

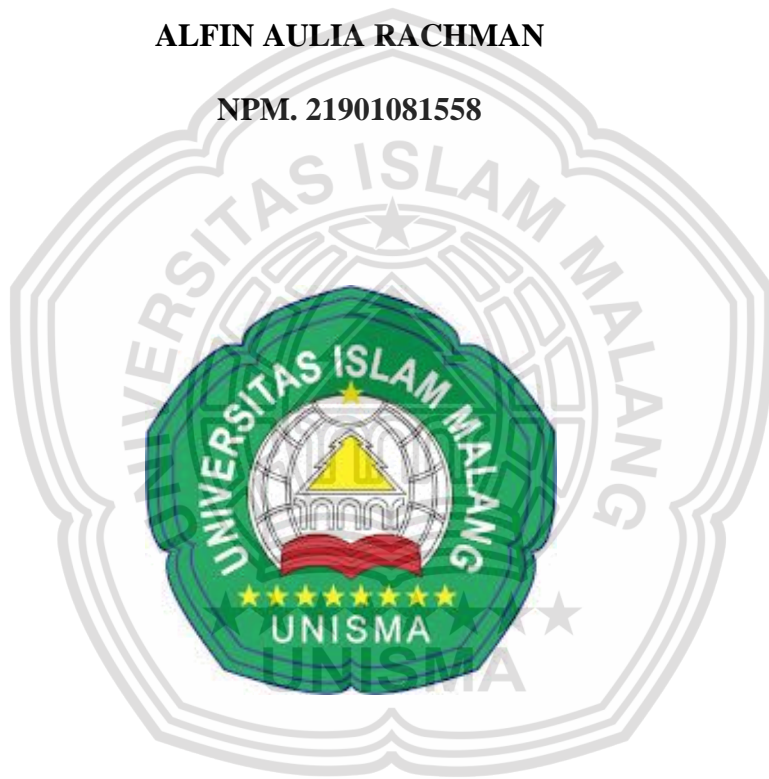


**MANAJEMEN STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN BISNIS JASA  
ANGKUT BARANG DI PT. BERKAT LAUT INDONESIA JAYA**

