

STRATEGI PEMASARAN PT. NYU ANTIK SEMARANG DALAM USAHA MEMASUKI PASAR LUAR NEGERI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Oleh :

Nama : Bonaventura Andri Wibisono
NIM : 93.30.1463
NIRM : 93.6.111.02016.50019
Jurusan : Manajemen

	PERPUSTAKAAN	
	No. INV.	774 / E.M / 00
Th. Angg.	Cat :	
PARAP.	<i>CB</i>	TGL. 18 / 05 / 00 .

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2000

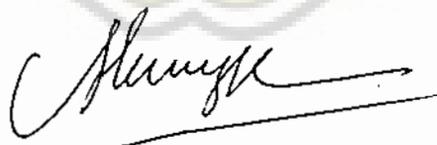
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bonaventura Andri Wibisono
NIM : 93.30.1463
NIRM : 93.6.111.02016.50019
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PT. NYU ANTIK SEMARANG
DALAM MEMASUKI PASAR LUAR NEGERI.

Disetujui di : Semarang

Pada Tanggal :

Mengetahui,
Pembimbing Utama



(Drs. Alex Emyll, MSP)

HALAMAN PEGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Bonaventura Andri Wibisono

NIM : 93.30.1463

NIRM : 93.6.111.02016.50019

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PT. NYU ANTIK SEMARANG
DALAM MEMASUKI PASAR LUAR NEGERI.

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 25 Pebruari 2000

Semarang, 14 Maret 2000

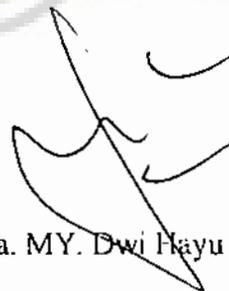
Dekan Fakultas Ekonomi

Koordinator Penguji

Universitas Katolik Soegijapranata

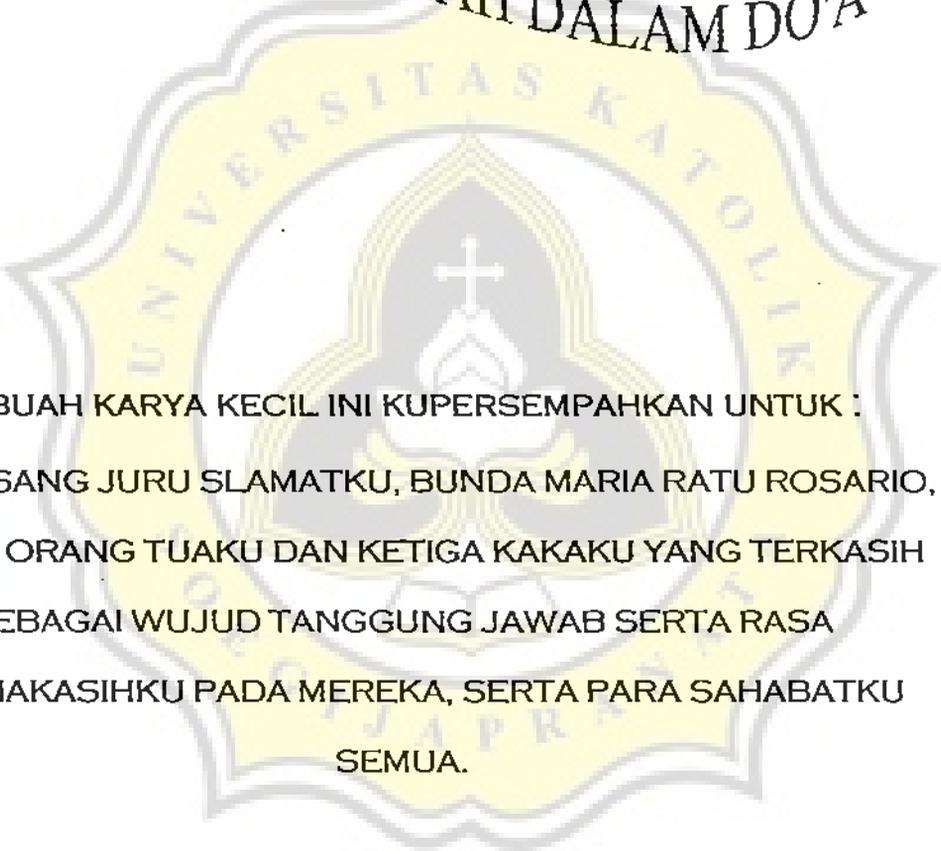


(Komala Inggawati, SE, MM.)



