan agar tetap baik selama digunakan;
- 4) Berkomunikasi secara efektif dengan penyedia jasa jika ada masalah atau pertanyaan terkait barang atau layanan yang diberikan;
- 5) Menghormati hak-hak penyedia jasa seperti hak cipta, hak kekayaan intelektual, dan privasi.

c. Hak

Pengguna jasa diberikan hak yang bertujuan untuk melindungi kepentingan dan kesejahteraan pengguna jasa, berikut adalah beberapa hak untuk pengguna jasa yaitu :

- 1) Pengguna memiliki hak untuk menerima informasi yang akurat, transparan, dan lengkap tentang produk atau layanan yang mereka gunakan;
- 2) Pengguna memiliki hak untuk menjaga privasi pribadi mereka saat menggunakan layanan tertentu;
- 3) Pengguna memiliki hak untuk merasa aman saat menggunakan layanan tersebut;

- 4) Pengguna berhak mendapatkan layanan berkualitas sesuai dengan standar yang dijanjikan oleh perusahaan atau penyedia jasa tersebut;
- 5) Pengguna memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan meminta ganti rugi yang adil;
- 6) Pengguna berhak membatalkan kontrak atau berhenti menggunakan layanan kapan pun mereka mau, dengan syarat-syarat yang diatur dalam perjanjian atau undang-undang yang berlaku.

11. Perusahaan Bongkar Muat

a. Definisi

Perusahaan bongkar muat adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa bongkar muat yang biasa dilakukan di kapal maupun transportasi lainnya. Kemudian perusahaan bongkar muat adalah perusahaan yang bergerak dalam kegiatan setevdoring, cargodoring dan receiving/delivery. Dalam semua kegiatan tersebut dilaksanakan oleh perusahaan bongkar muat sebagai penanggung jawab, kemudian perusahaan bongkar muat sudah berstatuts hukum sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Perhubungan nomor KM 13 tahun 1989 tanggal 22 Februari 1989. Tugas utama perusahaan bongkar muat adalah mefasilitasi proses pemuatan dan pembongkaran muatan dari kapal laut atau moda transportasi lainnya, kemudian perusahaan bongkar muat juga memiliki tanggung jawab dalam mengatur pengeluaran dan pemasukan barang dari pelabuhan.

b. Fungsi

Dalam menjalankan tugasnya, perusahaan bongkar muat memiliki fungsi dalam industri bisnis dan logistik, berikut beberapa fungsi perusahaan bongkar muat yaitu :

- 1) Melakukan proses bongkar muat barang dari kapal yang sedang berlabuh di pelabuhan. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur, memindahkan, dan membongkar barang dengan aman dan efisien menggunakan alat-alat seperti derek, *forklift*, atau *conveyor*;
- 2) Menangani berbagai jenis barang yang masuk atau keluar dari kapal;
- 3) Perusahaan bongkar muat juga berperan dalam koordinasi logistik secara umum. Mereka bekerja sama dengan agen pengiriman, pihak terminal pelabuhan, otoritas portuair (penyelenggara keselamatan transportasi), pemasok logistik lainnya untuk memastikan bahwa proses pengiriman berjalan lancar.
- 4) Perusahaan bongkar muat bertanggung jawab untuk menjaga keamanan barang selama proses penanganan di pelabuhan.
- 5) Perusahaan bongkar muat juga harus memastikan bahwa alat-alat yang digunakan dalam proses bongkar muat, seperti derek dan *forklift*, berfungsi dengan baik dan terawat secara rutin.

12. Bongkar Muat

a. Definisi

Bongkar dan muat adalah kegiatan pemindahan muatan dari kapal ke lapangan untuk timbun ataupun langsung ke tempat pemilik barang (*truck losing*) dengan melalui dermaga pelabuhan dengan

menggunakan alat pelengkap baik yang tersedia di dermaga maupun dari kapal itu sendiri.

Kemudian menurut Lasse, D.A dalam Muhammad, A.R., (2022) Kegiatan bongkar adalah kegiatan mengambil muatan dari kapal oleh *crane* ke dermaga, kemudian kegiatan muat adalah mengambil barang dari lapangan dan meletakkan barang dari dermaga ke dalam kapal.

b. Macam-macam

Dalam kegiatan bongkar muat terbagi dalam berbagai macam kegiatan yaitu :

1) Pemuatan (*loading*)

Proses memasukkan barang atau kargo ke dalam kapal atau alat angkut lainnya untuk pengiriman.