**SKRIPSI**

**ALFIN AULIA RACHMAN**

**NPM. 21901081558**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

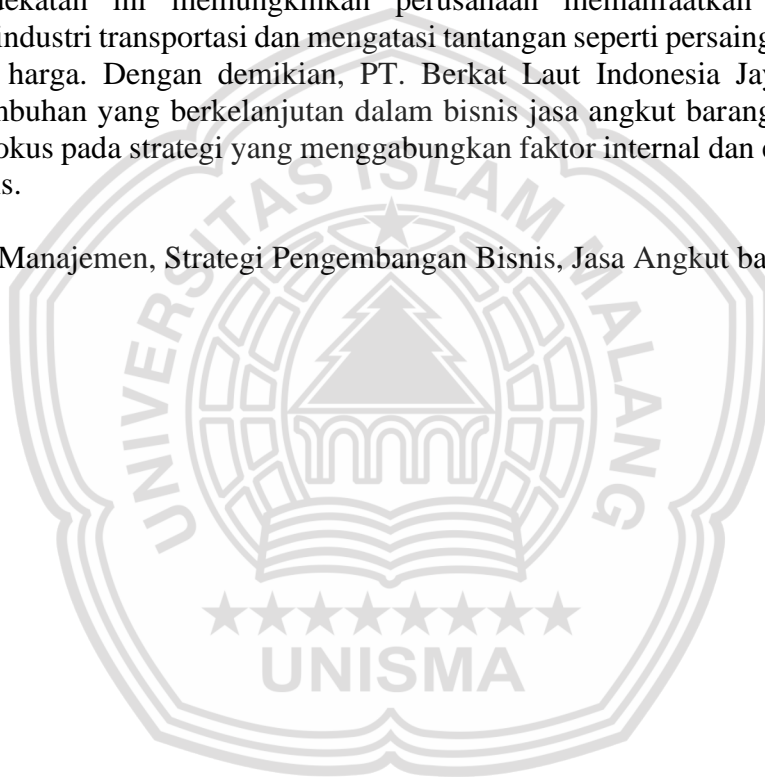
**JURUSAN MANAJEMEN**

**2023**

## ABSTRAKSI

Persaingan di industri ekspedisi semakin kompetitif, sehingga setiap perusahaan harus memiliki strategi pengembangan bisnis yang dapat menjaga eksistensinya. Tujuan penelitian menjelaskan strategi berpengaruh terhadap pengembangan bisnis jasa angkut barang dan analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat laut Indonesia Jaya. Hasil penelitian menunjukkan bawah manajemen strategi yang efektif di PT. Berkat Laut Indonesia Jaya membantu dalam mengembangkan bisnis jasa angkut barang. Perusahaan dapat mengoptimalkan pemasaran melalui analisis pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional untuk mengatasi permintaan yang berkembang, dan memperkuat keuangan serta operasional yang ada. Dalam konteks analisis strategi SWOT, pendekatan ini memungkinkan perusahaan memanfaatkan peluang pertumbuhan industri transportasi dan mengatasi tantangan seperti persaingan pasar dan fluktuasi harga. Dengan demikian, PT. Berkat Laut Indonesia Jaya dapat meraih pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis jasa angkut barang di jalur laut, dengan fokus pada strategi yang menggabungkan faktor internal dan eksternal secara strategis.

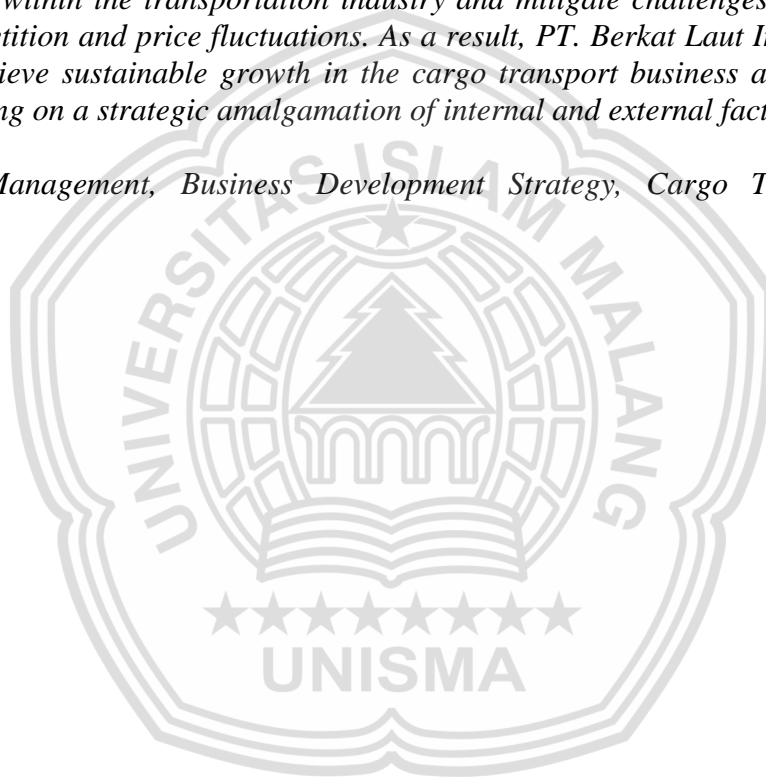
**Kata Kunci:** Manajemen, Strategi Pengembangan Bisnis, Jasa Angkut barang,



## ABSTRACT

*The competition in the expedition industry is becoming increasingly intense, necessitating businesses to formulate effective business development strategies to ensure their survival. The research aims to elucidate the impact of strategic management on the expansion of cargo transport services and conduct a SWOT analysis of the Business Development Strategy for Cargo Transport Services at PT. Berkat Laut Indonesia Jaya. The study's findings indicate that proficient strategic management at PT. Berkat Laut Indonesia Jaya aids in the progression of cargo transport services. The company can optimize marketing through customer analysis, enhance operational efficiency to meet growing demands, and reinforce existing financial and operational aspects. Within the framework of the SWOT strategy analysis, this approach empowers the company to capitalize on opportunities within the transportation industry and mitigate challenges such as market competition and price fluctuations. As a result, PT. Berkat Laut Indonesia Jaya can achieve sustainable growth in the cargo transport business along sea routes, focusing on a strategic amalgamation of internal and external factors.*

