

Strategi pemasaran ekspor pada PT. Indo Veneer Utama di Karanganyar

Oleh :
Ayutyuning Ririn Hapsari
F 3106071

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelaksanaan perdagangan lintas negara atau sering disebut ekspor impor berbeda dengan perdagangan dalam negeri. Dalam menjual barangnya ke luar negeri, eksportir melakukan kegiatan promosi ekspor. Promosi ekspor adalah upaya penjual memperkenalkan produknya kepada calon pembeli di luar negeri, dengan tujuan menarik minat mereka untuk membeli produk yang diperkenalkan dengan pembayaran dengan valuta asing.

Manfaat yang bisa diperoleh dengan adanya perdagangan internasional bagi suatu negara akan mendorong negara tersebut untuk memacu transaksi ekspor keluar negeri sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional negara. Transaksi ekspor sangat penting untuk menambah cadangan devisa negara dan mengurangi tingkat pengangguran karena meningkatnya produktivitas dan lapangan kerja.

Pentingnya suatu strategi ekspor dan impor dari setiap usaha bisnis adalah mencari laba. Untuk mencapai tujuan tersebut, khususnya dalam bidang ekspor, diperlukan kebijakan-kebijakan tertentu yang bertujuan memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan. Kebijakan itu misalnya menyangkut penentuan pasar yang akan menjadi sasaran bagi komoditi ekspor kita, segmen pasar yang akan menjadi sasaran bagi komoditi ekspor kita, segmen pasar yang akan dimasuki, kebijakan harga, sistem promosi, dan langkah-langkah strategis lainnya.

Salah satu barang yang diekspor dari Indonesia adalah furniture. Diantara pengusaha furniture tersebut banyak yang telah mampu mengelola perusahaanya secara profesional sehingga dapat menjual produknya ke luar negeri. PT. INDO VENEER UTAMA adalah salah satu perusahaan eksportir furniture yang berada di Karanganyar. Perusahaan ini telah mengekspor berbagai produknya ke berbagai negara.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan mempelajari tentang strategi pemasaran ekspor yang di lakukan oleh PT. INDO VENEER di Karanganyar sehingga mengangkatnya menjadi pokok permasalahan dalam penelitiannya yang berjudul :

”STRATEGI PEMASARAN EKSPOR PADA PT. INDO VENEER UTAMA DI KARANGANYAR”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini digunakan sebagai pedoman bagi penulis untuk melakukan penelitian secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip penelitian ilmiah.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah maka pokok permasalahan yang dapat dijadikan bahan penelitian adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran ekspor yang diterapkan pada P.T INDO VENEER UTAMA di Karanganyar?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi PT. INDO VENEER UTAMA dalam menerapkan strategi pemasaran ekspornya?
3. Bagaimana volume penjualan pada PT. INDO VENEER UTAMA di Karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar penelitian tersebut dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dikehendaki. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran ekspor pada P.T INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi PT. INDO VENEER UTAMA dalam menerapkan strategi pemasaran ekspornya.
3. Untuk mengetahui bagaimana volume penjualan pada PT. INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi PT. INDO VENEER UTAMA

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan tentang pentingnya strategi pemasaran ekspor dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain untuk memperoleh pangsa pasar internasional.

2. Bagi Pemerintah

Merupakan penerapan ilmu ekonomi tentang transaksi ekspor impor yang diperoleh di bangku kuliah dalam dunia praktek.

3. Bagi Mahasiswa dan Pembaca lainnya

Merupakan tambahan referensi bacaan dan informasi khususnya bagi mahasiswa jurusan Bisnis Internasional yang sedang menyusun Tugas Akhir dengan pokok permasalahan yang sama.

4. Bagi Masyarakat Umum

Memberikan informasi kepada masyarakat umum mengenai strategi pemasaran ekspor yang baik agar hasil yang didapatkan maksimal.

E. Metode Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah bagian mencari, mendapatkan data untuk selanjutnya dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian. Supaya proses tersebut dapat berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggungjawabkan

secara ilmiah, maka diperlukan metode penelitian. Metode penelitian mengemukakan secara tertulis tata kerja dari suatu penelitian. Metode ini terdiri dari :

1. Ruang Lingkup Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah diskripsi analisis, yaitu mencari gambaran umum kegiatan kemudian dianalisa secara mendalam dan terperinci dengan memfokuskan pada satu masalah.

2. Jenis dan Alat Pengumpul Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dengan wawancara langsung pada bagian ekspor dan staff atau karyawan PT. INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.

2) Data Sekunder

Yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Data ini diperoleh dari buku maupun sumber bacaan lainnya.

b. Metode Pengumpulan Data

1) Wawancara

Merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung atau tidak langsung yang dilaksanakan dengan tatap muka dengan pihak perusahaan P.T INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.

Contoh : penulis bertanya secara langsung kepada karyawan tentang data perusahaan dan kegiatan ekspor yang dilakukan seperti negara tujuan ekspor, volume jumlah penjualan, dan lain-lain.

2) Studi Pustaka

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku atau referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Contoh : penulis mencari referensi untuk dipelajari dan dijadikan pedoman dalam menulis tugas akhir.

3) Observasi

Dalam penelitian ini, penulis melihat secara langsung mengenai kegiatan yang dilakukan oleh PT. INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.

Contoh : penulis secara langsung melihat ke lapangan kegiatan yang dilakukan oleh PT. INDO VENEER UTAMA di Karanganyar.

3. Sumber Data

a. Sumber data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dengan cara wawancara langsung pada PT. INDO VENEER UTAMA yaitu pada bagian ekspor, dan staff atau karyawan.

b. Sumber data sekunder

Yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Data ini penulis peroleh dari buku maupun sumber bacaan lainnya.