

Alternatif Strategi Pemasaran Pada Perusahaan pelayaran : Suatu Tinjauan di PT PELNI Dalam Meningkatkan Load Factor Untuk Trayek Tanjung Priok-Irian Jaya

Imam Prakoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184534&lokasi=lokal>

Abstrak

Pembangunan di Indonesia Bagian Timur (IBT) merupakan peluang untuk meningkatkan pangsa pasar bagi setiap perusahaan pelayaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan posisi persaingan dan strategi pemasaran Pelni. Strategi pemasaran ini harus mampu meningkatkan pangsa pasar pada trayek Tanjung Priok-Irian Jaya. Metode yang dipakai untuk meneliti permasalahan ini ada metode General Electric Mc Kinsey Matrix (GE) dan metode Grand Strategy Selection Matrix (GSSM). Kedua metode ini meneliti kondisi internal dan eksternal Pelni. Berdasarkan hasil penelitian dengan kedua metode tadi akan ditentukan posisi persaingan Pelni untuk trayek ini. Setelah itu akan dibuat strategi pemasaran yang cocok Pelni untuk menghadapi persaingan di trayek ini. Berdasarkan analisa internal Pelni memiliki kelemahan dan kekuatan. Kelemahan internal lebih banyak disediakan oleh masih lemahnya fungsi pemasaran, sumber daya manusia, organisasi, produksi dan keuangan. Sedangkan kekuatan Pelni terletak pada fasilitas dan sarana penunjang produksi yang lebih lengkap. Analisa dengan menggunakan metode GE menunjukkan bahwa strategi yang cocok bagi adalah melakukan seleksi atau mengelola bisnis untuk menghasilkan pendapatan. Sedangkan dengan metode GSSM menunjukkan bahwa strategi yang cocok bagi Pelni adalah mengatasi kelemahan dengan penekanan pada sisi internal perusahaan. Berdasarkan analisa tadi disusunlah strategi pemasaran Pelni yang disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa Pelni sedang menghadapi persaingan yang ketat sedangkan kondisi internal Pelni nampak belum siap menghadapinya. Dengan demikian Pelni disarankan untuk berorientasi melakukan pembenahan sisi internal tanpa mengesampingkan tugas Pelni sebagai Badan Usaha Milik Negara. Apabila Pelni telah siap maka strategi yang lebih agresif bisa dipertimbangkan.