**Keywords:** *Management, Business Development Strategy, Cargo Transport Services*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, industri jasa angkutan laut telah meliputi pengangkutan barang dan penumpang dalam skala nasional dan internasional. Namun, kondisi saat ini sangat memprihatinkan karena nilai uang yang beredar di sektor ini hanya mencapai 54 triliun rupiah pada tahun 2014, dengan hanya 10% dari jumlah tersebut beredar di dalam negeri sementara 90% sisanya beredar di luar negeri. Situasi ini menuntut perusahaan jasa angkutan laut di Indonesia untuk merancang strategi yang efektif dan efisien, baik jangka pendek maupun jangka panjang, agar tetap dapat bertahan di pasar (Veronike, 2017).

Perusahaan membutuhkan layanan ekspedisi yang efisien untuk memperlancar rantai distribusi barang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Surabaya (BPS, 2023), sektor pengangkutan dan komunikasi mengalami peningkatan yang disebabkan oleh meningkatnya angkutan jalan raya, laut, udara, dan subsektor komunikasi. Persaingan di industri ekspedisi semakin kompetitif, sehingga setiap perusahaan harus memiliki strategi pengembangan bisnis yang dapat menjaga eksistensinya.

PT. Berkat Laut Indonesia Jaya memiliki 2 buah armada kapal dengan spesifikasi 2 kapal tugboat dan 2 kapal tongkang. Rute perjalanan dari armada kapal Surabaya-kalimantan dan sorong. Barang angkutan dan dimuat adalah kayu, besi dan tiang pancang atau beton. Sejak berdirinya PT. Berkat Laut Indonesia Jaya, beberapa tantangan ditemukan perusahaan. Tantangan-tantangan tersebut

berhubungan dengan aspek sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, dan operasional. Beberapa perusahaan yang menjadi pelanggan yaitu PT. Putra Jogja, PT. Bajag dan PT. GLI . perusahaan yang menjadi pelanggan adalah perusahaan swasta yang membutuhkan jasa pengiriman barang baik melalui laut.

Jumlah ABK yang ada di dalam kapal PT. Berkat Laut Indonesia Jaya 06.12 berjumlah 12 terdiri dari Nakoda, Mualim, KKM, Masinis, Juru Kemudi, Juru Minyak, Juru Masak dan Helper. Karyawan di dalam kantor terdiri dari 2 orang yaitu staf admin keuangan dan bagian operasional Permasalahan pada aspek sumber daya manusia misalnya, tingkat pendidikan karyawan dan awak kapal adalah lulusan SMA terkecuali seperti nakhoda kapal yang harus memiliki sertifikasi atau keahlian khusus. Hal tersebut membuat karyawan memiliki pengetahuan yang minimal mengenai operasional usaha ekspedisi yang dijalankan oleh PT. Berkat Laut Indonesia Jaya. Hal tersebut merupakan dampak dari tidak adanya seleksi karyawan yang dilakukan perusahaan, sehingga karyawan yang direkrut belum tentu memiliki kriteria yang kompeten sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Pada aspek keuangan, PT. Berkat Laut Indonesia Jaya tidak memiliki sistem keuangan yang terintegrasi, karena pencatatan keuangan perusahaan dilakukan secara sederhana. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan peningkatan sistem operasional dan manajemen keuangan agar lebih terintegrasi dan efisien dalam pengelolaan usahanya. Pada aspek pemasaran, kendala terbesar yang dimiliki perusahaan adalah pada kegiatan promosi. Minimnya promosi yang digunakan perusahaan berdampak pada jumlah konsumen yang dimiliki PT. Berkat Laut Indonesia Jaya. Selama beberapa tahun terakhir, perusahaan hanya mampu mengakomodasi kebutuhan ekspedisi dari konsumen yang sama.

Seiring berjalannya waktu dengan banyaknya jasa ekspedisi yang berkembang persaingan antar perusahaan juga menjadi tantangan tersendiri. Selain persaingan yang semakin ketat faktor strategi pemasaran yang kurang efektif juga menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya pendapatan jasa ekspedisi ini. Strategi pemasaran meliputi kebijakan produk/jasa, promosi, penetapan harga dan pelayanan.

