

Skenario pemasaran international pipa baja dalam menentukan strategi persaingan global pada PT. Bakrie Pipe Industries

Muhammad Ulung Windupati Bisrie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96989&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini organisasi-organisasi beroperasi dalam suatu lingkungan yang sarat dengan perubahan, turbulensi, dan ketidakpastian. Cara perubahan yang terjadi juga berbeda dibandingkan dengan era sebelumnya. baik dalam arah dan pola, maupun magnitude-nya. Akibatnya organisasi tidak dapat mengandalkan pada jenis tindakan terencana yang disusun berdasarkan asumsi yang lama. Terkait dengan konstelasi ini, pengembangan organisasi yang selama ini ditempuh tidak lagi dapat menjamin keberhasilan dan kelangsungan hidup organisasi (Huseini; 1999;19).

Akibat tingginya permintaan baja di pasar global, kenaikan harga pun tidak bisa dibendung lagi. Hal ini mengakibatkan banyaknya proyek-proyek lokal yang mengalami penundaan bahkan pembatalan pengerjaan yang memerlukan produk pipa baja.

Sebagai salah satu produsen pipa baja nasional, PT Bakrie Pipe Industries (BPI) adalah perusahaan yang mempunyai kapasitas produksi terbesar di Indonesia dengan kapasitas terpasang 303.000 ton. BPI telah melakukan pemasaran internasional dengan cara ekspor secara reguler ke negara Amerika Serikat dengan melakukan penunjukan keagenan kepada salah satu perusahaan lokal yaitu kepada DSL Corporation, perusahaan perdagangan berlokasi di Houston, Texas. Perusahaan ini melakukan pemesanan setiap kuartal dengan kontrak pemesanan dari tahun 2000 sampai tahun 2005.

Penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif ini dibuat suatu analisis terhadap aktifitas ekspor perusahaan, sehingga didapat juga faktor yang berpengaruh terhadap pemasaran internasional perusahaan.

Metode penelitian skenario digunakan untuk mengembangkan alternatif dan pilihan kebijakan dalam rangka menghadapi perubahan-perubahan yang akan terjadi. Metode pembuatan skenario penelitian bersifat kualitatif berupa pendekatan intuitive logic (Wilson; 1998: 81-108), yaitu menentukan fokus keputusan, mengidentifikasi faktor keputusan kunci, mengidentifikasi dan mengkaji faktor kunci eksternal, membangun logika skenario, menseleksi dan mengelaborasi skenario serta menginterpretasikan skenario.

Dari Skenario yang dikembangkan didapatkan tiga kemungkinan skenario pemasaran internasional dalam persaingan global. Skenario A "Bakrie Pipe Go Global" terjadi apabila kondisi sosial, ekonomi dan politik Indonesia semakin stabil, pemerintah mendorong ekspor barang jadi berupa pipa baja yang bermutu dan dapat bersaing secara internasional serta dari sisi internal perusahaan, posisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik, bahan baku tersedia dengan baik dengan harga yang stabil dan cenderung turun. Skenario B "Bakrie Pipe Sustainable" terjadi jika kondisi- sosial ekonomi dan politik Indonesia masih belum menunjukkan perubahan yang berarti meskipun telah terjadi pergantian kepemimpinan, pemerintahan tidak

dapat menghapuskan sistem birokrasi, tidak dapat menunjukkan kinerja yang baik, KKN belum dapat dikikis yang menyebabkan investasi tetap tidak masuk ke Indonesia serta secara internal perusahaan kesulitan dengan pencarian sumber alternatif bahan baku, tingginya harga bahan baku berpengaruh terhadap skenario ini. Masih ada peluang dari agen luar negeri untuk dapat mencari sumber bahan baku alternatif. Skenario C "Bakrie Pipe Survival" terjadi jika secara eksternal perusahaan kesulitan dengan pencarian sumber alternatif bahan baku, kelangkaan dan tingginya harga bahan baku dengan ketidakpastian yang tinggi dapat membuat perusahaan tidak dapat memproduksi, serta secara internal perusahaan kesulitan keuangan dalam hal account receivable yang berakibat terganggunya posisi cashflow, diakibatkan antara lain proyek yang tertunda dan ketiadaan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar dikaji lebih lanjut faktor kelangkaan bahan baku dan produk pengganti. Alternatif produk pengganti pipa fiber sebaiknya menjadi fokus persaingan BPI apakah harus beralih memproduksi pipa fiber atau tetap memproduksi pipa baja. Skenario-skenario alternatif yang dibentuk berdasarkan pengamatan dan analisa lingkungan sebaiknya bersifat dinamis.

<hr>

Most of the corporations, nowadays, run their business in the atmosphere that is full of changes, turbulence, and uncertainties. The ways of change are also different compare to those of previous era, either in the direction and the pattern as well as the magnitude. Hence, the corporation could not rely on the kind of action plan that were organized based on conventional assumption. In relation to this constellation, the organization development that has been conducted could not guarantee the success and the continuity of the corporation (Huseini; 1999; 19).

Due to the high demand of steel in global market, price rising could not be held out any longer. This caused many local projects to delay, even to cancel any projects requiring steel pipes.

As one of national steel pipe producers, PT. Bakrie Pipe Industries (BPI) is actually a corporation that has the highest production capacity in Indonesia with the total capacity of 303.000 tons. BPI has penetrated international market by exporting its products regularly to the USA and appointing DSL Corporation as a local agency, a trading company located in Houston, Texas. This agency settles purchase orders as well as repeat orders quarterly based on contract orders from 2000 up to 2005.

The thesis has been composed based on research using qualitative-descriptive method, i.e. the analysis on export activities done by the corporation in order to obtain factors affecting international marketing of the corporation.

The method of scenario-research was utilized in the effort of developing the alternatives and choices of policy in order to face future changes. The formulation of scenarios was carried out qualitatively, that is using logic intuitive approach (Wilson; 1998: 81-108), those are determining the focus of decision, identifying the factors of key decision, identifying and analyzing the factors of external key, developing the logic of scenario, selecting and elaborating as well as interpreting the scenario.

Having developed those scenarios, three possible scenarios of international marketing in global competition

are concluded. Scenario A, namely "Bakrie Pipe Go Global", is happening when social, economic, and political conditions of Indonesia are getting more stable; the government encourages the export of ready-products such as good quality and internationally competitive steel pipes; and from the corporation point of view: financial position of the corporation is well-established and raw materials are available with stable price, tending to decline. Scenario B, namely "Bakrie Pipe Sustainable", is happening when social, economic, and political conditions of Indonesia are still showing insignificant changes, even though the national succession has been through, the government has not been able to burnish the bureaucracy, to perform a good outcomes, to fight against corruption, causing the foreign investments has not been put in Indonesia; and from the corporation point of view: it is quite difficult to find any alternatives of raw material, and high price of raw materials. However, there are opportunities for foreign agencies to find the alternative sources of raw material. Scenario C, namely "Bakrie Pipe Survival", is happening when the corporation is externally difficult to find the alternatives of raw material; the scarce and high price of raw material with high uncertainty could make the corporation to stop the production; and from the corporation point of view: financial difficulties in account receivable causing any disturbance on cash-flow position due to delayed projects and lack of sales.

According to this study, it is then recommended that the scarce factors of raw material have to be examined to find its substitutions. The alternative of this substitution product, such as fiber pipe, should be considered whether to shift the production to this new kind of product or to keep producing steel pipe. The alternative scenarios formed based on observation and business-atmosphere analysis are dynamical.