Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Strateji marketing internasional hasil industri kayu sekundr : pasar sasaran Amerika Serikat

Ricky Martawijaya; Rudi Maksetio, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20442388&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Amerika Serikat merupakan pasar potensial untuk produk produk hasil industri kayu sekunder dunia. Beberapa negara produsen industri kayu sekunder di dunia berusaha bersaing memperoleh pangsa pasar untuk setiap produk yang dihasilkan. Pada saat sekarang, Indonesia merupakan penghasil kedua terbesar kayu hutan tropis di dunia. Beberapa negara produsen industri kayu sekunder sangat membutuhkan bahan baku, kayu gelondongan, yang berasal dari hutan tropis Indonesia. Namun sejak adanya larangan ekspor kayu gelondongan yang diberlaku kan oleh pemenintah Indonesia, banyak negara produsen industri kayu sekunder yang bahan bakunya berasal dan hutan tropis Indonesia mengalami kesulitan dalam pemenuhan bahan baku industrinya.

Untuk Indonesia dengan adanya kebijaksanaan pemerintah yang diberlakukan tersebut dan ketersedian sumber bahan baku yang dimiliki, maka seharusnya para produsen industri kayu sekunder Indonesia mampu memanfaatkan peluang ini, sehingga dapat memberikan keunggulan bersaing terhadap produsen kayu sekunder dari negera-negara lain. Namun kenyatannya, produsen industri kayu sekunder Indonesia belum mampu berbuat banyak di pasar kayu Internasional, khususnya di pasar industri kayu sekunder Amerika Serikat.

Oleh karena itu, untuk memperoleh pangsa pasar dan mampu meningkatkan niai ekspor industri kayu sekunder Indonesia di pasar Amerika Serikat, para produsen industri kayu sekunder Indonesia hendaknya dapat mengkombinasikan strateji masuk ke pasar industri kayu sekunder Amerika dengan cara melakukan ekspor langsung dan atau membuka perwakilan perusahaan. Pertimbangan ini dapat dipergunakan oleh para produsen kayu sekunder Indonesia mengingat faktor eksternal dan internal dalam memproduksl kayu sekunder di Indonesia masih tetap

memiliki kesempatan, peluang dan keunggulan bersaing dibandingkan dengan memproduksi kayu sekunder di Amerika Serikat serta didukung dengan infrastruktur marketing dalam memasarkan hasil industri kayu sekunder di Amerika Serikat.