Faktor penting lainnya yang juga perlu mendapat perhatian manajemen perusahaan dalam menawarkan produk jasa adalah pelayanan. Pelayanan sangat penting untuk menjaga kualitas jasa yang ditawarkan perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengamatan awal, selama ini konsumen memiliki pendapat yang positif terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, karena menurut pendapat konsumen jasa ekspedisi PT. Berkat Laut Indonesia Jaya terkenal tepat waktu dibandingkan dengan perusahaan jasa ekspedisi lainnya.

Manajemen strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan dapat dicapai melalui formulasi dan implementasi strategi yang sesuai pada tiga dimensi praktek manajemen strategik, yaitu keberhasilan dalam membangun basis bagi kompetisi, cara untuk kompetisi, dan pengelolaan arena kompetisi yang superior. Strategi pengembangan bisnis hanya dicapai dengan mengembangkan produk dengan sangat spesial dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para pesaing (Sunyoto, 2015:1). Strategi pengembangan bisnis merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten.

Strategi pengembangan bisnis yang telah dicapai oleh suatu perusahaan harus dipertahankan untuk menjadikan strategi pengembangan bisnis tersebut menjadi strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan (Sunyoto, 2015:2). Pemilihan asset yang tepat, pendayagunaan kompetensi dan kapabilitas yang sesuai menjadi basis bagi kompetisi. Semangat kompetitif yang tinggi dan *grand strategy* yang berisi prioritas pada pengembangan MSDM, pemasaran, keuangan, dan operasional juga dapat membantu perusahaan untuk tetap menjadi pemimpin di pasar.

Untuk berhasil dalam upaya merebut dan memenangkan persaingan yang memerlukan pemikiran, perencanaan strategis yang matang dan komprehensif, sehingga perusahaan yang dapat unggul dalam bersaing maka sangat diperlukan adanya manajemen strategi pengembangan usaha. Untuk dapat merumuskan strategi pengembangan usaha maka diperlukan analisis SWOT. Suryatama (2014:26) bahwa analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut

Suatu perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan-perubahan lingkungan bisnis yang berubah-ubah. Analisis SWOT sering digunakan untuk memformulasikan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) Dengan menggunakan analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang saling memiliki keterkaitan antar alternatif, namun alternatif yang diperoleh perlu ditingkatkan karena kepentingan dari tiap alternatif berbeda. Dari beberapa alternatif harus ditentukan prioritas strategi yang akan digunakan, dibutuhkan suatu metode untuk menyelesaikan masalah tersebut, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan bisa lebih fokus, sehingga dengan penerapan analisis tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan fikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa yang akan datang. Dalam pencapaian tujuan, perusahaan harus mengambil keputusan yang tepat dan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada pencapaian tujuan tersebut. Tolak ukur keberhasilan perusahaan adalah kemampuannya untuk dapat mengalokasikan dan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki untuk menangkap kesempatan (*opportunity*), menyikapi ancaman (*threat*) yang ada dalam usahanya, serta mengevaluasi lingkungan internal. Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengajukan penelitian yang berjudul “Manajemen Strategi Dalam Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat laut Indonesia Jaya“.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari paparan latar belakang, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut.



1. Bagaimanakah Manajemen Strategi Berpengaruh Terhadap Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat Laut Indonesia Jaya?
2. Bagaimanakah Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat laut Indonesia Jaya?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan Manajemen Strategi Berpengaruh Terhadap Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat Laut Indonesia Jaya
2. Mendeskripsikan Strategi Analisis SWOT Terhadap Pengembangan Bisnis Jasa Angkut Barang di PT. Berkat laut Indonesia Jaya

