



Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Dalam Menghadapi Banyaknya Persaingan Keagenan Kapal Pada PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten

Waode Ismawati, Dr. April Gunawan Malau, MM., Derma Watty Sihombing., SE., MM.,
Boedojo Wiwoho., Tri Kismantoro., Niken Sitalaksmi Widjaja

Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta
Jl. Marunda Makmur No. 1 Cilincing, Jakarta Utara. Jakarta 14150

disubmit pada : 23/10/23

diterima pada : 07/11/23

Abstrak

PT. Transuta Lintas Samudera Banten Branch is one of the companies engaged in ship agency services. Based on the existing problems, research was carried out on the Strategy for Maintaining Customer Loyalty in Facing the Many Challenges of Ship Agency Competition at PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten. The purpose of this study was to find out and analyze how the marketing division's performance strategy for promotional activities maintains customer loyalty and how PT. Transuta Lintas Samudera Banten Branch is facing high competition in the ship agency business in the Merak-Banten Port area. This type of research used quantitative methods. Data collection is done by taking existing data in the company. In looking for the results of calculations using the Quantitative SWOT program and some data analysis, namely using the SWOT Matrix, IFAS Matrix, EFAS Matrix, Grand Strategy Matrix, QSPM Matrix and the Associative Hypothesis. Based on the data acquisition and data processing, the Alternative Strategy Rating results were obtained in improving the performance of the marketing division for promotional activities and how to deal with the threat of ship agency competition in the Port of Merak-Banten.

Keywords: Strategy, Loyalty, Agency, Ship

Abstrak

PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa keagenan kapal. Berdasarkan permasalahan yang ada dilakukan penelitian tentang Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Dalam Menghadapi Banyaknya Tantangan Persaingan Keagenan Kapal Pada PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana strategi kinerja divisi marketing kegiatan promosi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya serta bagaimana PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten menghadapi tingginya persaingan bisnis keagenan kapal di wilayah Pelabuhan Merak-Banten. Jenis penelitian yang digunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengambil data – data yang ada di perusahaan. Dalam mencari hasil perhitungan menggunakan program SWOT Kuantitatif dan beberapa analisis data yaitu menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Grand Strategy Matrix, Matriks QSPM dan Hipotesis Asosiatif. Berdasarkan perolehan data dan pengelolahan data, maka di peroleh hasil peringkat alternatif strategi dalam membenahi kinerja divisi marketing kegiatan promosi dan bagaimana menghadapi ancaman persaingan keagenan kapal di wilayah Pelabuhan Merak-Banten.

Copyright © 2018, **METEOR STIP MARUNDA**, ISSN:1979-4746, eISSN :2685-4775

Kata Kunci : Strategi, Loyalitas, Keagenan, Kapal

1. PENDAHULUAN

Pelabuhan Banten merupakan pelabuhan penyangga pelabuhan utama Tanjung Priok yang

saat ini identik dengan kegiatan *Chemical*, pabrik baja dan industri serta pembangkit listrik untuk Jawa dan Bali. Banyak perusahaan yang mengelolah perusahaan *Chemical* di wilayah Kota

Banten menjadi faktor utama penyebab banyaknya kunjungan kapal pengangkut bahan kimia di wilayah Pelabuhan Merak-Banten karena didunia industri bisnis bahan kimia digunakan untuk bahan tambahan farmasi, pemeliharaan alat berat, kebutuhan rumah tangga maupun makanan sehingga banyak dicari oleh perusahaan lokal maupun asing. Pelabuhan Merak-Banten terletak di Ciwandan yang salah satu menjadi wilayah jalur potensional di Selat Sunda hal ini menjadi keuntungan bagi Pelabuhan Merak-Banten karena menjadi jalur lalu lintas kapal yang strategis, disamping itu juga Banten ialah salah satu jalur penghubung antara Jawa dan Sumatera di wilayah Provinsi Banten sehingga bisa dikatakan jalur strategis dan alternatif. Banyaknya terminal-terminal kepentingan sendiri di Pelabuhan Merak-Banten pastinya banyak perusahaan-perusahaan keagenan kapal, untuk saat ini berjumlah 179 perusahaan keagenan kapal apabila terdapat banyak usaha bisnis keagenan kapal di wilayah Pelabuhan Merak-Banten maka persaingan bisnis keagenan semakin ketat adanya persaingan perusahaan menjadi ancaman bagi masing-masing perusahaan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang mereka kelola.

