

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari sumber data yang diperoleh peneliti, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi Pemasaran STP meliputi,
 - a. **Segmenting** PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) diklasifikasikan berdasarkan keinginan, kebutuhan dan tindakan, yakni : Demografis, Operasi, Situasi Pembelian, Atribut Produk, Variabel Pelanggan, dan Karakteristik Pribadi.

Pada tahap Demografis, Pelindo III merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam sektor perhubungan pelabuhan dan berfokus pada B2B (*Business to Business*). Tugas wewenang dan tanggung jawabnya adalah mengelola Pelabuhan Umum pada 7 (tujuh) wilayah provinsi yang dibagi menjadi 4 (empat) Regional di Indonesia.

Pada tahap Operasi, Pelindo III berfokus pada usaha utama pelayanan bongkar muat yang terbagi berdasarkan komoditasnya, yakni : kelompok petikemas, curah kering, curah cair, dan *general cargo*. Serta berdasarkan tujuannya, yakni : bagian domestik dan bagian internasional.

Pada tahap Situasi Pembelian, agen pelayaran maupun pemilik barang menjadi sasaran. Pelindo III telah menyiapkan diskon dan re bagi penyewa alat HMC, demi sedikit mengurangi beban biaya yang ditanggung. Karena tarif yang ditanggung lumayan, maka HMC ditargetkan untuk pengguna kelas menengah keatas.

Pada tahap Atribut Produk, *Harbour Mobile Crane* (HMC) merupakan alat yang berupa kran darat yang digunakan untuk kegiatan bongkar/muat dari dan ke kapal di Pelabuhan Tanjung Perak. Pelindo III memiliki 9 unit HMC yang memiliki kecepatan hingga mencapai 200-250 ton/gang/jam di wilayah terminal Jamrud.

Pada tahap Variabel Pelanggan, Pelindo III melakukan kerjasama terhadap perusahaan pelayaran/agen pelayaran (*shipping line, cargo owner*), EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), dan PBM (Perusahaan Bongkar Muat) untuk melaksanakan layanan proses bongkar muat.

Pada tahap Karakteristik Pribadi, Pelindo III disamping menerapkan budaya perusahaan juga perlu adanya pelaksanaan program-program yang mendukung untuk mendapatkan hasil positif di benak pelanggan, seperti : adanya Bina Pelanggan dan Customer Visit.

- b. **Targeting** dari produk jasa atau alat mekanik HMC PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) lebih berfokus kepada layanan bongkar/muat non petikemas, karena *cargo* yang dibongkar/dimuat lebih banyak non petikemas, selain itu guna mencegah pemeliharaan alat yang berlebihan, efisiensi waktu, dan meningkatkan grafik *marketshare* komoditas non petikemas. Pelindo III mentransformasikan untuk lebih fokus kepada target pasarnya pada segmen *core business* dan tetap mengembangkan usaha di segmen *non core business* untuk dijadikan target pelayanan pada saat ini dan di masa mendatang.
 - c. **Positioning** alat HMC disini sebagai alat mekanik untuk dapat meningkatkan produktivitas bongkar muat yang optimal. Diunggulkan sebagai alat yang cepat serta guna mengurangi antrian kapal yang sandar (tambat) di terminal Jamrud. Tidak lupa Pelindo III juga selalu menerapkan budayanya guna mencapai *value chain* pelanggan.
2. Penerapan Bauran Pemasaran 7P meliputi,
- a. **Product** disini menjelaskan bahwa alat HMC merupakan alat bongkar/muat yang diunggulkan PT Pelabuhan Indonesia III (Persero). Terdapat 9 unit HMC yang memuat kapasitas 95-120 ton di area Terminal Jamrud. Penyewaan HMC ini merupakan salah satu tolak ukur untuk memperoleh output dari perusahaan.

- b. **Price** disini menjelaskan bahwa besaran tarif atas penggunaan HMC yang dihitung setiap 1 (satu) unit HMC per ton meter kubik atau per 1 (satu) shift atas jasa pengerjaan membongkar barang non petikemas dari dek/palka kapal ke atas dermaga/tongkang, atau memuat dari dermaga/tongkang ke atas dek/palka kapal dengan menggunakan HMC.
 - c. **Place** disini menjelaskan bahwa HMC terletak di Terminal Jamrud yang mengikuti pola persebarannya. Dalam konteks ini, Pelindo III menetapkan ekspansi wilayah pada area Jamrud Utara untuk pasar bagian Internasional.
 - d. **Promotion** disini bertujuan untuk mengimplementasikan tentang bentuk diskon, rc dan perluasan area HMC, dan barang-barang berbahaya (*steel product*) di Terminal Jamrud. Promosi ini ditetapkan melalui sosialisai dengan para pengguna jasa atau customer melalui bentuk presentasi atau via surat edaran.
 - e. **People** disini merupakan sumber daya manusia yang dimiliki PT Pelabuhan Indonesia III (Persero). Dalam konteks ini mencakup seluruh karyawan yang menjadi aset dan pendukung proses layanan bongkar/muat termasuk Tenaga Kerja Bongkar Muat (TKBM) dan Tenaga Supervisi Bongkar Muat.
 - f. **Process** disini menjelaskan alur layanan perusahaan secara signifikan, mulai dari alur administrasi dan alur operasional sampai terlaksananya pelayanan bongkar/muat.
 - g. **Physical Evidence** disini merupakan *desain interior* yang mencakup fasilitas pokok pelabuhan dan fasilitas penunjang pelabuhan.
3. Peningkatan utilitas HMC dengan Strategi Pemasaran,
- dari beberapa keterangan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kelangsungan nilai guna (utilitas) HMC dapat meningkat dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik, optimal, efektif, dan efisien yang dapat menumbuhkan, menjaga, serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang menggunakan alat HMC untuk jasa bongkar atau muat.

4.2 Saran

Terdapat saran dan rekomendasi yang diajukan penulis sebagai harapan dapat menunjang kinerja proses yang lebih baik, sebagai berikut:

1. Pelaksanaan layanan bongkar/muat yang terstruktur akan sangat efektif dan efisien jika didukung dengan perencanaan dan penerapan strategi pemasaran yang baik dari pihak perusahaan.
2. Pihak perusahaan agar lebih mengembangkan serta mengevaluasi segmen pasar dari tahun ke tahun, karena seiring berjalannya waktu segmen pasar sering berubah ubah berdasarkan kondisi lingkungan maupun dari pengguna jasa.
3. Pihak perusahaan bisa juga dengan menerapkan *personal selling* serta iklan melalui media sosial atau website mengenai bentuk promosi yang baru supaya *mindset* akan tarif mahal dari pengguna jasa bisa berubah dan *product knowledge* dengan adanya keunggulan alat HMC serta layanan yang dimiliki tersampaikan.
4. Pihak perusahaan dapat menetapkan ekspansi area atau perluasan wilayah dibagian internasional Jamrud Utara untuk lebih memperluas operasional layanan bongkar/muat HMC, mengingat dibagian Internasional hanya alat HMC yang dapat menjangkaunya, maka sangat signifikan untuk ditetapkan.
5. Pihak perusahaan seharusnya dapat menjaga keunggulan alat HMC guna meningkatkan utilitas secara berkala.