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

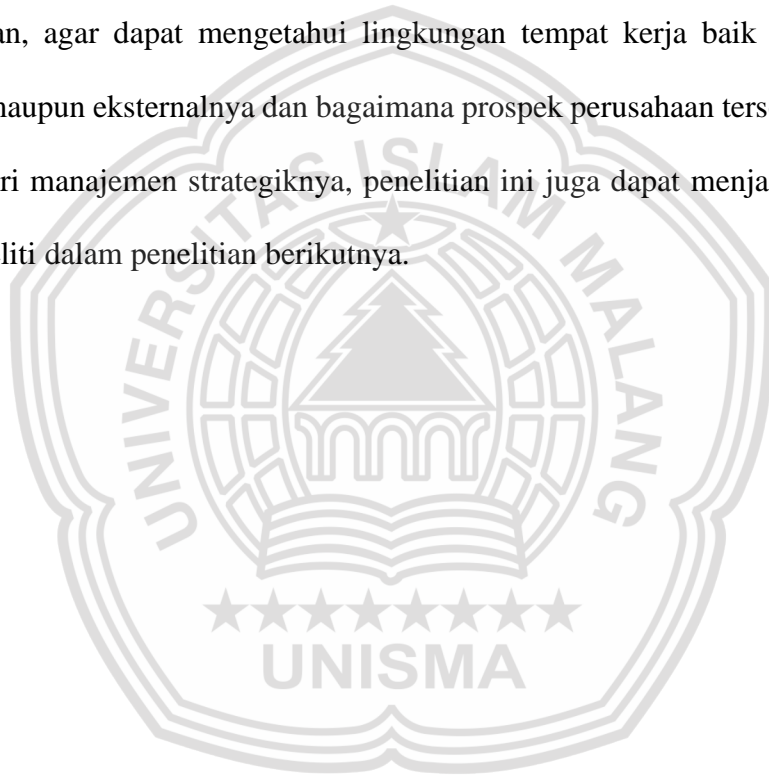
##### **1. Manfaat secara teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan tambahan wawasan terkait pengembangan teori manajemen strategi dan pemasaran, khususnya dalam konteks bisnis jasa angkut barang. sehingga dapat diketahui bagaimana cara mengatasi kelemahan, meningkatkan kemampuan, dan mempertahankan kekuatan suatu perusahaan dalam rangka untuk pengembangan bisnisnya . Manfaat secara praktis

- a. Bagi PT. Berkat Laut Indonesia Jaya dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan efisien, dan dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kelemahan, mempertahankan kekuatan, memanfaatkan peluang, dan

mengantisipasi ancaman yang ada baik dari internal maupun eksternal untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam persaingan bisnis jasa angkut barang.

- b. Bagi peneliti, manfaat dari penelitian ini dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dan membantu kemajuan ilmu pengetahuan.
- c. Bagi pihak lain, diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa menambah pengetahuan dan pemahaman bekerja manajemen strategi pada suatu perusahaan, agar dapat mengetahui lingkungan tempat kerja baik dari sisi internal maupun eksternalnya dan bagaimana prospek perusahaan tersebut jika dilihat dari manajemen strategiknya, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi peneliti dalam penelitian berikutnya.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT dan matriks SWOT serta matriks IE yang telah dilakukan terhadap PT. Berkat Laut Indonesia Jaya, sejumlah alternatif strategi yang dapat diimplementasikan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen strategi yang berpengaruh terhadap pengembangan bisnis jasa angkut barang di PT. Berkat Laut Indonesia Jaya adalah perusahaan dapat mengoptimalkan pemasaran berdasarkan analisis pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional untuk memenuhi permintaan yang berkembang, memperkuat kekuatan operasional dan keuangan yang sudah ada, serta mengatasi keterbatasan informasi biaya melalui pelatihan dan sistem pencatatan yang lebih baik. Strategi ini akan membantu perusahaan memanfaatkan peluang, mengatasi tantangan, dan memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnisnya dalam industri jasa angkut barang di jalur laut.
2. Analisis strategi SWOT terhadap pengembangan bisnis jasa angkut barang di PT. Berkat Laut Indonesia Jaya, berdasarkan tabel Matriks SWOT dan Matriks IE, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi untuk mengoptimalkan pemasaran berdasarkan analisis pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat kekuatan operasional serta keuangan yang ada. Dalam menghadapi tantangan seperti persaingan pasar dan fluktuasi harga, perusahaan juga dapat memanfaatkan strategi mitigasi yang relevan. Selain itu, peluang pertumbuhan industri transportasi dan ekspansi ke trayek baru juga

dapat dioptimalkan. Dengan memanfaatkan kombinasi faktor-faktor internal dan eksternal secara strategis, PT. Berkat Laut Indonesia Jaya dapat meraih pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis jasa angkut barang di jalur laut.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Keterbatasan

Hasil penelitian mungkin memiliki batasan karena hanya berfokus pada PT Berkat Laut Indonesia Jaya dan mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada situasi bisnis yang berbeda atau industri lainnya. Data yang tersedia atau kualitas data yang tidak optimal dapat mempengaruhi validitas hasil penelitian dan memberikan pandangan yang lebih luas tentang kondisi perusahaan.