Untuk memikat para pelanggan tetap ataupun baru perusahaan harus memiliki strategi yaitu dengan selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, penawaran yang menarik, sama-sama menguntungkan dalam bekerja sama, membuat pelanggan loyal agar tetap setia memakai jasa pelayanan keagenan kapal, pelanggan juga memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan sehingga pelanggan tetap cenderung timbul rasa puas dan nyaman. Ketika perusahaan/penyedia jasa keagenan kapal ingin memiliki pelanggan yang loyal maka perusahaan harus memberikan kualitas layanan keagenan kapal yang terbaik hal ini menjadi tolak ukur dari divisi administrasi, marketing, operasional yang sangat perlu dibenahi. Dalam kegiatan pelayanan jasa keagenan dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu harus bisa meminimalisir adanya kendala, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat untuk proses kegiatan operasional kapal ataupun sumber daya manusianya tanpa harus membutuhkan waktu yang lama agar pelanggan tetap percaya pada perusahaan yang mengageni.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten badan usaha milik swasta yang bergerak dalam bidang keagenan kapal yang sudah berdiri sejak tahun 2013, tujuan utama dari PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten ini adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijakan program pemerintah di

bidang ekonomi dan pembangunan melalui pelayanan jasa keagenan kapal di Pelabuhan Merak-Banten, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dengan cara menyelenggarakan usaha jasa keagenan kapal asing dan usaha-usaha lainnya yang mendukung mutu pelayanan jasa keagenan kapal, misalnya penyedia bahan bakar, pergantian awak kapal, penyedia air bersih, docking kapal dan proses *clearance in-out* kapal sehingga dapat meningkatkan daya saing keagenan kapal di Pelabuhan Banten. Seperti perusahaan jasa pada umumnya, PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten melakukan berbagai cara untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendukung pencapaian target perusahaan.

Pada bulan Juni 2021 dan Maret 2022 pencapaian target kapal masuk perusahaan hanya ada 1 kapal yang mencapai target 10 kapal setiap 1 bulannya karena adanya kapal rutin datang dan berangkat disetiap minggunya bisa mencapai 3 sampai 4 voyage di Pelabuhan Banten dan ditambah ada banyak kegiatan kapal docking di PT. Samudera Marine Indonesia, namun pada bulan Januari, februari, Maret, April, Mei, Juli, Agustus, September, Oktober, November, Desember 2021 tidak mencapai target perusahaan karena hanya mengandalkan kapal rutin disetiap minggunya, kegiatan docking kapal yang hanya bisa 1 sampai 3 kapal.

Pada tahun 2022 masalah ini terjadi kembali yang mengakibatkan target perusahaan tidak perkembangan dan maju hal ini menjadi perhatian yang serius bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah kunjungan kapal di perusahaan yang dimana masalah tersebut ada pada kinerja divisi pemasaran promosi perusahaan yang tidak optimal, kualitas pelayanan yang belum maksimal, banyaknya persaingan keagenan kapal di wilayah Pelabuhan Merak-Banten, sehingga perusahaan harus cepat menangani masalah tersebut memperbaiki divisi kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih efisien. Penting bagi perusahaan dalam mencari pelanggan mempromosikan perusahaan di dalam negeri maupun luar negeri, mempromosikan menggunakan internet maupun secara langsung. Selalu memperhatikan loyalitas pelanggan agar selalu mau diajak untuk bekerja sama, memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan tetap. Maka dalam penyusunan penelitian ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam menyiapkan strategi perusahaan sebagai upayah untuk meningkatkan pendapatan perusahaan mempertahankan loyalitas pelanggan sehingga

tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul.

“Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Dalam Menghadapi Banyaknya Tantangan Persaingan Keagenan Kapal Pada PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten”

2. METODE

Waktu penelitian dilakukan terhitung dari tanggal 01 Agustus 2021 sampai dengan tanggal 29 Juli 2022.

Menurut Kasiran (2008 : 149) Metode Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Menurut Sarwono (2006) Metode Kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka menurut penulis metode pendekatan yang dipergunakan dalam penulisan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh penambahan jumlah kapal yang diageni terhadap peningkatan pendapatan PT Transuta Lintas Samudera Cabang Banten.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [1] Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan keagenan kapal yaitu PT Transuta Lintas Samudera Cabang Banten.