2) Pembongkaran (*unloading*)

Proses mengeluarkan barang atau kargo dari kapal atau alat angkut lainnya setelah tiba di pelabuhan tujuan.

3) Pemindahan antar moda transportasi

Dapat disebut sebagai transshipment, ketika barang tiba di pelabuhan, mereka mungkin harus dipindahkan dari satu moda transportasi ke moda transportasi lainnya untuk mencapai destinasi akhir mereka.

4) Penyimpanan sementara

Di terminal pelabuhan terdapat fasilitas penyimpanan sementara di mana barang dapat disimpan sebelum dikirim lebih lanjut atau dikumpulkan oleh pemiliknya.

5) Pemeriksaan dan pengecekan dokumen

Sebelum pemuatan maupun setelah pembongkaran, petugas pelabuhan juga melakukan pemeriksaan fisik dan administratif terhadap barang serta dokumen terkait seperti faktur dan *manifest* kargo untuk memastikan kesesuaian dan legalitas pengiriman.

6) Pengisian bahan bakar

Kapal-kapal yang berlabuh juga sering kali memerlukan pengisian bahan bakar untuk perjalanan selanjutnya. Oleh karena itu, kegiatan pengisian bahan bakar juga termasuk dalam kegiatan bongkar muat di pelabuhan.

C. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir disusun agar membantu penulis dalam menuliskan argumentasinya dan menjadi pedoman penelitian terapan yang terangkum dalam makalah akademis. dengan mengambil analisis strategi bersaing market share di terminal Nilam.

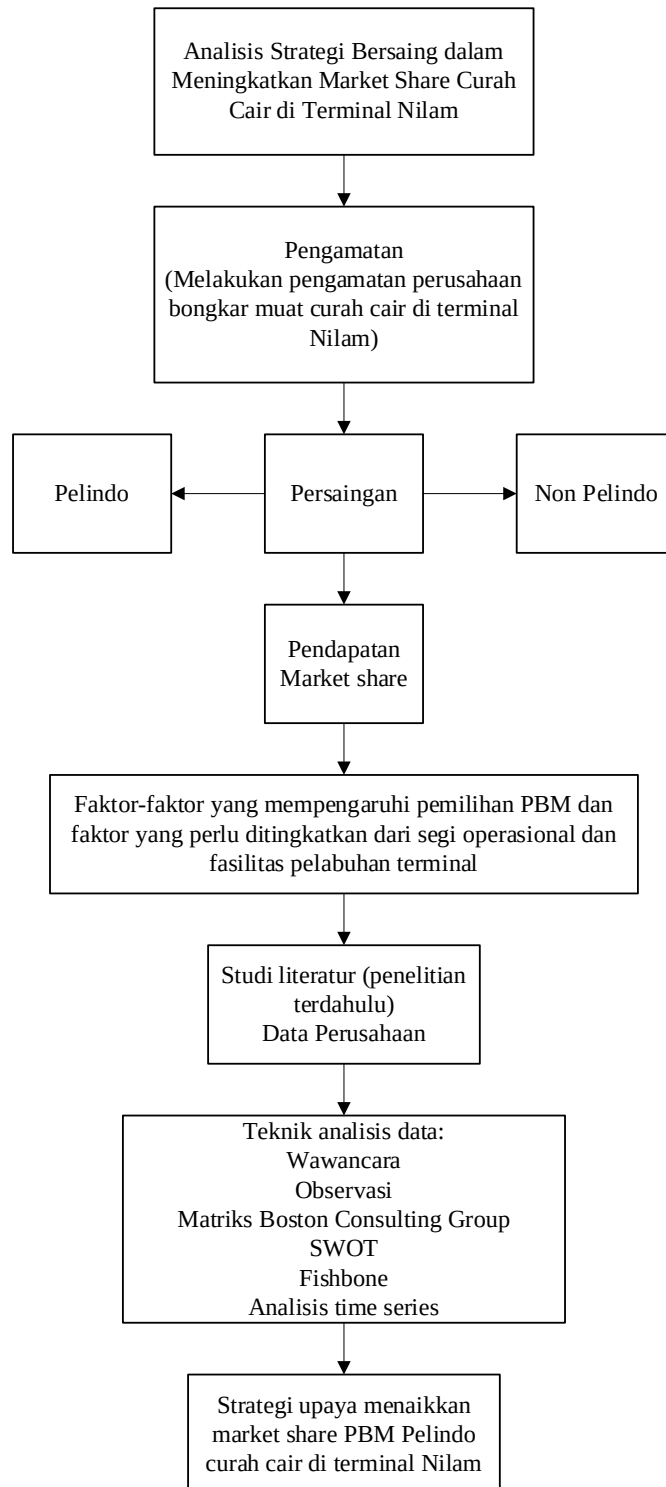
Pada kerangka berpikir, penulis menjelaskan bagaimana kegiatan bongkar muat curah cair di terminal Nilam, kemudian mengidentifikasi perusahaan bongkar muat yang terlibat dalam kegiatan bongkar muat curah cair di terminal Nilam. Salah satu perusahaan bongkar muat yang berkegiatan adalah PBM Pelindo yaitu perusahaan bongkar yang memberikan jasa handling yang memang disediakan oleh PT. Pelindo, namun karena diperbolehkannya PBM selain Pelindo berkegiatan bongkar muat di curah cair terminal Nilam terjadilah persaingan, yang membuat perbedaan market share dari setiap perusahaan bongkar muat.

