

ANALISIS STRATEGI PELAYANAN PERUSAHAAN PELAYARAN KAPAL PEMULA (Studi Kasus PT. CAPUTRA BUMIBAHARI Banten)

¹Royhans Effendy, ²Ailsa Ramadhini Hermanto

¹Ural Federal University, Rusia

²Universitas Jember

Email: roikhans.effendi@urfu.me,¹

230810201018@mail.unej.ac.id²

Abstrak:

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayaran ataupun kapal sejatinya selalu didekatkan dengan teknologi yang berkemajuan sehingga tidak dapat dipungkiri perusahaan-perusahaan disebutkan selalu dekat dengan kemajuan dan perkembangan teknologi sampai saat ini. Mayoritas perusahaan-perusahaan pelayaran mulai melakukan pengembangan pengembangan dan inovasi-inovasi dalam menarik para wisatawan dari berbagai kalangan mancanegara dengan upaya meningkatkan strategi-strategi pemasaran yang lebih inovatif dengan tetap mengedepankan kualitas pelayanan dengan dimensi kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Caputra Bumi Bahari (CBB) sebagai pemilik dan Operator kapal wisata Quicksilver sejak tahun 1991 yang berlokasi di Bali berkomitmen untuk terus meningkatkan pelayanan Cruise dengan cara peremajaan armada Catamaran Wavepiercer. CBB memberikan kepercayaan kepada galangan dalam negeri PT. Caputra Mitra Sejati (CMS) untuk membangun armada baru Quicksilver IX dengan kapasitas yang lebih besar agar dapat mengakomodir total penumpang 500 orang beserta 50 awak. Hasil penelitian menyatakan keberhasilan perusahaan dalam survive atau bertahan dan berdampak pada keberlanjutan operasional perusahaan tidak terlepas dari adanya tantangan-tantangan yang hadir baik dari pihak internal maupun eksternal namun pihak perusahaan menyatakan bahwa mereka mempunyai karakteristik-karakteristik unik dan strategi strategi khusus dalam menghadapi permasalahan tersebut. Jika ditinjau lebih jauh sejatinya perusahaan yang baru bergerak beberapa periode tentunya akan dihadapkan dengan tantangan-tantangan yang cukup mengganggu baik dari segi kerugian sampai kebangkrutan. Namun uniknya pada perusahaan ini berhasil memberikan pandangan terhadap peneliti bahwa kondisi yang dijalankan masih cukup stabil dan tidak mendapatkan pengaruh negatif yang sangat signifikan hal itu dibuktikan dengan penguatan wawancara Kepala pemasaran PT Ciputra bumi bahari Banten.

Kata Kunci: *Strategi Pelayanan, Pelayaran Kapal, PT. CAPUTRA BUMIBAHARI*

Abstract:

Companies operating in the field of shipping or ship services are actually always close to advanced technology so it cannot be denied that these companies are said to have always been close to technological progress and development to date. The majority of shipping companies are starting tourists from various international groups with efforts to improve more innovative marketing strategies while still prioritizing service quality with the dimension of customer satisfaction. This research is a type of qualitative research that is descriptive in nature. CBB as the owner and operator of Quicksilver tourist boats since 1991 located in Bali is committed to continuing to improve Cruise services by rejuvenating the Wavepiercer Catamaran fleet. CBB gives trust to the domestic shipyard PT. Caputra Mitra Sejati (CMS) to build a new fleet of Quicksilver IX with a larger capacity to accommodate a total of 500 passengers and 50 crew members. The research

results state that the company's success in surviving and having an impact on the sustainability of the company's operations cannot be separated from the challenges that arise from both internal and external parties, but the company states that they have unique characteristics and special strategies in dealing with problems. However, what is unique is that this company the conditions under which it is operating are still quite stable and have not had a very significant negative impact, this is proven by the reinforcement of the interview by the Head of Marketing of PT Caputra Bumi Bahari Banten.

Keywords: *Service Strategy, Ship Shipping, PT. CAPUTRA BUMI BAHARI*

Pendahuluan

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi pada saat ini semakin menunjukkan suatu regenerasi yang berjenjang dengan bukti-bukti empiris yang mendeskripsikan bahwa setiap lini perusahaan diwajibkan untuk selalu melakukan inovasi dan menyesuaikan dengan kebutuhan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi tersebut. Faktanya, semakin banyak kebutuhan-kebutuhan yang mulanya dapat diakses dengan cara manual namun saat ini aksesibilitasnya dapat secara digital karena terintegrasi dengan modernisasi digitalisasi yang semakin pesat dikembangkan oleh pemikir internasional. Pola-pola dan strategi seperti ini yang menuntut para pelaku usaha tidak dapat menjalankan bisnisnya dengan skema bertahan dalam mencari keuntungan karena apabila hal tersebut diberlakukan maka dalam permasalahannya akan mendapati ketertinggalan dari para pesaing atau kompetitornya dalam bisnis secara luas ataupun yang serumpun.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayaran ataupun kapal sejatinya selalu didekatkan dengan teknologi yang berkemajuan sehingga tidak dapat dipungkiri perusahaan-perusahaan disebutkan selalu dekat dengan kemajuan dan perkembangan teknologi sampai saat ini. Mayoritas perusahaan-perusahaan pelayaran mulai melakukan pengembangan-pengembangan dan inovasi-inovasi dalam menarik para wisatawan dari berbagai kalangan mancanegara dengan upaya meningkatkan strategi-strategi pemasaran yang lebih inovatif dengan tetap mengedepankan kualitas pelayanan dengan dimensi kepuasan pelanggan. "strategi yaitu suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi, strategi dibuat berdasarkan tujuan".¹

