

ORGANISASI PASAR PENGIRIMAN LAUT

Alman Kaslin¹

almankaslinzed25@gmail.com

Eliyanti Agus Mokodompit²

eamokodompit66@gmail.com

^{1,2}Universitas Halu Oleo

ABSTRACT

The ocean shipping market is a vital component of the global trade system, as the majority of goods transported between countries are carried by sea. The structure and mechanisms of the shipping market are highly complex, encompassing the cargo market, charter market, new ship market, used ship market, and shipbreaking market, all interconnected and influenced by global demand and fleet capacity. This paper examines the organization of the ocean shipping market: how the market structure is formed, who the main players are, how the demand and supply of shipping services interact, and the implications of competition and regulation for industry players. The study results indicate that the shipping market tends to be oligopolistic in some segments, that vertical integration and alliances between companies are important strategies, and that external factors such as globalization, environmental regulations, and digital technology are also changing market dynamics. This research contributes to the understanding of strategic management for shipping companies and public policy related to maritime transportation.

Keywords: Maritime Shipping Market, Industry Structure, Shipping Market, Market Organization, Competition, Maritime Regulation.

ABSTRAK

Pasar pengiriman laut merupakan komponen vital dalam sistem perdagangan global, karena mayoritas barang antarnegara diangkut melalui jalur laut. Struktur dan mekanisme pasar pengiriman (shipping market) sangat kompleks meliputi pasar kargo, pasar charter, pasar kapal baru, pasar kapal bekas, dan pasar pembongkaran kapal yang saling terkait dan dipengaruhi oleh permintaan global serta kapasitas armada kapal. Jurnal ini mengulas organisasi pasar pengiriman laut: bagaimana struktur pasar terbentuk, siapa pelaku utama, bagaimana interaksi antara permintaan dan penawaran jasa pengiriman, serta implikasi persaingan dan regulasi bagi pelaku industri. Hasil kajian menunjukkan bahwa pasar pengiriman cenderung oligopoli dalam beberapa segmennya, bahwa integrasi vertikal dan aliansi antar perusahaan menjadi strategi penting, dan bahwa faktor eksternal seperti globalisasi, regulasi lingkungan, dan teknologi digital turut mengubah dinamika pasar.

Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman manajemen strategis bagi perusahaan pelayaran dan kebijakan publik terkait transportasi laut.

Kata Kunci: Pasar Pengiriman Laut, Struktur Industri, Shipping Market, Organisasi Pasar, Persaingan, Regulasi Maritim.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, pada saat ini kegiatan bisnis khususnya dalam pemasaran mengalami peningkatan. Persaingan dalam dunia bisnis pun menjadi kuat, baik secara global ataupun nasional perusahaan berlomba dalam mendapatkan pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ada yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu, perusahaan juga melakukan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran kepada para pelanggan, perusahaan juga berusaha untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Industri pengiriman laut (maritime shipping) memiliki peranan sangat sentral dalam perekonomian dunia. Sekitar 80% dari volume perdagangan dunia diangkut lewat laut. Agar layanan pengiriman dapat berjalan, dibutuhkan armada kapal, pelabuhan, regulasi, dan sistem logistik yang kompleks. Dalam konteks ini, “organisasi pasar pengiriman” (organization of the shipping market) menjadi penting untuk dipahami bagaimana pasar ini terbentuk, struktur persaingannya, bagaimana harga terbentuk, dan bagaimana pelaku industri bertindak dalam kerangka

regulasi dan lingkungan bisnis global. Berdasarkan literatur seperti Martin Stopford (1997) dan lainnya, pasar pengiriman laut terdiri dari banyak segmen yang berbeda secara karakteristik dan perilaku pasar. Penelitian ini akan membahas aspek-struktur pasar, pelaku utama, mekanisme pasar, dan isu strategis yang menjadi tantangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Tujuan utamanya adalah untuk menggambarkan dan menganalisis struktur, mekanisme, serta dinamika organisasi pasar pengiriman laut berdasarkan literatur ilmiah, laporan industri, dan sumber akademik internasional yang relevan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif-analitis, yaitu memaparkan fenomena yang ada pada industri pelayaran dan kemudian menganalisis hubungan antar komponen pasar (seperti permintaan-penawaran, struktur industri, dan regulasi). Peneliti tidak melakukan eksperimen, tetapi mengkaji data sekunder untuk mendapatkan

pemahaman konseptual yang komprehensif.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Teori Siklus Pasar Pengiriman

