

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 ini pasar 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. Dalam rangka penerobosan pasar Timur Tengah secara efektif maka pemerintah serta dunia usaha perlu melakukan perencanaan strategis dalam kegiatan pemasaran 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 berbagai data dan informasi 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 menunjukkan adanya peluang-peluang maupun hambatan-hambatan yang harus diantisipasi dalam realisasi perdagangan Indonesia-Arab Saudi ini. Selain itu dengan melihat 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 baru 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, perlu dikembangkan suatu strategi pemasaran ekspor. Strategi ini 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 aktifpemerintah serta dunia usaha secara terpadu dalam pencapaian sasaran meningkatkan ekspor ke Arab Saudi ini secara optimal.