Pengertian strategi dalam kamus manajemen, istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling hubungan dalam waktu dan ukuran. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih sebagai pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi. Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif.

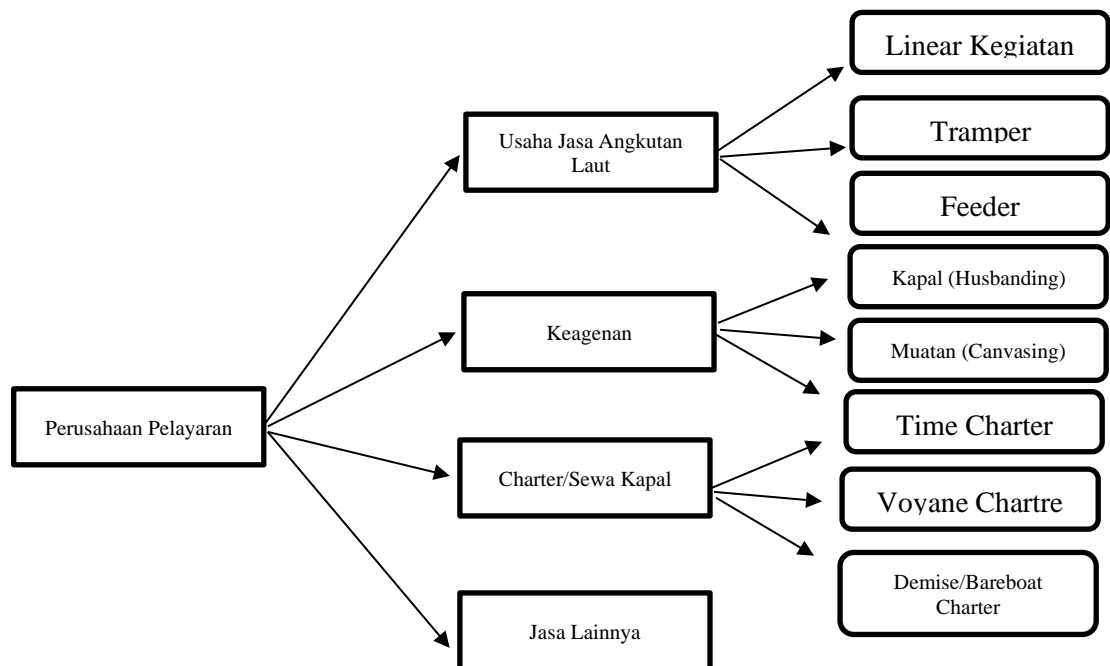
Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan

¹ Swastha & Irawan (2008:67)

(mengurusi apa yang diperlukan seseorang)². Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagian proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas. Jika pelayanan yang diterima konsumen melebihi harapan konsumen, maka pelayanan dapat dikatakan sebagai pelayanan yang baik atau ideal.³

Namun jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen, maka pelayanan dikatakan buruk. Dengan demikian baik tidaknya pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya. Menurut Sugiarto, pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, penumpang, klien, pembeli, pasien, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang dilayani.⁴ Moenir menyatakan pelayanan merupakan rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, atas jasa yang mereka dapatkan dari suatu perusahaan.⁵

Perusahaan pelayaran menurut KUHD, pasal 323-340 adalah suatu badan yang menjalankan perusahaan dengan cara mengoperasikan kapal atau usaha lain yang erat hubungannya dengan kapal Menurut Kosasih perusahaan pelayaran adalah perusahaan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu mengoperasikan kapal untuk mencari pendapatan berupa Uang Tambang. Berikut ini kegiatan perusahaan pelayaran dapat digambarkan sebagai berikut: ⁶



Gambar.1 Jenis Kegiatan Perusahaan Pelayaran Sumber: Kosasih dan Soewedo (2012, hal 11)

² Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014).

