

RINGKASAN EKSEKUTIF



EKA NOPI AKTIVA. Analisis Strategi Pemasaran Kulit Jadi Pada P.T. PIE Rajawali Nusindo (Kasus Pabrik Kulit Tanjung Sari Surabaya). (Dibimbing oleh SYAMSUL BAKHRIE, KUNTJORO, dan HERMANTO SIREGAR sebagai pembimbing akademik, serta I MADE MARGHA dan LAMBANGKORO sebagai pembimbing lapangan).

Geladikarya ini dilaksanakan pada P.T Perusahaan Impor Ekspor Rajawali Nusindo dan Pabrik Penyamakan Kulit Tanjung Sari Surabaya. Adapun produk yang dihasilkan oleh Pabrik Kulit Tanjung Sari adalah kulit jadi (*Leather Finished*) yang berasal dari kulit sapi, kambing dan domba. Kulit Jadi merupakan bahan baku bagi industri sepatu, tas, dan barang kerajinan kulit lainnya. Dalam hal mengantisipasi peraturan pemerintah yang bertujuan untuk menggalakan industri barang jadi kulit Indonesia, maka setiap pabrik penyamakan kulit harus dapat memenuhi kebutuhan industri barang jadi kulit tersebut. Untuk itu maka setiap pabrik penyamakan kulit harus dapat menciptakan kulit jadi yang berkualitas baik, selain daripada itu setiap perusahaan yang bergerak dibidang perkulitan ini harus memiliki perencanaan strategis dalam usahanya, diantaranya strategi di bidang pemasaran.

Permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh P.T PIE Rajawali Nusindo dalam memasarkan kulit jadi produksi Pabrik Kulit Tanjung Sari Surabaya adalah "kurangnya kemampuan dalam memasarkan kulit jadi dengan kualitas yang *low grade*".

Tujuan geladikarya ini adalah menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan saat ini, mencari alternatif pemecahan masalah dan memberikan alternatif rumusan strategi pemasaran yang baru berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada.

Metode yang digunakan adalah studi kasus dalam hal ini pabrik kulit Tanjung Sari sebagai kasusnya. Data dan informasi yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif dimaksud, digunakan untuk melakukan peramalan tentang besarnya volume penjualan kulit jadi PT PIE Rajawali Nusindo pada dua tahun mendatang. Metode yang digunakan adalah metode Prakiraan Pemulusan (*Smoothing*) Eksponensial Ganda-Linear Satu Parameter dari Brown untuk volume penjualan ekspor kulit jadi sapi, kambing dan domba serta penjualan lokal kulit jadi sapi dan kambing. Sedangkan untuk volume penjualan lokal kulit jadi domba menggunakan metode regresi dengan model linear sederhana dan kuadratik. Selanjutnya dilakukan analisis secara kualitatif dengan menggunakan analisis situasi, yaitu analisis SWOT.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Dari hasil pengamatan strategi yang selama ini dilakukan oleh P.T. PIE Rajawali Nusindo dalam memasarkan kulit jadi Pabrik Kulit Tanjung Sari adalah strategi diferensiasi.

Dari analisis kualitatif dan kuantitatif diperoleh permasalahan-permasalahan yaitu :

- Kualitas kulit mentah tergantung dari faktor alam, cara pemeliharaan hewan dan cara pengulitan.
- Masih terdapat kualitas yang *Low grade* pada setiap proses produksi.
- Terjadi *idle stock* dari kulit yang *misproduction* dari tahun sebelumnya.
- Adanya pembeli yang membeli sekali tanpa ada pembelian ulang.
- Kebijakan pemerintah tentang tidak dikenakannya bea masuk impor semua jenis kulit mulai dari kulit mentah sampai dengan kulit jadi merupakan ancaman bagi industri penyamakan kulit untuk menjual kulit olahan mereka.
- Dari hasil prakiraan volume penjualan untuk tahun 1993 dan 1994 terjadi penurunan volume penjualan untuk penjualan lokal kulit jadi sapi dan kambing dan ekspor untuk kulit jadi sapi dan domba. Sedangkan untuk volume penjualan ekspor kulit jadi kambing dan penjualan lokal untuk kulit jadi domba meningkat.

Berdasarkan hasil analisis tersebut di atas maka diajukan beberapa alternatif strategi yaitu strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk.

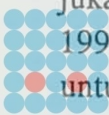
Dengan strategi pengembangan pasar, P.T. PIE Rajawali Nusindo dapat menawarkan produknya yang unggul pada konsumen potensial di lokasi geografis yang sudah ada atau mencoba memperluas cakupan geografis pemasarannya. Dalam strategi pengembangan pasar ini juga perlu menyeleksi pembeli yang menguntungkan atau mencari pembeli potensial, dan juga melakukan strategi meningkatkan pembelian kembali (*rebuy*). Strategi ini dimaksudkan untuk mengatasi kelemahan perusahaan yaitu adanya pembeli yang hanya membeli sekali tanpa ada pembelian ulang, dan adanya pembelian dalam jumlah yang kecil.

Strategi pengembangan produk. Strategi ini dimaksudkan untuk mengatasi kelemahan perusahaan yaitu adanya kualitas yang *low grade* pada setiap proses produksi. Strategi ini ditujukan untuk meningkatkan mutu kulit jadi sapi, kambing dan domba.

Strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk ini juga ditujukan untuk mengantisipasi hasil prakiraan volume penjualan pada tahun 1993 dan 1994 agar penurunan penjualan lokal untuk kulit jadi sapi dan penjualan ekspor untuk kulit jadi sapi dan domba tidak terjadi dan peningkatan volume penjualan ekspor kulit jadi kambing serta penjualan lokal kambing dan domba dapat dicapai.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.