Keterbatasan waktu, anggaran, atau sumber daya yang tersedia untuk penelitian dapat membatasi kedalaman analisis dan eksplorasi lebih lanjut tentang strategi yang diusulkan. Perubahan lingkungan eksternal yang tidak terduga, seperti perubahan regulasi atau kondisi ekonomi, dapat mempengaruhi kesuksesan implementasi strategi yang diusulkan. Kondisi bisnis dan industry juga dapat berubah dengan cepat, sehingga hasil penelitian mungkin perlu disesuaikan secara berkala untuk tetap relevan. Meskipun strategi yang diusulkan sudah dipaparkan berdasarkan analisis teori. Hasil penelitian mungkin memiliki batasan karena hanya berfokus pada PT Berkat Laut Indonesia Jaya dan mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada situasi bisnis yang berbeda atau industri lainnya.

### 5.2.2 Bagi PT Berkat Laut

PT. Berkat Laut Indonesia Jaya dapat lebih mengintensifkan kolaborasi internal untuk mengatasi keterbatasan wawasan pasar, serta memfokuskan upaya dalam meningkatkan kualitas layanan guna memanfaatkan peluang pertumbuhan pasar industri. Selain itu, perusahaan sebaiknya mempertahankan kekuatan operasional dan keuangan yang sudah ada, sambil berinvestasi dalam pelatihan dan sistem pencatatan yang lebih baik untuk mengatasi keterbatasan informasi biaya. Adapun dalam menghadapi kondisi bongkar muat yang berubah-ubah, perusahaan perlu meningkatkan pengelolaan jadwal yang efektif. Dengan langkah-langkah ini, PT. Berkat Laut Indonesia Jaya dapat mengoptimalkan potensi bisnis jasa angkut barang dan memperkuat posisinya di pasar.

### 5.2.3 Saran Penelitian Bagi Peneliti Lain

Peneliti dapat melakukan studi yang lebih mendalam tentang layanan angkutan laut yang diberikan oleh berbagai perusahaan, termasuk PT. Berkat Laut Indonesia Jaya. Ini dapat melibatkan survei mendalam, wawancara, dan analisis statistik untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang paling penting bagi pelanggan dan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., & Nugroho, A. A. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pengembangan Bisnis Jasa Angkutan Barang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-9.
- Alwi, Syafrudin. 2012. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM.
- Ashari, Andi Dinda. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Permintaan Penyewaan Alat Berat pada PT. Risrag Jaya Abadi di Kabupaten Maros*. Skripsi tidak diterbitkan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar
- Arifin, S., & Oktaviani, Y. 2019. Manajemen Strategi dan Social Media Marketing: Strategi untuk Peningkatan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(3), 213-229.
- Arifin, T., & Prasetyo, S. 2018. Manajemen Strategi untuk Pengembangan Bisnis dan Social Media Marketing: Analisis Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6 (3), 181-197.
- Arifin, Johan. 2019. *Etika Bisnis. Cetakan pertama*, Semarang: Walisongo Press. Assauri,
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategik Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Creswell. 2015. *Riset Perencanaan, Dan Evaluasi Riset Kualitatif Dan Kuantitatif Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. 2014. *The Essentials of Risk Management*. McGraw Hill Professional.
- David, Fred R. Dan David, Forest R.. 2016. *Manajemen Strategik Konsep, Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djodjobo dan Tawas. 2014. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado". *Jurnal EMBA* , Vol. 2 No. 3 Hal 1214 - 1329.
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Strategis, Teori dan Aplikasi*. Cetakan Kesatu. Bandung, Penerbit : Alfabeta
- Febrianti, Oei Venny. Susan, Marcellia. 2014. Usulan ALternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix(QSPM). *E-Journal Graduate Unpar*. Volume 1 (1):1-12.
- Guyana, Jeslyn. 2013. Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan yang Bergerak dalam Industri Pelayaran. *Jurnal Agora*, vol. 1, no. 3,
- Hajar, Siti dan Sukaatmadja, I Putu Gde. 2016. Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 5 : 6580-6605