³ Rangkuti (2013)

⁴ Sugiarto (2002:36)

⁵ Moenir (1992:16)

⁶ Kosasih & Soewedo (2012:11)

Caputra Bumi Bahari (CBB) sebagai pemilik dan Operator kapal wisata Quicksilver sejak tahun 1991 yang berlokasi di Bali berkomitmen untuk terus meningkatkan pelayanan Cruise dengan cara peremajaan armada Catamaran Wavepiercer. CBB memberikan kepercayaan kepada galangan dalam negeri PT. Caputra Mitra Sejati (CMS) untuk membangun armada baru Quicksilver IX dengan kapasitas yang lebih besar agar dapat mengakomodir total penumpang 500 orang beserta 50 awak. Kapal ini dibangun di Indonesia sebagai sebuah bukti nyata dan komitmen CBB selaku pemilik dan operator kapal untuk memajukan wisata bahari dan industry maritime Indonesia dengan memberi kesempatan kepada galangan dalam negeri untuk menunjukkan kemampuan, inovasi dalam membangun kapal dengan kualitas bertaraf International yang bersertifikat Lloyd's Register. Kapal dengan desain Catamaran Wavepiercer seperti ini juga pertama kali dibangun oleh pihak galangan nasional. CBB merencanakan untuk menggantikan armada Quicksilver VII dengan Quicksilver IX untuk kegiatan operasi wisatanya di dekat Pulau Nusa Penida. Pembaharuan ini dibuat untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta efisiensi dari segi operasional agar bisa mengakomodir penumpang wisatawan asing dan domestic yang semakin bertambah jumlahnya. Dari segi exterior Quicksilver IX segera di desain menyerupai armada Quicksilver pendahulunya dengan semangat mempertahankan pedigree atau garis DNA Catamaran Wavepiercer yaitu futuristic, agresif dan model desain abadi yang tidak akan lekang oleh zaman (timeless design outline).

Pihak galangan CMS berkolaborasi dengan perusahaan Naval Architech Incat Crowther dan Marine Interior Desain berbasis di Sydney Australia. Mereka bekerja sama membangun exterior yang unik, interior yang fungsional tetapi tidak melupakan sisi estetika dengan keindahan kesenian Indonesia seperti detail ukiran di bagian galley dan dash board indah di ruang kemudi, keduanya memakai bahan kayu jati asli. Bagian panel dinding menggunakan panel honey comb atau sarang lebah agar meringankan bobot kapal untuk mencapai kecepatan yang diinginkan. Untuk bahan plafon atau langit-langit maupun karpet menggunakan bahan yang tidak mudah terbakar dan praktis semua bagian interior mengacu pada standar SOLAS. Untuk mengakomodir jumlah penumpang yang lebih banyak pihak pemilik kapal Quicksilver memutuskan untuk meniadakan bar dan tangga di bagian tengah kapal seperti pada kapal pendahulunya untuk memaksimalkan kapasitas dek utama. Bagian galley utama juga diperbesar untuk fungsi pelayanan makanan dan minuman serta ruang pendingin yang cukup besar untuk menyimpan makanan. Perlengkapan lift makanan atau dumb waiter juga tersedia untuk pelayanan makanan ke dek lantai dua.

Inovasi yang telah dilakukan pada kapal generasi baru ini yaitu 4 pintu mesin atau engine hatches dengan system baut (bukan metode las) untuk memudahkan keluar masuknya mesin pada saat pemeliharaan yang bersifat mayor. CCTV yang dipasang di beberapa titik untuk memudahkan pergerakan dan penambatan kapal dan semua control throttle di pasang di dalam ruang kemudi bukan di luar ruang seperti halnya pada model kapal sebelumnya. Inovasi lain kapal baru ini adalah kapal ini dirancang dengan notasi unattended machinery space (UMS) dimana pada saat kapal beroperasi tidak ada awak yang berada di kamar mesin, artinya semua sistem di kapal dapat di kendalikan di ruang kemudi baik itu sistem controlling maupun sistem monitoring semua peralatan di kamar mesin. Ini adalah bentuk nyata karya putra bangsa oleh dan untuk bangsa Indonesia. Hal ini sejalan dengan filosofi Caputra Group selaku perusahaan induk CMS dan CBB untuk terus berinovasi dan berkarya untuk bangsa Indonesia. Inovasi dan komitmen CBB selaku pemilik dan operator kapal serta CMS sebagai galangan kapal dalam negeri untuk memajukan industri maritim Indonesia sangat sesuai dengan program pemerintah untuk meningkatkan kejayaan maritim nusantara dan perekonomian

berbasis kelautan.

Berdasarkan latar belakang diatas dengan penjelasan bahwa perusahaan disebutkan berdiri masih dari tahun 2022 dan atau terhitung pemula dalam menjalankan perusahaan sedangkan pada masa ini perusahaan membutuhkan strategi-strategi tersendiri dalam melakukan operasional demi menjaga keseimbangan perusahaan, maka dalam hal ini perusahaan tersebut sejatinya dihadapkan dengan tantangan perkembangan zaman dan kompetitornya. Berangkat dari fenomena tersebut maka peneliti berkeinginan melakukan penelitian lebih mendalam terkait hal tersebut untuk mencari penemuan terbaru terkait judul yang telah di konsep yakni „ Analisis Strategi Pelayanan Perusahaan Pelayaran Kapal Pemula (Studi Kasus PT. CAPUTRA BUMIBAHARI Banten)“.