Siklus pasar pengiriman merupakan salah satu fenomena fundamental dalam ekonomi maritim yang mencerminkan fluktuasi harga dan volume pengiriman yang berulang dalam jangka waktu tertentu. Teori siklus bisnis menjadi kerangka konseptual utama yang digunakan untuk memahami dinamika ini, karena aktivitas ekonomi secara umum mengalami fase ekspansi dan kontraksi yang memengaruhi permintaan dan penawaran jasa pengiriman. Siklus ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor makroekonomi, tetapi juga oleh aspek spesifik industri seperti kapasitas kapal, teknologi, dan regulasi pemerintah. Pada dasarnya, siklus pasar pengiriman mengacu pada periode waktu di mana tarif dan volume pengiriman bergerak naik turun secara sistematis, yang sering kali memicu reaksi strategis dari pelaku industri. menegaskan bahwa siklus ini mengalami ketidaksimetrian dalam durasi fase boom dan bust, di mana periode kontraksi biasanya lebih lama dan berdampak lebih berat. Selain itu, fluktuasi harga bahan bakar dan faktor eksternal seperti pandemi global telah menjadi pemicu utama perubahan siklus pasar pengiriman. Pemahaman terhadap siklus ini menjadi krusial bagi

pengelolaan risiko dan perencanaan strategi di industri pelayaran. Dengan kerangka teori ini, penelitian mengenai siklus pasar pengiriman mampu menjelaskan perilaku dinamis dan volatilitas pasar secara lebih sistematis dan mendalam.

2. Teknologi digital dan Inovasi Dalam Pasar Pelayaran

Digitalisasi menjadi faktor penting dalam transformasi organisasi pasar pelayaran. Kapabilitas inovasi dan teknologi digital merupakan faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan dan daya saing perusahaan pelayaran di era globalisasi. Penggunaan teknologi informasi seperti sistem monitoring armada dan platform digital untuk manajemen logistik mempercepat proses pengiriman dan meningkatkan transparansi. Jaringan pelayaran yang terintegrasi dengan teknologi digital dapat menciptakan pola hubungan yang lebih efisien dan mengurangi risiko keterlambatan. Ini sangat relevan bagi Kendari, di mana teknologi digital masih dalam tahap awal pengembangan, namun memiliki potensi besar untuk memperbaiki kinerja pasar pelayaran lokal.

3. Jasa Pengiriman Barang

Jasa ekspedisi barang adalah suatu jasa yang menyediakan proses pengangkutan dan pengantaran barang dari satu lokasi ke lokasi lain. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pengumpulan, pengepakan, pengiriman dan pelacakan barang

untuk memastikan barang tiba dengan aman dan tepat waktu. Menurut Arief (2020: 9), jasa adalah segala kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, biasanya dikonsumsi bersamaan dengan proses produksi dan penyediaannya yang memberikan nilai tambah seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau solusi masalah konsumen.

Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Volume Penggunaan Jasa Pengiriman Barang

4. Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Volume Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Strategi pemasaran yang efektif dapat mempengaruhi penggunaan layanan pengiriman barang dalam banyak cara:

- Segmentasi Pasar. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pasar, perusahaan pengiriman dapat menargetkan segmen paling potensial dengan strategi pemasaran yang tepat. Misalnya, pilih segmen bisnis yang memerlukan pengiriman sering dan segmen konsumen yang menginginkan pengiriman cepat.
- Pricing. Strategi penetapan harga yang baik dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam

menggunakan jasa angkutan barang. Diskon, promosi, atau penawaran khusus dapat mendorong pelanggan untuk menggunakan Layanan secara lebih konsisten.