Persaingan ini dapat dilihat berdasarkan tonase yang didapatkan baik PBM Pelindo dan PBM non Pelindo, memang saat ini PBM Pelindo telah menguasai *market share* kegiatan curah cair di terminal Nilam, namun seharusnya karena PBM Pelindo merupakan bagian dari Pelindo yang memiliki terminal, alat dan fasilitas yang memadai seharusnya pengguna jasa dapat menggunakan sepenuhnya PBM Pelindo yang memiliki banyak keuntungan seperti prioritas dan keuntungan lainnya, namun nyatanya dari tahun 2018 hingga 2022 masih terdapat pengguna jasa yang menggunakan PBM non Pelindo, terdapat pertimbangan dan faktor – faktor yang dipilih oleh pengguna jasa baik harga maupun bagaimana prosedur penanganan dari muatan tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan terkait *market share* curah cair di terminal Nilam, hal yang dilakukan pertama oleh penulis adalah melakukan pengamatan di Terminal Nilam baik storage tank, pipa dan bagaimana kinerja PBM non pelindo dan PBM Pelindo untuk mengetahui situasi operasional kegiatan bongkar muat curah cair di Terminal Nilam. Kemudian, penulis akan menganalisis persaingan yang terjadi antara PBM Pelindo dan PBM non Pelindo berdasarkan kinerja dan fasilitas operasional terminal. Tujuan observasi secara langsung ke terminal (dermaga) adalah menentukan bagaimana fasilitas yang diberikan.

Asumsi penulis jika pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PBM Pelindo telah baik seharusnya pengguna jasa sepenuhnya dapat menggunakan PBM Pelindo dan jika pengguna jasa sepenuhnya menggunakan PBM Pelindo, maka pendapatan tonase dan keuangan PBM akan meningkat dan itu akan menguntungkan perusahaan. Kemudian setelah melaksanakan observasi

penulis akan melakukan wawancara dengan pihak terkait berdasarkan SWOT dan *Fishbone* untuk mengetahui kelebihan, keuntungan dan faktor lapangan yang harus ditingkatkan mungkin dari segi pelayanan, fasilitas (alat) dan peluang yang dapat diambil oleh Pelindo. Kemudian penulis akan menganalisis pendapatan tonase berdasarkan tahun 2018 hingga 2022 untuk mengetahui posisi bisnis PBM Pelindo dan non Pelindo untuk menentukan strategi yang harus dilakukan dengan matriks *Boston Consulting Group*, kemudian melakukan peramalan pendapatan tonase dengan analisis *time series* tujuan dari analisis peramalan ini adalah menggambarkan di masa depan berapa banyak tonase yang akan didapat di masa depan sehingga Pelindo dapat membuat strategi kira – kira apakah PBM non Pelindo di masa depan akan menjadi ancaman atau sebagai gambaran tonase yang akan didapatkan oleh PBM Pelindo mendatang, jika naik maka PBM Pelindo dapat membuat strategi meminimalisir lama waktu kegiatan bongkar muat, penambahan fasilitas ataupun pemberian keuntungan kelebihan dan diskon untuk harga penanganan muatan. Setelah itu penulis akan memberikan saran masukan strategi terkait market share yang relevan berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis yaitu observasi, wawancara, matriks *boston consulting group*, SWOT, *fishbone*. *Goal* yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah dengan pemberian saran strategi *market share* yang relevan adalah kegiatan bongkar curah cair di terminal Nilam dapat sepenuhnya menggunakan PBM Pelindo, hal ini akan sangat menguntungkan pendapatan perusahaan, melihat terminal Nilam adalah terminal pelabuhan yang dikelola oleh Pelindo yang pastinya memiliki otoritas baik kebijakan peraturan maupun keputusan dan fasilitas baik