Adapun penelitian ini dilakukan dengan mengusung rumusan permasalahan diantaranya:

- a. Apakah PT. CAPUTRA BUMIBAHARI mempunyai karakteristik unik atas competitor lainnya dalam segi pemasaran dalam menjalankan bisnis yang masih pemula ?
- b. Apakah terdapat tantangan saat ini (2024) dalam pengembangan pemasaran PT. CAPUTRA BUMIBAHARI ?
- c. Apakah terdapat strategi khusus dalam penerapan pemasaran ?

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Metode penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang suatu peristiwa atau kondisi sosial.⁷ Melalui pengumpulan data berupa kata-kata, seperti wawancara atau observasi, peneliti berusaha memahami makna dan pengalaman subjek penelitian secara mendalam. Metode ini sangat berguna untuk mengeksplorasi fenomena yang kompleks dan memberikan wawasan yang kaya tentang konteks sosial di mana fenomena tersebut terjadi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci dan mendalam mengenai strategi pelayanan yang dilakukan PT. CAPUTRA BUMIBAHARI Banten dalam menjalankan bisnisnya pada masa yang masih terhitung singkat dari segi umur operasional perusahaan tersebut.

Adapun deskripsi informan penelitian atau subjek penelitian dari penelitian ini yaitu: Manager Perusahaan, Kepala Pemasaran, Personil Lapangan Pemasaran.

Subjek pada penelitian ini telah dipilih dan ditetapkan oleh peneliti, sesuai dengan data dan informasi yang diperlukan dan subjek dianggap menguasai tujuan penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Penelitian dilaksanakan dengan memfokuskan beberapa pertanyaan penting merujuk pada rumusan masalah yang diajukan kepada partisipan.

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 2 minggu yaitu dimulai dari tanggal 15 September sampai dengan 30 September 2024. Tempat dilaksanakannya penelitian secara umum adalah di PT. CAPUTRA BUMIBAHARI Banten. Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan mendeskripsikan strategi pelayanan perusahaan yang diterapkan dalam perjalanan bisnis yang masih muda dan bertahan dari persaingan dengan kompetitornya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan secara umum yaitu menggunakan:

Teknik wawancara

Menurut Saroso wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti

⁷ Sugiyono (2016:9)

mengumpulandata yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks. Meskipun demikian, wawancara perlu digunakan dengan berhati-hati dan perlu di triangulasi data dari sumber yang lain.⁸

Wawancara dilakukan peneliti dengan alasan agar peneliti mampu mengajukan pertanyaan dengan bertatap muka langsung pada partisipan. Dengan penggunaan teknik wawancara, partisipan juga lebih bisa menyampaikan informasi secara langsung sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban lebih rinci dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepada partisipan.

Teknik Observasi

Menurut Fuad dan Nugroho⁹ mendefinisikan observasi dalam penelitian kualitatif merupakan teknik dasar yang bisa dilakukan. Dalam awal penelitian kualitatif observasi sudah dilakukan saat grand tour observation. Metode observasi yang digunakan dalam bentuk pengamatan atau pengindraan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku. Pada penelitian ini peneliti memilih pengumpulan data menggunakan teknik observasi secara partisipatif, sehingga peneliti mampu melakukan pengamatan terhadap kejadian yang terjadi serta melibatkan diri secara langsung pada pengumpulan data dan informasi yang dicari untuk menjawab pertanyaan yang menjadi permasalahan pada penelitian.

Teknik Dokumentasi

Menurut Fuad dan Nugroho¹⁰ dokumentasi merupakan salah satu sumber data skunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi siapkan karena adanya permintaan dari seorang peneliti. Selanjutnya studi dokumentasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pada bagian ini sebagai acuan representasi pembahasan penulis mencantumkan laporan keagenan pada periode tahun 2022 untuk memperkuat temuan yang terstruktur.