(Dra. MY. Dwi Hayu A, MBA)

“BERSUKACITALAH
DALAM PENGHARAPAN,
SABARLAH DALAM KESESAKAN,
DAN BERTEKUNLAH DALAM DO'A”



SEBUAH KARYA KECIL INI KUPERSEMPAHKAN UNTUK :
YESUS SANG JURU SLAMATKU, BUNDA MARIA RATU ROSARIO,
KEDUA ORANG TUAKU DAN KETIGA KAKAKU YANG TERKASIH
SEBAGAI WUJUD TANGGUNG JAWAB SERTA RASA
TERIMAKASIHKU PADA MEREKA, SERTA PARA SAHABATKU
SEMUA.

Abstrak

Krisis ekonomi saat ini memang belum juga berakhir, imbas dari itu semua adalah banyaknya sektor usaha diberbagai bidang yang mengalami kebangkrutan. Meskipun begitu, masih ada beberapa sektor usaha yang masih dapat bertahan salah satunya, yaitu industri mebel yang mempunyai orientasi ekspor. Industri tersebut posisinya semakin menguat ditambah lagi dengan faktor melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS, sehingga penetapan harga produk yang diekspor menjadi lebih mampu untuk bersaing terhadap harga-harga produk sejenis dari negara-negara lain. Oleh karena itu sektor usaha ini adalah salah satu sektor usaha yang hingga saat ini masih mampu untuk bertahan dari hantaman badai krisis ekonomi yang berkepanjangan.

PT. Nyu Antik adalah salah satu perusahaan mebel yang berusaha untuk memanfaatkan kondisi tersebut, di samping adanya alasan yang lain, yaitu desain produk yang dihasilkan tidak ada dalam pasaran di dalam negeri, dan bahwa di dalam negeri sering terjadi pembajakan desain oleh para pesaing. Selain itu daya beli konsumen diluar negeri lebih tinggi dibanding dengan konsumen yang ada didalam negeri. Oleh karena itu orientasi pemasaran perusahaan yang tadinya hanya untuk konsumen didalam negeri mulai diperluas dengan mencari konsumen yang ada di luar negeri (masuk dalam pasar luar negeri).

Bertitik tolak dari hal tersebut diatas, maka dalam skripsi ini dibahas mengenai strategi yang dipakai oleh perusahaan PT. Nyu Antik dalam memasuki pasar luar negeri, yaitu menggunakan metode ekspor langsung dengan cara menggunakan distributor atau agen yang berlokasi diluar negeri. Hal tersebut dapat tercermin dengan adanya Departemen Ekspor (bagian Pemasaran) pada struktur organisasi dalam perusahaan PT. Nyu Antik serta dari kegiatan ekspor perusahaan tersebut yang memanfaatkan distributor atau agen yang berlokasi diluar negeri. Sedangkan strategi pemasaran yang dipakai oleh perusahaan tersebut, yaitu dengan metode *Standardized Marketing Mix* (bauran pemasaran standar). Hal ini dapat dilihat dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan menggunakan biaya produksi, biaya distribusi, pemasaran dan manajemen yang lebih rendah, namun memungkinkan perusahaan menawarkan barang dengan mutu lebih tinggi dan lebih dapat diandalkan dengan harga yang lebih terjangkau.

Untuk menerapkan strategi pemasaran dengan metode *standardized marketing mix*, perusahaan harus benar-benar tahu akan kondisi internal maupun eksternalnya, supaya dalam menjalankan strategi pemasaran perusahaan dapat menangkap peluang dan tantangan yang nantinya akan dihadapi dalam persaingan pasar diluar negeri. Untuk itu alat yang digunakan dalam melakukan identifikasi adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Setelah data diolah, maka diperoleh hasil dari analisis SWOT terhadap lingkungan internal perusahaan yang menunjukkan bahwa PT. Nyu Antik mempunyai beberapa kekuatan (kelebihan) yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam industri permebelan, yaitu : bahan baku pada PT.

Nyu Antik memiliki kualitas yang tidak kalah dengan perusahaan mebel yang lain, kemudian kuantitas jenis produk yang sudah dapat menampung keinginan konsumen terhadap bentuk mebel yang lebih variatif, dan harga yang terjangkau oleh konsumen yang ada. Sedangkan beberapa kelemahan yang harus dicermati dan diperbaiki supaya nantinya kinerja perusahaan ke depan semakin baik, yaitu :

1. Tidak terdapatnya saluran distribusi yang berbeda untuk setiap daerah pemasaran serta tidak adanya tingkatan saluran distribusi yang berbeda untuk setiap daerah pemasaran yang berbeda.
2. Lemahnya pengawasan yang diberikan oleh perusahaan kepada para distributor.
3. Intensitas promosi yang kurang dan tidak efektif, serta
4. Tidak adanya pos dana khusus di perusahaan untuk kegiatan promosi.