Sampel adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh dimana semua populasi dijadikan sampel [2]. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili. Sampel diambil dari total populasi yaitu 30 orang terdiri dari karyawan kantor beserta *shipping agency* yang pernah bekerjasama dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Rangkuti yang terdiri dari *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats* [3]. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun

dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

a. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

b. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

c. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

e. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis akan menyampaikan data yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan dibahas antara lain :

1. Kegiatan promosi PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten belum optimal dalam memasarkan jasa pelayanannya sehingga kurangnya peningkatan kunjungan kapal perusahaan disetiap bulannya membuat perusahaan tidak mencapai target. Perusahaan keagenan kapal ini yang telah tumbuh selama 10 Tahun di wilayah Kota Banten yang bertujuan memberikan pelayanan jasa keagenan kapal kepada konsumen pengguna jasa, perusahaan ini dituntut harus bisa mempertahankan perusahaannya disetiap harinya. Divisi marketing perusahaan yang perlu dibenahi karena sangat berdampak besar terhadap kemajuan dan perkembangan

perusahaan, kegiatan promosi yang perlu ditingkatkan karena bertujuan untuk mengenalkan suatu barang/jasa, membujuk dan mempengaruhi calon pengguna jasa agar segera memakai barang/jasa yang telah ditawarkan, promosi ini merupakan hal yang sangat penting dalam dunia pemasaran atau marketing di perusahaan. Perlu memperhatikan loyalitas pelanggan adalah bentuk dari strategi mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu wujud kesetiaan pelanggan untuk menggunakan suatu barang/jasa dengan *continue* atau terus menerus karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan yang diberikan, tetap berhubungan baik dengan pelanggan agar bisnis bisa bertahan lama dan kuat.

Berikut permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten yang mengakibatkan tidak optimalnya kinerja divisi kegiatan promosi di perusahaan:

- a. Kurangnya kemampuan komunikasi yang baik kepada atasan, sehingga sering terjadi prosedur kerja yang kurang jelas .
 - b. Perusahaan tidak melakukan kegiatan pemasaran secara *online* ataupun *offline*.
 - c. Belum tercapainya sumber daya manusia (SDM) untuk kegiatan marketing kapal lokal ataupun asing.
 - d. Belum optimal dalam mengelolah keuangan perusahaan.
 - e. Tidak puasnya atas kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan mengakibatkan perusahaan tidak dapat menjaga pengguna jasa yang dimiliki.
2. Persaingan bisnis keagenan kapal yang sangat ketat yang mengakibatkan perseteruan atau *rivalitas* antara pelaku bisnis yang secara *independen* berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas layanan yang baik. Perusahaan harus bisa mempertahankan berdirinya perusahaan dari kompetitor lainnya, dampak negatif dari persaingan bisnis keagenan kapal ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan disetiap harinya, karena sulit bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar sehingga perusahaan perlu strategi dalam melindungi perusahaannya.

Berikut permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten yang mengakibatkan kurangnya kunjungan kapal di perusahaan:

- a. Banyaknya persaingan perusahaan keagenan kapal di wilayah Pelabuhan.
- b. Persaingan harga yang sangat ketat.

- c. Competitor yang semakin kreatif dalam memasarkan jasanya.
- d. Semakin banyak perusahaan keagenan kapal yang berkembang.

Adapun beberapa penjelasan terkait PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten dan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Informasi tentang PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten. Berdasarkan dengan Peraturan Menteri Perhubungan RI Nomor PM 11 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan dan Pengusahaan Keagenan, keagenan merupakan kegiatan usaha untuk mengurus kepentingan kapal perusahaan angkutan laut asing dan atau kapal perusahaan angkutan laut nasional selama berada di Indonesia. Dalam tugasnya sebagai agen, perusahaan dilarang menggunakan ruang kapal yang diageninya baik yang sebagian maupun seluruhnya untuk mengangkut muatan kepentingannya sendiri. Bertempatan di Perumahan Metro Cilegon Cluster Royal Garden Blok Q13 No. 11 RT. 004 RW. 010 Masigit Jombang Kota Cilegon-Banten. Tugas dan tanggung jawab PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten antara lain:
 - 1) Melaporkan secara tertulis rencana dan realisasi kedatangan dan keberangkatan kapal yang diageninya kepada Direktur Jenderal.
 - 2) Menyerahkan dokumen kapal kepada Syahbandar Utama, Otoritas Pelabuhan Utama, Kantor Pelabuhan Batam, Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan, atau Unit Penyelenggara Pelabuhan setempat serta instansi pemerintah lainnya.
 - 3) Mengurus jasa-jasa kepelabuhan yang diperlukan oleh kapal.
 - 4) Menyelesaikan dokumen kapal yang habis masa berlakunya atas beban pemilik kapal.
 - 5) Menerbitkan *bill of lading* untuk dan atas nama pemilik kapal.
 - 6) Memberikan informasi yang diperlukan kepada pemilik kapal.
 - 7) Mengatur penyelesaian pengisian bunker bahan bakar minyak, air tawar, dan *provision* sesuai permintaan kapal yang telah disetujui oleh pemilik kapal.

