

PERANCANGAN MODEL BISNIS PELABUHAN TERMINAL KHUSUS BATUBARA KOTABANI UNTUK MENJADI MARKET LEADER OLEH PT MARITIM SUMBER ENERGI

ABSTRAK

Abstract: This study aims to identify the company's internal and external conditions as well as the development strategy of PT Maritim Sumber Energi's business model. This study uses qualitative research with data collection techniques through interviews and observations. In identifying internal and external companies, the researcher uses SWOT and PESTLE analysis, as well as Porter's Five Forces for competitiveness analysis. The marketing strategy is carried out using a combination of SWOT and 7P strategy analysis. Based on the research results, PT MSE does not yet have a marketing team that focuses on marketing and company promotion activities. The strategy undertaken by PT MSE is to form a marketing team so that it can increase loading volume by reaching the North Bengkulu coal mine and its surroundings, adding cargo to reach full capacity in 2026, taking care of loading permits for non-coal commodities and transshipment permits.

Keywords: identification of internal and external conditions, marketing strategy, cargo improvement

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi perusahaan baik internal dan eksternal perusahaan dan strategi pengembangan model bisnis PT Maritim Sumber Energi. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Dalam mengidentifikasi internal dan eksternal perusahaan, peneliti menggunakan analisis SWOT dan PESTLE, serta Porter Five Forces untuk analisis daya saing. Strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan analisis strategi kombinasi SWOT dan 7P. Berdasarkan hasil penelitian, PT MSE belum memiliki tim marketing yang focus dalam kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan. Strategi yang dilakukan PT MSE adalah dengan pembentukan tim marketing sehingga dapat meningkatkan volume loading dengan menjangkau tambang batubara Bengkulu Utara dan sekitarnya, peningkatan cargo hingga mencapai fully capacity pada tahun 2026, melakukan pengurusan perijinan loading komoditi non-batuabra dan ijin transshipment.

Kata Kunci: identifikasi kondisi internal dan eksternal, strategi pemasaran, peningkatan cargo.