⁸ Saroso (2017:47)

⁹ Fuad & Nugroho (2013:11)

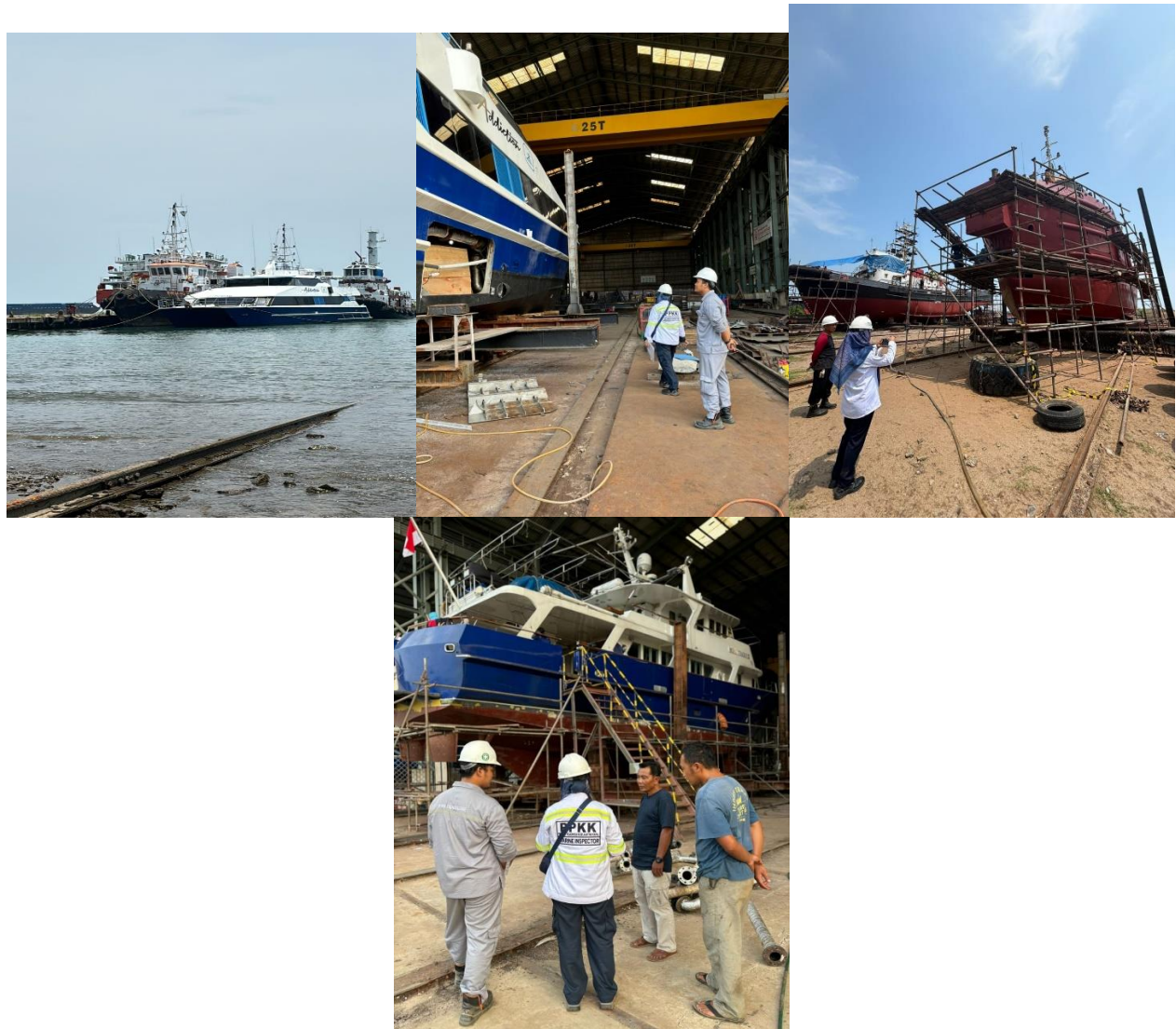
¹⁰ Fuad & Nugroho (2013:61)

