Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Perencanaan strategis dalam pemasaran ekspor : studi kasus ekspor Indonesia ke Arab Saudi

Tenri Daeng Parani, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184451&lokasi=lokal

Abstrak

Dewasa ini kerajaan Arab Saudi memegang peranan penting dan strategis, bukan saja dikawasan Teluk tetapi juga kawasan Timur Tengah dan dalam struktur perdagangan internasional. Pada saat mi pasaran Timur Tengah menyerap 5% dari ekspor non migas

Indonesia, dan dari jumlah tersebut Arab Saudi menyerap 2,5%, sehingga hal ini menempatkan Arab Saudi menjadi pasaran utama ekspor non migas Indonesia untuk kawasan Teluk dan Timur Tengah. Dalarn rangka penerobosan pasar Tirnur Tengah

secara efektif maka pemerintab serta dunia usaha perlu melakukan perencanaan strategis dalam kegiatan pernasaran ekspornya. Pendekatan yang dipakai adalah dalam kerangka pemasaran internasional, akan ditekankan karakter kuat pasar Arab Saudi yang membedakannya dengan negara-negara lain. Pemaparannya bersifat deskriptif analitik,

disamping menggelar berbagat data dan intorniasi yang ada, skripsi ini menganalisa berbagai faktor yang dapat dan selama ini mempengaruhi ekspor tersebut disertai tawaran alternatif strategi untuk diaplikasikan menembus pasar Arab Saudi tersebut.

Hasil penelitian menunjukan adanya peluang-peluang maupun hambatan-hambatan yang harus diantisipasi dalam realisasi perdagangan Indonesia-Arab Saudi ini. Selain itu dengan menilik posisi Indonesia dalam pangsa pasar negara pesaing utama selama

ini dapat dilihat bahwa Indonesia masih dapat mencapai tingkat yang lebih baik dalam pengembangan ekspornya. Disamping itu suatu terobosan barn sangat menjanjikan harapan yaitu dengan didirikannya usaha Joint Operation dengan mitra setempat dalam bentuk House of Indonesian Product (HIP). Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari analisa potensi pasar yang diteliti, analisa strategi ekspor Indonesia

selama ini, serta analisa pasar impor Arab Saudi itu sendiri yang merupakan pertimbangan dalam perencanaan strategis, penlu dikembangkan suatu strategi pemasaran ekspor. Strategi mi mencakup pengembangan riset, segmentasi pasar, pemilihan pasar sasaran, serta marketing mix yang efektif. Akhirnya segala upaya strategi maupun perencanaan yang telah disusun menuntut kebersamaan dan peran aktifpemenintah serta dunia usaha secara terpadu dalam pencapaian sasaran meningkatkan ekspor ke Arab Saudi ini secara optimal.