- Hakim, A., & Ratnasari, D. 2018. Analisis Pengaruh Social Media Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 195-206.
- Hidayat, Rahmat dkk.2018.Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa di Kota Batam (Studi Kasus pada CV. Star Pratama) *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 94-108. e-ISSN:2548-9909.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. 2018. *Cost Management: Accounting and Control*. Cengage Learning.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., Schatzberg, J. A., Burgstahler, D., & Schatzberg, J. A. 2016. *Introduction to Management Accounting*. Pearson.
- Jumiati, Siti. 2021. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jasa Pengiriman Barang Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Sicepat Ekspres Di Bangkalan). *jurnal EcoSocio : Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial* Vol. 3, No. 25
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kumar, V., & Reinartz, W. 2016. Creating enduring customer value. *Journal of Marketing*, 80(6), 36-68.
- Kumar, V., & Pansari, A. 2016. Competitive advantage through engagement. *Journal of Marketing Research*, 53(4), 497-514.
- Kurniawan, M. 2017. Strategi Pengembangan Bisnis dan Social Media Marketing: Sebuah Kajian Kasus. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(2), 123-137.
- Kusumawardhani, A. A. G. 2020. Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Promosi Produk pada Bisnis Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 51-62.
- Larisang dan Kamil, Insannul, 2021. Analisa Stategi Pengembangan Usaha Perusahaan Exspedisi Pada PT. UWAIS Global Logistik Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Profisiensi*, Vol.9 No.1; 90-103
- Limantara, Kelvin. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jasa Penyewaan Tongkang Dan Tugboat di PT. Sinar Sarana Samudera Banjarmasin*. Skripsi tidak diterbitkan. Program Studi S1 Manajemen STIE Indonesia Banjarmasin
- Manurung, Mona Tiorina 2016. Membangun keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja bisnis pada industri kecil menengah tenun ikat di troso, jepara. *Jurnal Bisnis STRATEGI* Vol. 25 No. 2 Juli 2016
- Maryani, Linda dan Chaniago, Harmon. 2019 Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 5, No. 1, April 201948P-ISSN 2460-8211 E-ISSN 2684-706X
- Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*. Edisi Kelima. Yogyakarta, Penerbit : UPP STIM YKPN

- Nagle, T. T., Hogan, J. E., & Zale, J. 2016. *The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably*. Routledge.
- Novi, D. 2018. Manajemen Strategi dan Social Media Marketing: Dampaknya terhadap Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(2), 145-160.
- Rachmat, 2014. *Manajemen Strategik*, Bandung: Pustaka Setia
- Rahayu, D. D., & Sulistiyani, S. 2018. Analisis SWOT dalam Bisnis Jasa Angkutan Barang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 22-31.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rival, Abdul dan Darsono Prawironegoro. 2015. *Manajemen Strategies. Kajian Keputusan Manajerial berdasarkan Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Setyorini, H. & Santoso, I. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno-Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Simamora, B. 2015. *Panduan Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugeng, Citra Ayu Nisa 2021. Analisis Strategi Logistik (Studi Kasus: Pelayanan Petikemas di Makassar New Port). Departemen Teknik Kelautan. *Skripsi tidak diterbitkan*. Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin Gowa.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A., & Juwita, R. 2019. The Role of Social Media Marketing in Business. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 1-14.
- Sutisna, M. 2018. Peran Social Media Marketing dalam Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, 2(1), 26-35.
- Tjiptono, F. 2018. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utomo, R., & Putri, A. (2019). Implementasi Manajemen Strategi dan Social Media Marketing untuk Peningkatan Daya Saing Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 7(1), 77-93.
- Veronica, Pauw Yunike 2017 Analisa Strategi Pengembangan Usaha Jasa Angkutan Laut pada PT. Sari Ampenan di Surabaya. *Jurnal AGORA* Vol. 5, No.1,