PT. CAPUTRA BUMIBAHARI								
KEAGENAN TAHUN 2024								
Kapal Masuk	Keterangan	Pendapatan	Potongan PPh 23	Diskon	Biaya Agen	Labai/ Rugi	Tanggal pelunasan	Persentase
Januari 2024	PT. Segara Transindo Mandiri TB. Cavalo Marinho 01 & 02, Metro 01	54.214.990,00	-	3.589.990,00	41.731.990,00	8.893.010,00	31/01/2024 50.625.000,00	17,57%
Januari 2024	PT. Patria Maritim Lines TB. Patria 6 & BG. Aura	107.694.000,00	1.625.200,00	-	75.065.200,00	31.003.600,00	07/06/2024 106.068.800,00	29,23%
Februari 2024	PT. Armada Samudra Persada TB. ASP 18 & BG. Persada 2799	65.900.000,00	212.000,00	1.900.000,00	45.061.250,00	18.726.750,00	27/03/2024 63.788.000,00	29,36%
Februari 2024	PT. Tanimas Maritim Indonesia SPOB Bahari Maju II	18.986.040,00	20.000,00	-	10.132.040,00	8.834.000,00	19/03/2024 18.966.040,00	46,58%
Maret 2024	PT. Pelayaran Multi Jaya Samud TB. Medelin Spor	34.939.250,00	30.000,00		25.752.350,00	9.156.900,00	20/08/2024 34.909.250,00	26,23%
Maret 2024	PT. Triton Global Maritim AwB. Star Onyx							
Maret 2024	PT. Jayabersama Makmur Line JML. Glori	51.580.000,00	-	3.955.000,00	36.502.977,00	11.122.023,00	16/04/2024 47.625.000,00	23,35%
Maret 2024	PT. Armada Samudra Persada (n TB. ASP 18 & BG. Persada 2799	39.154.215,00	214.900,00	1.154.215,00	31.684.215,00	6.100.885,00	19/04/2024 37.785.100,00	16,15%
Mei 2024	PT. Pelayaran Multi Jaya Samud TB. Medelin II	40.501.272,00	44.000,00		32.731.572,00	7.725.700,00	13/09/2024 40.457.272,00	19,10%
Mei 2024	PT. Patria Maritim Lines TB. Brahma 6 & BG. Anand 3	171.671.792,00	2.046.000,00		114.330.041,00	55.295.751,00	04/09/2024 163.625.792,00	32,60%
Juni 2024	PT. Surya Indo Bahari SPB. Saintry Giant	139.500.000,00			100.502.713,00	38.997.287,00	13/09/2024 139.500.000,00	27,96%
Juni 2024	PT. Bukit Prima Bahari (agency) TB. Bukit Prima 01 dan BG. BA Prima 3D	26.061.818,00			17.960.295,00	8.101.523,00	20/09/2024 26.061.818,00	31,09%
Juni 2024	PT. Bukit Prima Bahari (po) TB. Bukit Prima 01 dan BG. BA Prima 3D	166.340.000,00			95.549.000,00	70.791.000,00	20/09/2024 166.340.000,00	42,56%
Juli 2024	PT. Jelajah Surga Samudera Reina Cruise	2.000.000,00			1.000.000,00	1.000.000,00	30/07/2024 2.000.000,00	50,00%
Agustus 2024	PT. Transtirta Sentra Sekar Bhal MT. Tirta Samudra XI							
Agustus 2024	PT. Patria Maritim Lines BG. Alnath							
Agustus 2024	PT. Pelayaran Multi Jaya Samud TB. Maiden Port							
Agustus 2024	PT. Meratus Advice Maritim (fumi TB. MDM BAnito	24.500.000,00			19.250.000,00	5.250.000,00	24.500.000,00	21,43%
Agustus 2024	PT. Bukit Prima Bahari TB. Bukit Prima 01 dan BG. BA Prima 3D							
TOTAL		943.043.377,00	4.192.100,00	10.599.205,00	647.253.643,00	280.998.429,00	928.797.615,00	29,51%

Gambar. 2 Laporan Keagenan Sumber PT. CAPUTRA BUMIBAHARI

Dilansir dari data keagenan tahun 2024 yang dilampirkan maka dapat dilihat data tersebut menunjukkan posisi yang fluktuatif dimulai dari bulan Januari sampai Agustus mempunyai retensi persentase yang berbeda-beda dengan jumlah jangkauan yang cukup signifikan di setiap pergantian bulan sehingga membuat suatu pertanyaan yang cukup menarik terkait hal yang mendasari posisi persentase laporan keagenan tahun 2024 tersebut. Maka kemudian, dalam proses operasional perusahaan tersebut tentu memungkinkan adanya perubahan tren positif dan negatif pada saat penerapan strategi perusahaan mengingat bisnis yang dijalankan masih berusia cukup muda sehingga rentan terhadap tantangan-tantangan yang dapat menyebabkan risiko bisnis dari mulai kerugian sampai kebangkrutan.

Pada tahap observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam prosesnya mengamati keadaan pada perusahaan tersebut yang pada saat ini turut menunjukkan eksistensi dan terkesan tanpa adanya tantangan signifikan dengan transparansi. Peneliti mengamati bahwa kejadian di lapangan secara normal memenuhi standar-standar yang berlaku di perusahaan-perusahaan pelayaran pada umumnya sedangkan usia perusahaan tersebut masih sangat muda yang memungkinkan dalam prosesnya menemukan tantangan baik dari segi internal maupun eksternal utamanya pada pesaing atau kompetitornya. Fenomena ini akan terjawab pada proses wawancara di mana peneliti mencoba untuk menanyakan lebih dalam lagi terkait strategi-strategi yang dilakukan oleh pihak manajerial atau perusahaan dalam menghadapi dunia ataupun persaingan bisnis yang semakin berbasis digital.



*Gambar 3. Operasional Kapal PT. CAPUTRA BUMIBAHARI
Sumber : Peneliti*

Selanjutnya setelah tahap observasi peneliti melakukan wawancara kepada tiga narasumber di perusahaan tersebut diantaranya posisi manajer perusahaan, kepala pemasaran dan personil lapangan pemasaran. Namun dalam hal ini pada saat penelitian dilakukan dan atau pada saat wawancara berlangsung penulis hanya dapat mewawancarai satu informan saja yaitu bidang kepala pemasaran pada perusahaan tersebut. Meskipun demikian pertanyaan yang sudah di konsep oleh peneliti sebelum wawancara hampir secara keseluruhan berhasil mendapatkan jawaban dari satu informan yang diwawancarai.