Untuk analisis SWOT terhadap lingkungan eksternal perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan PT. Nyu Antik mempunyai peluang dalam hal respon konsumen yang sangat baik terhadap model mebel dari PT. Nyu Antik. Selain itu pertumbuhan ekonomi yang tinggi memberi gambaran akan daya beli masyarakat yang cukup kuat yang kemudian memberi dampak positif bagi keinginan dan kemampuan konsumen dalam membeli produk-produk mebel dari PT. Nyu Antik. Dan peluang lain yang dimiliki oleh PT. Nyu Antik, yaitu cita rasa ataupun apresiasi masyarakat yang cukup tinggi terhadap nilai seni yang terkandung pada produk mebel. Sedangkan tantangan yang dihadapi dan harus segera diatasi oleh PT. Nyu Antik adalah : minimnya teknologi yang dipakai oleh PT. Nyu Antik dalam kegiatan promosi. Tantangan yang lain, yaitu kurangnya memanfaatkan teknologi telekomunikasi modern, serta masih dipakainya cara konvensional dalam mendesain produk mebel.

Dalam perkembangannya posisi produk perusahaan PT. Nyu Antik di awal-awal operasionalnya menunjukkan hasil yang cukup memuaskan, akan tetapi masuk pada tahun ke-5 penjualan produk perusahaan mengalami penurunan. Untuk itu diperlukan alat analisa yang dapat mengetahui posisi produk dalam persaingan industri permebelan, sehingga bila posisi produk sudah diketahui, maka strategi yang diterapkan untuk menaikkan posisi produk pada tingkat yang lebih baik bisa dirumuskan. Dalam hal ini alat analisis yang dipakai adalah Matrik BCG.

Hasil dari analisis Matrik BCG memperlihatkan produk dari perusahaan PT. Nyu Antik berada pada posisi "DOG", dimana posisi ini merupakan posisi lemah dalam matrik BCG, karena dalam posisi ini potensi bisnis untuk berkembang kecil. Sehingga, dari hasil analisis tersebut alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan PT. Nyu Antik dalam memperbaiki posisi produk terhadap persaingan industri mebel, yaitu :

"Bertahan dalam pasar, yaitu strategi yang dapat dipilih bila perusahaan memutuskan untuk bertahan dalam pasar".

PRAKATA

Banyak tantangan dan rintangan yang harus peneliti hadapi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Beban yang berat seakan tidak terasakan manakala Allah melimpahkan anugerah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati perkenankan peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, Dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata yang banyak telah memberi arahan selama peneliti menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Drs. Alex Emyll, MSP, selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan dorongan semangat dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Edi Winarta , SE., MM, selaku dosen Pembimbing Kedua , yang telah memberikan bimbingan dan dorongan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Piet Budiono, SE, Dosen Wali peneliti yang telah memberikan dorongan kepada peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Djojo Gunadi, Direktur Utama Perusahaan PT. Nyu Antik Semarang , yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
6. Bapak Drs. Anton Rahmadi, Direktur Perusahaan PT. Nyu Antik Semarang, yang telah banyak membantu peneliti untuk memperoleh data-data yang diperlukan selama pelaksanaan penelitian
7. Bapak Agung BW, Manajer Pemasaran / Departemen Ekspor Perusahaan PT. Nyu Antik Semarang, yang telah banyak membantu peneliti dalam hal menyediakan data-data yang dibutuhkan, serta atas tersedianya waktu yang diberikan kepada peneliti, untuk melakukan wawancara.
8. Seluruh dosen pengajar fakultas ekonomi Unika Soegijapranata yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Desiderius Hendratno dan Ibu Agnes Sri Daryanti, kedua orang tuaku atas segala perjuangan, pengorbanan, doa serta kesabarannya yang telah diberikan hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas ini.
10. Mas Win, Mbak Retno serta Mas Wit, kakak-kakakku yang tak henti-hentinya mengingatkan dan mendorongku hingga tugas ini dapat kuselesaikan dengan baik.
11. Ade' ku di Yogya yang tersayang dan tercinta atas semangat yang kau berikan meskipun hubungan kita tinggal kenangan, tapi dari situlah aku semakin terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Chimunk, Adis serta keluarga khususnya ibunda Chimunk yang telah memberikan tumpangan untuk sekedar istirahat ataupun buat curhat, dan bagiku

kalian sekeluarga adalah *my second family* yang membuat aku selalu mempunyai semangat untuk maju.