- Promosi, kampanye pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik calon pelanggan. Promosi seperti periklanan, program loyalitas, dan konten yang menarik dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman tertentu.
 - Distribusi: Sebuah strategi distribusi yang efektif dapat memperluas cakupan layanan pengiriman, baik dari segi wilayah maupun jenis barang yang bisa dikirim. Contohnya, dengan menyediakan layanan pengiriman internasional atau ekspres untuk memenuhi beragam kebutuhan pelanggan.
5. Inovasi Produk dan Layanan. Menciptakan fitur baru atau layanan tambahan yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan di pasar. Misalnya, teknologi pelacakan barang secara real-time atau opsi pengiriman yang ramah

lingkungan dapat menarik minat konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan mengenai Teori Siklus Pasar Pengiriman, Teknologi Digital dan Inovasi dalam Pasar Pelayaran, serta Hubungan Strategi Pemasaran dengan Volume Penggunaan Jasa Pengiriman Barang, dapat disimpulkan bahwa dinamika pasar pelayaran merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor ekonomi makro, perkembangan teknologi, serta strategi bisnis yang dijalankan oleh perusahaan pelayaran. Pertama, siklus pasar pengiriman merupakan fenomena penting dalam ekonomi maritim yang mencerminkan fluktuasi tarif dan volume pengiriman dalam periode tertentu. Siklus ini mengalami fase ekspansi (*boom*) dan kontraksi (*bust*) yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global, kapasitas armada kapal, kebijakan pemerintah, serta faktor eksternal seperti harga bahan bakar dan pandemi. Pemahaman mendalam terhadap pola siklus ini menjadi kunci bagi pelaku industri untuk menyusun strategi mitigasi risiko dan mengoptimalkan keuntungan saat pasar berada pada fase yang berbeda. Dengan demikian, teori siklus pasar pengiriman membantu menjelaskan perilaku dinamis dan volatilitas industri pelayaran secara sistematis. Kedua, teknologi digital dan inovasi berperan besar dalam mentransformasi organisasi pasar pelayaran modern. Digitalisasi

memungkinkan efisiensi operasional melalui penggunaan sistem informasi manajemen armada, pelacakan pengiriman secara real-time, dan integrasi jaringan logistik berbasis data. Penerapan inovasi ini dapat meningkatkan transparansi, mempercepat proses pengiriman, serta memperbaiki koordinasi antar pelaku pasar. Di daerah seperti Kendari, penerapan teknologi digital masih dalam tahap awal, namun berpotensi besar meningkatkan daya saing industri pelayaran lokal apabila dikembangkan secara berkelanjutan.

Ketiga, strategi pemasaran terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan peningkatan volume penggunaan jasa pengiriman barang. Melalui pendekatan seperti segmentasi pasar, penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, strategi distribusi yang luas, serta inovasi produk dan layanan, perusahaan pengiriman dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan pelayaran tidak hanya bergantung pada kemampuan operasional, tetapi juga pada efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa industri pelayaran yang adaptif terhadap siklus pasar, inovatif dalam penerapan teknologi digital, dan responsif terhadap strategi pemasaran akan memiliki ketahanan dan daya saing yang lebih tinggi di pasar global. Integrasi ketiga aspek ini menjadi

landasan utama dalam membangun sistem pengiriman yang efisien, berkelanjutan, dan mampu menjawab tantangan ekonomi maritim modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Baka, L., O. (2025). *Analisis Dinamika Siklus Pasara pengiriman Berbasis Data Historis di Kota Kendari*. Journal of Economic and Business. 8(1). 31-40.
- Lun, Y. H. V., Lai, K. H., & Cheng, T. C. E. (2010). *Shipping and Logistics Management* (1st ed.). London: Springer.
- Meideline, A., & Sukadana, I. W. (2023). Structure and Conduct of the Ocean Freight Cargo Container Industry. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(7), 2926-2939.
- Ramiu, L., O. (2025). *Peran Organisasi Pasar Pelayanan Dalam Meningkatkan Daya Saing Transsportasi laut di kota aula*. Journal of Economic and Busines. 8(1), 45-53.
- Stopford, M. (1997). *Maritime Economics; Chapter: The Organization of the Shipping Market*. London: Routledge.
- Wijnolst, N., & Waals, F. (1999). *Shipping Industry Structure*. Delft: TU Delft Repository.