Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strategi PT. Nagamas Sakti Perkasa dalam menghadapi persaingan global industri udang

Agus Judianto, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440758&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.000 pulau. Kekayaan alam Indonesia sangat melimpah terutama kekayaan laut. Namun kekayaan alam ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Dari 5,8 juta kilometer persegi wilayah laut Indonesia, diperkirakan hanya kurang dari 35 % yang tetah dimanfaatkan.

Udang yang merupakan salah satu kekayaan laut memiliki prospek yang cukup baik untuk diekspor dalam bentuk udang segar dan beku dengan laju pertumbuhan rata ratanya sebesar 2,04%. Salah satu perusahaan eksportir udang yang berlokasi di Jakarta adalah PT. Nagamas Sakti Perkasa. Ekspor perusahaan ini ternyata mengalami penurunan yang cukup besar dari tahun ke tahun.

Peluang Indonesia untuk pasaran udang dunia tampaknya masih terbuka lebar karena ekspor udang di Indonesia baru mencapai 10 % dari jumlah seluruh ekspor dunia. Sedangkan konsentrasi pasar masih berkutat pada Negara Jepang dan Amerika Serikat. Adanya sistem perdagangan bebas, terbentuknya blok-blok perdagangan , terjadinya krisis ekonomi yang melanda negara-negara Asia serta semakin ketatnya persaingan dan makin banyaknya kompetitor industri periklanan yang juga mengekspor produk udang ke Negara Jepang dan Amerika, mengharuskan PT. Nagamas Sakti Perkasa sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspor perikanan untuk bisa menyesuaikan diri, mengatasi segala permasalahan, kendala dan merebut peluang pasar yang ada.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menentukan negara tujuan ekspor baru bagi PT. Nagamas Sakti Perkasa dalam memperluas pemasaran produk udang beku ke mancanegara. Seperti di ketahui sat ini negara tujuan ekspor udang perusahaan sebagian besar ke negara Jepang (70 %) dan Amerika (20 %) dan sisanya negara-negara Asia dan Eropa. Pembahasan dilakukan dengan cara mengidentifikasikan lingkungan potensi pasar dan analisis kekuatan industri di Uni Eropa yang menjadi target pasar ekspor baru perusahaan, yang merupakan peluang dan ancaman serta faktor-fakior internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dan menentukan alternatif strategi yang tepat untuk mengembangkan pasar ekspor udang beku ke Uni Eropa.

Peluang yang dimiliki perusahaan adalah meningkatnya permintaan udang di Uni

Eropa ditunjang dengan pertumbuhan PDB negara-negara Uni Eropa yang makin meningkat, mengakibatkan pendapatan perkapita tinggi sehingga diharapkan daya belipun meningkat. Bertambahnya jumlah penduduk dan pola konsumsi udang yang mengakibatkan meningkatnya permintaan udang di Eropa juga merupakan salah satu peluang perusahaan untuk menembus pasar Eropa. Disamping adanya ancaman yang berupa makin meningkatnya persaingan dengan adanya pesaing dari negara lain seperti Thailand, Ekuador India, Vietnam, China, disamping persaingan dari perusahaan perikanan Indonesia sendiri yang juga mencoba menerobos pasar Eropa.

Peluang dan ancaman tersebut di atas harus dapat di atasi oleh PT. Nagamas Sakti Perkasa dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah perusahaan sudah cukup lama berdiri dan memiliki pengalaman dalam industri udang Disamping itu perusahaan memiliki fasilitas produksi untuk pemrosesan udang secara lengkap dengan proses produksi yang cepat sehingga menjamin kesinambungan ekspor.

Hal yang paling penting adalah produk memiliki standar kualitas yang cukup tinggi dan diakui oleh importir, karena telah dilakukan pengujian mulai dari bahan baku masuk sampai produk akhir di tunjang juga dengan sertifikat verifikasi HACCP Plan yang dimiliki perusahaan dimana perusahaan lain yang sejenis jarang memiliki.

Dengan sederet kekuatan perusahaan bukan berarti PT. Nagamas Sakti Perkasa tidak memiliki kelemahan yang harus segera diperbaiki yaitu tidak memiliki tambak sendiri sehingga ketersediaan bahan balai yang sangat tergantung kepada suplier yakni nelayan dan petani tambak (karena bukan merupakan perusahaan yang integrated) sehingga mempengaruhi aktivitas produksi dan ekspor di samping sumber daya manusia yang tingkat pendidikannya rendah juga merupakan hambatan perusahaan dalam memasarkan udang ke Eropa.

Sebagai hasil dari analisis peluang dan ancaman di negara Eropa serta kekuatan dan kelemahan PT. Nagsari Balai Perkasa, maka berdasarkan analisis SWOT strategi yang ditempuh perusahaan adalah strategi agresif dimana perusahaan memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga perusahaan sebaiknya mengembangkan usahanya semaksimal mungkin dan tentunya mampu untuk bersaing dalam memasarkan udang di negara-negara Eropa.

Kondisi pasar udang di Eropa memperlihatkan prospek yang cukup baik, hal ini dilihat dari konsumsi udang masyarakat Eropa cenderung trendnya terus meningkat, terutama apabila nilai tukar mata uang memiliki kestabilan terhadap pasar. Sangat terbatasnya supply udang di negara Uni Eropa sendiri, juga merupakan faktor pendorong berkembangnya impor sebagai akibat meningkatnya permintaan. Pasaran udang Eropa dalam bentuk segar dan telah diproses adalah yang terbesar dan umumnya

dalam keadaan frozen.

Berdasarkan analisis pasar udang di Eropa maka dapat diambil kesimpulan bahwa volume impor udang dan negara Eropa pada tahun 1997 adalah tertinggi yaitu sebesar 35,42 % dengan nilai import 2532% dari total impor dunia. Hal ini tentunya menjadi suatu peluang PT Nagamas Sakti Perkasa untuk memperluas pasar ekspor udang ke negara Eropa. Disamping itu juga kompetitor dan Indonesia masih sangat kecil hanya 7,62 % dan total ekspor udang Indonesia. Berdasarkan analisa potensi pasar dan karateristik konsumen di Uni Eropa, maka negara yang menjadi sasaran utama perusahaan untuk mengekspor udangnya adalah negara Perancis , Spanyol, yang merupakan negara-negara pengimpor udang terbesar dan Uni Eropa

PT. Nagamas Sakti Perkasa hendaknya segera meningkatkan kualitas produk perusahaan dengan lebih memfokuskan proses produksi sesuai sistem HACCP Plan serta memperhatikan faktor sanitasi dan higienis sehingga produknya bisa lebih diterima di pasaran Eropa disamping itu juga membentuk suatu sistem Plasma Inti Rakyat dengan tujuan untuk menjaga persediaan bahan baku udang sehingga supply udang ke Eropa dapat secara terus menerus tanpa adanya keluhan dari importir.