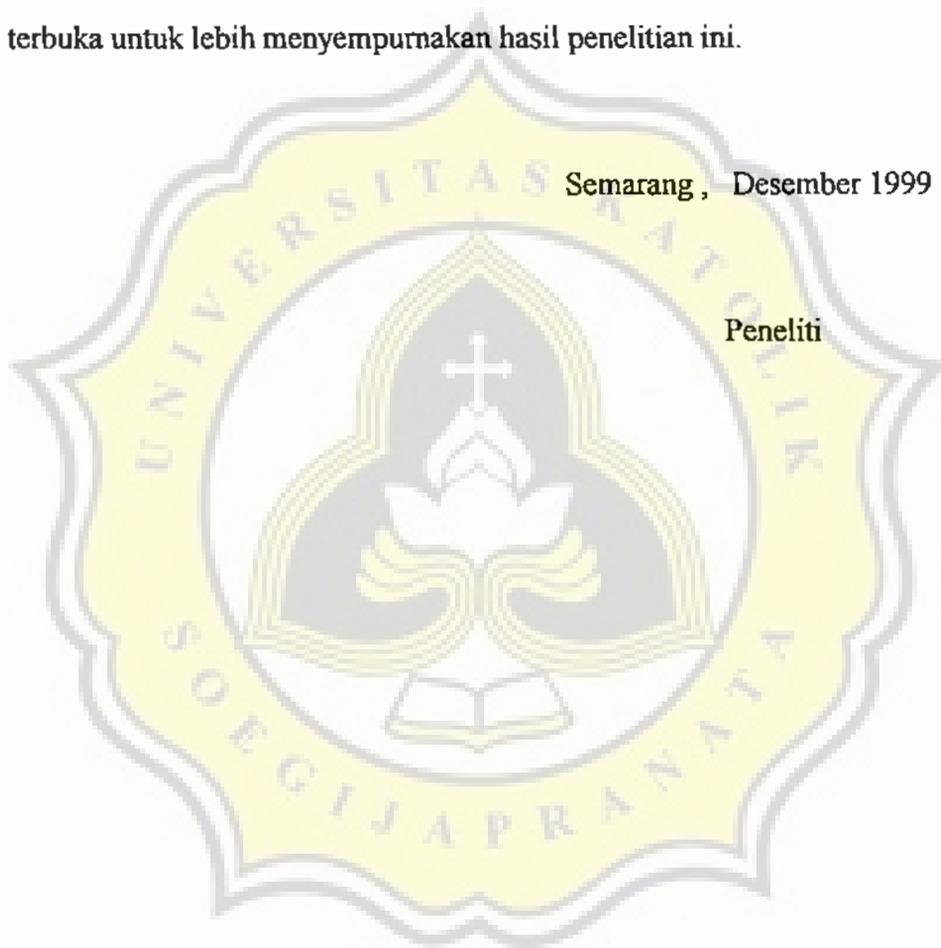
13. Albertus *mack* Agung S serta keluarga yang telah memberi tempat untuk tongkrong, disitulah masa depan dan semangatku untuk maju serta selalu untuk optimis terus dipacu. *Mack you are the best my friend*
14. Yohanes Bagus Sasmita serta keluarga yang telah memberi tempat untuk sekedar melepas kepenatan, terimakasih atas nasehat yang telah membuat aku semakin mengerti bagaimana bersikap sabar. Gus, suka duka berorganisasi , dalam kuliah maupun hal- hal lain sering kita alami bersama, *I'll never forget you.*
15. Teman- teman MKUSS, teman-teman "PARAGA", teman-teman KKN-ku, Dony, Santi, Ipong serta teman-teman di Mbak Bik komputer yang telah membuatku semakin bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Dedy, Tri, Andi, Bawon, Unggul, Yoshima, Deny serta teman-teman '93 fakultas ekonomi spesial buat Asser " Bakoye" Laone atas pinjaman komputernya, bersama kalian semua suka-duka sering kita alami. *I miss you my friends.*
17. Teman-teman di "Kings Computer" yang dengan telatennya membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini. Meskipun kalian *my new friends* tapi kebaikan kalian membuat kita seperti teman lama.
18. Rekan-rekanku dibagian pengajaran, Mas Sabar, Guntur, Agung dan spesial buat Mas Djuang yang dengan sabar selalu memberi kesempatan padaku untuk mengumpulkan berkas skripsi.

19. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu, yang turut membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga hasil karya penelitian ini dapat berguna sebagaimana mestinya. Tiada gading yang tak retak, demikian pula dengan skripsi yang peneliti susun ini. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan peneliti terima dengan hati terbuka untuk lebih menyempurnakan hasil penelitian ini.