- 8) Menyelesaikan tagihan (*disbursement*) atas nama pemilik kapal.
- 9) Melaksanakan kegiatan lainnya yang disepakati antara pemilik atau operator kapal dengan pelaksanaan kegiatan keagenan kapal.

Melihat dari masalah-masalah yang timbul dari PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten maka perlu perencanaan dan penataan yang tepat agar masalah yang dihadapi untuk saat ini bisa di benahi maupun dicegah dalam usaha bisnis keagenan kapal, dimulai dari melihat kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*) perusahaan, serta peluang (*oppourtunities*) pasar dan acanman (*threats*) dari luar dan dalam perusahaan. Dari uraian pembahasan tentang teknik analisis *Streangts*, *Weakness*, *Oppurtunities*, *Treat* (SWOT) sebagai teknik analisis perinciannya adalah:

1. Matriks SWOT

Matriks SWOT menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk menghasilkan alternatif strategi yang akan dijalankan oleh PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten. Analisis SWOT merupakan perumusan strategi konvensional yang mendasari terbentuknya strategi-strategi yang dapat disesuaikan oleh perusahaan. Berdasarkan analisis matriks IE PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten pada posisi agresif. Maka, strategi yang cocok diterapkan untuk meningkatkan pelayanan jasa keagenan kapal adalah strategi berikut ini:

a. Strategi SO

Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki instansi untuk memanfaatkan peluang yang ada, diantaranya adalah:

- 1) PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten meningkatkan kegiatan promosi layanan jasa sehingga mampu menarik minat pelanggan baru dengan melakukan *survey* terhadap kebutuhan keagenan kapal.
- 2) Memelihara serta menyesuaikan fasilitas sarana dan prasarana yang ada dengan kebutuhan perusahaan industri maupun pertambangan dengan tujuan memperoleh pelanggan tetap.
- 3) Memberikan penawaran khusus terhadap perusahaan *docking* terkait penyediaan sarana prasarana dan tenaga kerja yang dibutuhkan pada saat bongkar muat.
- 4) Membagikan *company profile* pada setiap calon pelanggan sehingga reputasi perusahaan

dapat diketahui dan mau bekerja sama dengan PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten.

- 5) Meningkatkan kegiatan *research* dan *survey* terhadap *fluktuasi* kebutuhan pelanggan terkait aktivitas keagenan kapal.

b. Strategi WO

Strategi WO merupakan strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang *eksternal*.

- 1) Perencanaan pemindahan lokasi kantor ke area strategis dan berdekatan dengan TUKS di wilayah Pelabuhan Banten.
- 2) Memberikan training kepada SDM bagian marketing secara berkala dalam meningkatkan kinerja individu maupun tim.
- 3) Meningkatkan manajemen pengelolaan keuangan terintegrasi secara komputerisasi.
- 4) Evaluasi aliran informasi di perusahaan sehingga setiap kebutuhan dan permintaan pelanggan dapat terpenuhi sesuai target perencanaan.

c. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan instansi untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal.