Apakah PT. CAPUTRA BUMIBAHARI mempunyai karakteristik unik atas competitor lainnya dalam segi pemasaran pada saat menjalankan bisnis yang masih pemula ?

Peneliti melakukan jajak pendapat dengan narasumber melalui wawancara untuk menjawab rumusan masalah pada poin a secara intensif. Dalam pertanyaan yang diajukan, narasumber bapak Silverino Effendy, memberikan jawaban yang mendeskripsikan bahwa pihak perusahaan mempunyai karakteristik unik yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya dalam segi pemasaran supaya bisnis yang baru digeluti dan sedang dikembangkan tetap

survive dan bertahan pada pangsa pasar.

Penjelasan lebih rinci didapatkan oleh penulis dengan jawaban dari narasumber yang mengatakan

"kami mengetahui kapal kami stand by di galangan kapal tersebut sehingga uniknya adalah pelayanan kita bisa melakukannya dalam waktu 24 jam juga bisa langsung ataupun secara mendadak, karena jarak kami kan daripada agen lainnya itu jauh jadi mungkin lebih lama, terus kemudian karena di dalam galangan lebih bagus lah lebih maksimal koordinasinya" Imbuhnya.

Kemudian lebih lanjut beliau menyampaikan

"Membaca pangsa pasar dalam menghadapi kemajuan zaman dan perkembangan teknologi untuk menjaga stabilitas konsumen sebenarnya kalau itu sih karena kami di dalam galangan, jadi kalau misalnya perkembangan teknologi yaitu di awal keunggulan, kita standby di galangan 24 jam jadi kalau mereka minta pelayanan apapun kita sudah siap 24 jam itu, dan juga keuntungan kita daripada kompetitor lainnya itu kita juga paham terkait di dalam galangan tersebut jadi misalkan konsumen minta info terkait kehilangan Kita juga bisa jelaskan kalau agendanya pasti enggak bisa" Pungkasnya.

Apakah terdapat tantangan saat ini (2024) dalam pengembangan pemasaran PT.

CAPUTRA BUMIBAHARI ?

Selanjutnya peneliti mengembangkan pertanyaan untuk menjawab rumusan masalah yang kedua terkait tantangan yang dihadapi saat ini dalam pengembangan pemasaran perusahaan tersebut. Secara normatif narasumber menjelaskan pasti mendapat tantangan pada saat melakukan pengembangan pemasaran dan tantangan itu terlihat masih bisa diatasi dengan cara-cara tertentu yang di konsep oleh divisi divisi khusus pada perusahaan tersebut. Secara jelas dilampirkan oleh peneliti hasil wawancara pada poin B terhadap narasumber menyatakan bahwa

"Untuk pertanyaan apakah terdapat tantangan saat ini di 2024 pada pengembangan pemasaran? ya terdapat, karena target dari atasan kami pastinya tiap tahun lebih meningkat, otomatis itu menjadi tantangan bagi kami bagian pemasaran agar lebih banyak lagi yang ditingkatkan untuk pemasaran".

Apakah terdapat strategi khusus dalam penerapan pemasaran ?

Peneliti melanjutkan pertanyaan untuk menjawab rumusan masalah pada poin C dan sekaligus menutup poin-poin masalah penelitian secara komprehensif terhadap narasumber terkait strategi khusus yang selama ini diadopsi oleh perusahaan sehingga dapat bertahan dan berkelanjutan dalam menjalankan usaha ataupun bisnis tersebut.

Pada kesempatan wawancara narasumber mengemukakan

"apakah dalam proses pemasaran bisnis perusahaan mempunyai strategi khusus pada penerapannya? iya jadi gini, strategi khususnya yaitu kapal yang akan masuk ke galangan kita pasti sudah tahu dari marketing galangan, nah di situ kami bisa follow up langsung kepada owner kapal yang akan masuk ke galangan lalu strategi khusus kita itu yang kita tawarkan ya yang menariknya karena kita sudah standby 24 jam di galangan, jadi untuk pengurusan apa-panya lebih enak dan harga bisa dibandingkan atau di compare dengan harga kompetitor lain" tutupnya.

Pada penelitian relevan terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho¹¹ menyatakan hasil analisis kondisi lingkungan eksternal mengindikasikan bahwa bisnis BAg berada dalam persaingan yang ketat seiring semakin bertambahnya perusahaan pelayaran. Namun perusahaan memiliki kekuatan pada bisnis utama sehingga perusahaan masih memiliki

¹¹ Nugroho, Baga, & Iskandar (2018)

kemampuan untuk bertahan dengan cara memanfaatkan jaminan muatan batubara dari PLN. Kelemahan yang masih dimiliki BAg adalah ketergantungan pada mitra KSO sehingga beban sewa kapal relatif tinggi dibandingkan dengan biaya operasional lainnya. Strategi pengembangan bisnis BAg yang dapat dilakukan bagi perusahaan di masa yang akan datang adalah meningkatkan sinergi bisnis inti antara BAg dengan PLN.