Semarang, Desember 1999

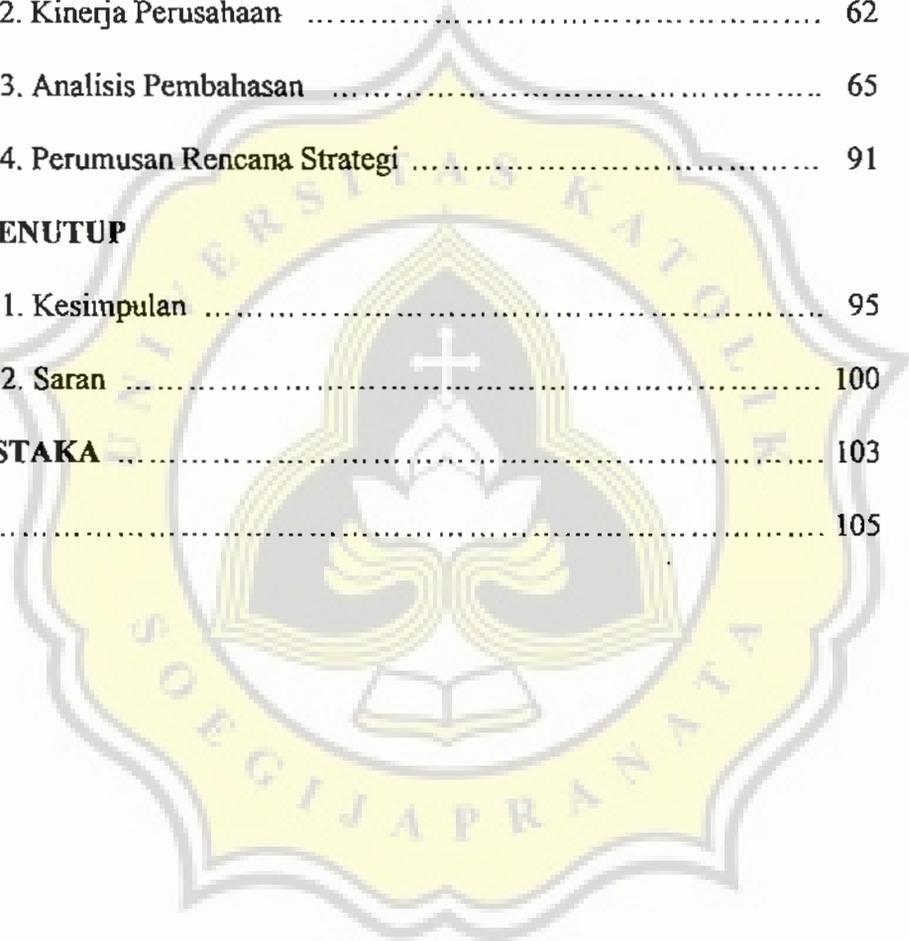
Peneliti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan dan Pembatasan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.2. Kerangka Pikir	31
2.3. Definisi Operasional	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	33

3.2. Teknik Pengumpulan Data	34
3.3. Teknik Pengolahan Data	35
3.4. Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	47
4.2. Kinerja Perusahaan	62
4.3. Analisis Pembahasan	65
4.4. Perumusan Rencana Strategi	91
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Bentuk Analisis SWOT	40
Tabel 3.2.	Identifikasi Faktor Internal Perusahaan PT. Nyu Antik	41
Tabel 3.3.	Identifikasi Faktor Eksternal Perusahaan PT. Nyu Antik	42
Tabel 4.1.	Laba Perusahaan PT. Nyu Antik 1994 / 1998	64
Tabel 4.2.	Penjualan Perusahaan PT. Nyu Antik 1994 / 1998	64
Tabel 4.3.	Isian Identifikasi Aspek Kekuatan (S) dan Kelemahan (W) Perusahaan PT. Nyu Antik	72
Tabel 4.4.	Penilaian Aspek Kekuatan (S) dan Kelemahan (W) Perusahaan PT. Nyu Antik	73
Tabel 4.5.	Isian Identifikasi Aspek Peluang (O) dan Tantangan (T) Perusahaan PT. Nyu Antik	79
Tabel 4.6.	Penilaian Aspek Peluang (O) dan Tantangan (T) Perusahaan PT. Nyu Antik	80
Tabel 4.7.	Penjualan PT. Nyu Antik, Pesaing Dominan, dan Industri	85
Tabel 4.8.	Hasil Perhitungan Analisis Matrik BCG, PT. Nyu Antik	88

DAFTAR LAMPIRAN

A. Data Produk Mebel PT. Nyu Antik	105
B. Surat Bukti Penelitian	114