alat maupun *storage tank* yang dapat menguntungkan pengguna jasa, kemudian jika seluruh pengguna jasa sepenuhnya menggunakan PBM Pelindo, maka perusahaan Pelindo akan memberikan keuntungan sumber daya finansial yang besar untuk pengembangan terminal pelabuhan dari segi pemasaran maupun fasilitas terminal agar menjadi lebih maju, kemudian mendapat pengaruh untuk melakukan ekspansi bisnis baik pelayanan baru maupun pengguna jasa baru dan inovasi bisnis yang baru. Berdasarkan hal tersebut penulis akan mengkaji apa saja faktor-faktor pemilihan PBM Pelindo dan strategi yang harus ditingkatkan. Adapun gambaran proses penelitian dituangkan dalam kerangka berpikir yaitu :



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian
Sumber : Data peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi *market share* di terminal Nilam. Menurut Patton (1980) penelitian kualitatif adalah pemahaman suatu fenomena yang terjadi secara alamiah dalam keadaan-keadaan yang ilmiah, berarti penelitian kualitatif menggunakan data alamiah yang berasal dari ungkapan secara langsung dari subjek peneliti. Penelitian kualitatif dalam pengambilan sebuah data bersumber dari teknik wawancara dan dokumen data yang didapat. Kemudian menurut Samsu (2021) penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan suatu peristiwa, objek, dan variabel yang dapat dijelaskan dengan angka maupun kata-kata. Sedangkan menurut Bungin (2014) Penelitian kualitatif deskriptif kualitatif masih terikat dengan penelitian kuantitatif, perihal dalam perolehan dan pengolahan data. Penelitian dengan metode kualitatif dipilih karena peneliti melibatkan proses berpikir, menggambarkan, dan meringkas mendalam yang menjadi obyek penelitian untuk nantinya ditarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Penelitian kualitatif lebih mengfokuskan pada pemahaman mendalam terkait permasalahan dan penjabaran faktor-faktor yang dapat meningkatkan *market share* dari PBM Pelindo. Penelitian ini menggunakan Teknik *experience survei* yaitu wawancara secara langsung dengan individu-individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman di dalam topik yang dibahas, kemudian analisis SWOT dan *fishbone*.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis berencana melakukan penelitian di PT. Pelindo Multi Terminal Nilam pada semester VI dan VII. Berikut data dari tempat penelitian :

Nama Perusahaan	: PT. Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam
Alamat	: Jl. Perak Timur No.620, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Surabaya, Jawa Timur 60165
Telepon	: (061) 6610220
Email	: pelabuhan1@pelindo1.co.id
Jenis Usaha	: Pengelolaan operasional terminal non-petikemas/ <i>multipurpose</i>

2. Waktu Penelitian

Penulis berencana melakukan penelitian selama kurang lebih 12 bulan selama semester VI dan VII.

C. Sumber Data

Data yang digunakan dan dikumpulkan dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini adalah data yang merupakan informasi yang diperoleh penulis melalui pengamatan langsung, pengolahan data dan wawancara. Dari sumber data ini diperoleh :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pihak terkait yang mengetahui tentang permasalahan yang akan penulis angkat. Adapun pihak yang diwawancara pada saat penelitian adalah *Deputy Manager* Perencanaan dan Pengendalian Operasi dan *Staff* operasional administrasi dan komersial PT Pelindo Multi Terminal Jamrud Mirah Nilam.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang umumnya berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi, yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh penulis. Selain sumber yang diperoleh berdasar dari data dokumentasi perusahaan seperti data kinerja kapal dan *market share* bulanan pelindo multi terminal Nilam, buku-buku dan internet yang berkaitan dengan obyek penelitian atau yang berhubungan dengan permasalahan sebagai pedoman teoritis, kemudian juga menggunakan informasi berasal dari perusahaan saat magang terdahulu.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik data merupakan hal yang penting dalam penelitian, karena dengan adanya teknik pengumpulan data penulis dapat mengumpulkan informasi untuk penyelesaian dan jawaban dari permasalahan. Berikut ini beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan oleh penulis sebagai berikut :