- 1) *Fleksibilitas* harga yang ditawarkan diupayakan lebih baik dari kompetitor dengan menyesuaikan beban kerja dan kemampuan pelanggan.
- 2) Memelihara sarana dan prasarana serta meningkatkan kompetensi SDM untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.
- 3) Meningkatkan kegiatan pemasaran dengan menggunakan *sistem online* yang memudahkan pelanggan dalam mengakses pelayanan/jasa yang ditawarkan.
- 4) Sebaiknya kegiatan pungli yang ada dapat dihilangkan melalui kerjasama perusahaan dengan instansi pemerintah terkait.

d. Strategi WT

Strategi WT merupakan strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

- 1) Evaluasi terhadap manajemen keuangan termasuk kegiatan operasional agar perusahaan mampu memberikan penawaran harga yang lebih menarik dari kompetitor.
- 2) Meningkatkan reputasi perusahaan melalui peningkatan produktivitas, efisiensi sumber daya dan waktu serta pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 3) Kompetensi SDM pemasaran ditingkatkan sehingga mampu menggait minat pelanggan baru.

- 4) Menawarkan berbagai alternatif penawaran jasa disertai dengan kesesuaian biaya dan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan.

Melakukan penertiban terhadap kegiatan pungli terhadap kegiatan operasional dan memastikan aliran keuangan berjalan sebagaimana mestinya.

f. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari pembahasan yang berkaitan dengan strategi mempertahankan loyalitas pelanggan dalam menghadapi banyaknya tantangan persaingan keagenan kapal pada PT. Transuta Lintas Samudera Cabang Banten, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Masih rendahnya kinerja divisi marketing dalam kegiatan promosi pelayanan jasa keagenan kapal sehingga tidak tercapainya target kunjungan kapal disetiap bulannya terdapat, kelemahan (*weakness*) pada perusahaan yaitu belum tercapainya Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten untuk manajemen marketing dalam kegiatan promosi kapal asing/lokal ataupun divisi operasional hal ini yang menyebabkan visi misi perusahaan tidak berkembang dan maju, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas atau kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan cara sebagai berikut:
 - a. Memberikan pelatihan terhadap karyawan secara berkala untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan profesional dalam layanan kegiatan marketing dan operasional kapal sehingga visi misi perusahaan dapat terarah.
 - b. Meningkatkan seluruh kinerja divisi manajemen perusahaan, sehingga secara bersama-sama merancang strategi melalui sistematis, rasional dan efektif agar mendapatkan hasil yang maksimal.
 - c. Melakukan pembinaan pada karyawan untuk mensosialisasikan aturan dan SOP perusahaan.
 - d. Memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi.
 - e. Menanamkan rasa tanggung jawab terhadap karyawan.
2. Terdapat ancaman (*threats*) perusahaan keagenan kapal, semakin banyak perusahaan keagenan kapal yang berkembang maka semakin tinggi persaingan keagenan kapal di wilayah Pelabuhan Merak-Banten menimbulkan banyak konsekuensi dalam persaingan perusahaan. Namun perusahaan memiliki peluang (*opportunities*) yaitu

perusahaan masi memenuhi kualitas mutu dalam kegiatan pelayanan jasa keagenan kapal , untuk berkembang Perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus sehingga perusahaan dalam waktu yang cepat harus mampu mengubah dirinya menjadi lebih kuat dan mampu menggapai kebutuhan pasar. Maka perusahaan perlu menyusun strategi dalam menghadapi ancaman tersebut sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan *research* dan *survey* terhadap kebutuhan pelanggan.
- b. Meningkatkan kegiatan pemasaran secara *online* ataupun *offline*.
- c. Membagikan *company profile* agar perusahaan mudah dikenal oleh calon pelanggan baru.
- d. Memberikan harga yang menarik kepada calon pelanggan.
- e. Memberikan penawaran yang khusus terhadap perusahaan docking kapal sehingga mau diajak bekerja sama.
- f. Pemindahan lokasi kantor yang ke area yang strategis yang berdekatan dengan usaha-usaha industry wilayah Pelabuhan Merak-Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [2] Sugiyono., Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. 2013.
- [3] F. Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia, 2015.
- [4] Kotler, P, & Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran Jilid 1, ed. 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Erlangga. Jakarta
- [5] Suwarno, BA. MM., Drs., 2011, Manajemen Pemasaran Jasa Perusahaan Pelayaran, BP UNDIP Semarang, 2011
- [6] Tjiptono & Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- [7] Tjiptono, F., & Gregorius . (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset

- [8] Tull & Kahle (1990). Marketing Management, New York: Macmillan Publising Company.
- [9] Sohib. (2018). Pengantar Akuntansi 1 (pertama). Yogyakarta: Deepublish.
- [10] Aditya, I. 2021. Bisnis Keagenan Kapal. Jakarta.