Sedangkan pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Jannah¹² menyatakan ada berbagai faktor yang dapat menyebabkan perusahaan mengalami kegagalan, diantaranya adalah faktor ekonomi, kesalahan manajemen, dan bencana alam. Perusahaan yang mengalami kegagalan dalam operasinya akan berdampak pada kesulitan keuangan perusahaan. Ada banyak faktor yang mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan, tapi kebanyakan penyebabnya, baik langsung atau tidak langsung adalah karena kesalahan manajemen yang terjadi berulang-ulang. Akumulasi ketidakmampuan manajemen dalam mengelola perusahaan inilah yang akhirnya mengakibatkan kegagalan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian melalui tahapan-tahapan yang sudah dilakukan baik observasi, wawancara dan studi dokumentasi kemudian di elaborasi dengan penelitian-penelitian relevan terdahulu terkait variabel penelitian maka peneliti berkesempatan untuk menarik benang merah pada penelitian ini bahwa sejatinya bisnis atau perusahaan yang bergerak di bidang pelayaran kapal dengan usia yang masih baru beroperasi biasanya akan mengalami banyak tantangan dan kendala pada proses menjalankan usaha ataupun bisnis tersebut. Hal tersebut tidak terlihat secara signifikan pada perusahaan tempat penelitian dengan hasil temuan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa narasumber dari perusahaan tersebut menyatakan bahwa secara strategi perusahaan memiliki karakteristik-karakteristik unik dari kompetitor lainnya sehingga dalam hal ini pihak perusahaan tidak kehilangan bangsa pasar dan kepercayaan dari kompetitor-kompetitor lainnya. Perlu disampaikan pula bahwa berbagai kalangan saling bersinergi untuk menghadapi tantangan tersebut sehingga pada penerapannya terjalin kerjasama yang kuat dalam pengembangan pelayanan serta pemasaran perusahaan pelayaran kapal PT. CAPUTRA BUMIBAHARI Banten.

Penutup

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan berdasarkan uraian permasalahan dan hasil penelitian yang menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan dalam survive atau bertahan dan berdampak pada keberlanjutan operasional perusahaan tidak terlepas dari adanya tantangan-tantangan yang hadir baik dari pihak internal maupun eksternal namun pihak perusahaan menyatakan bahwa mereka mempunyai karakteristik-karakteristik unik dan strategi khusus dalam menghadapi permasalahan tersebut. Jika ditinjau lebih jauh sejatinya perusahaan yang baru bergerak beberapa periode tentunya akan dihadapkan dengan tantangan-tantangan yang cukup mengganggu baik dari segi kerugian sampai kebangkrutan. Namun uniknya pada perusahaan ini berhasil memberikan pandangan terhadap peneliti bahwa kondisi yang dijalankan masih cukup stabil dan tidak mendapatkan pengaruh negatif yang sangat signifikan hal itu dibuktikan dengan penguatan wawancara oleh Kepala pemasaran PT Caputra bumi bahari Banten.

Kendati demikian, peneliti memiliki saran terhadap calon peneliti selanjutnya dengan relevansi terkait judul tersebut bahwa peneliti menginginkan untuk pembahasan dikembangkan lebih jauh dengan temuan-temuan dan hipotesis yang lebih mencakup permasalahan-permasalahan intensif pada perusahaan pelayaran kapal di Indonesia agar dapat menjadi referensi bahan acuan dan pengetahuan terbaru yang dapat dikonsumsi publik

¹² Jannah (2015)

khususnya yang membidangi pelayaran kapal di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Fuad, Anis, and Kandung Sapto Nugroho. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Jannah, Mukhlisotul. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegagalan Usaha." *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (April 2015): 25–42. <https://doi.org/10.32678/ije.v6i1.29>.
- Kosasih, Engkos, and Hananto Soewedo. *Manajemen Perusahaan Pelayaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Moenir, H. A. S. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Nugroho, Adhiguna Wahyu, Lukman M. Baga, and Budhi Hascaryo Iskandar. "Strategi Pengembangan Bisnis PT Pelayaran Bahtera Adhiguna Dalam Industri Pelayaran." *Albacore: Jurnal Penelitian Perikanan Laut* 1, no. 3 (July 2018): 321–36. <https://doi.org/10.29244/core.1.3.321-336>.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Canter*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Saroso, Saroso. *Penelitian Kualitatif: Dasar- Dasar*. 2nd ed. Jakarta: Indeks, 2017.
- Sugiarto, Endar. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Swastha, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.