

Evaluasi Terhadap Strategi Pemasaran Internasional Chemical 'Blowing Agent Azodicarbonamide' Dalam Rangka Meningkatkan Hasil Penjualan Ekspor Pada PT DI

Christina Ariadne Sekar Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184632&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. DI merupakan produsen chemical blowing agent yang berorientasi pada pasar luar negeri untuk pemasaran produk-produknya. Oleh karena itu, menurunnya hasil penjualan ekspor 'blowing agent AC' yang merupakan produk utama PT. DI, mengharuskan PT. DI untuk mengevaluasi strategi pemasaran internasionalnya dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan hasil penjualan ekspor 'blowing agent AC' tersebut. Penetapan strategi pemasaran yang baik haruslah disesuaikan dengan kondisi pemasaran yang terus menerus berubah. Untuk itu, sebelum melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran internasionalnya, PT. DI perlu menganalisis lingkungan pemasaran internasionalnya terlebih dahulu. Selanjutnya, perusahaan dapat menganalisis faktor internal pemasaran, obyektif pemasaran, dan strategi pemasaran internasionalnya. Sedangkan untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang paling dominan dalam mempengaruhi hasil penjualan ekspor adalah dengan menggunakan analisa regresi. Tampaknya PT. DI mengandalkan pada mutu produk 'blowing agent AC' nya yang tinggi dan harganya yang bersaing dalam menghadapi persaingan di pasar internasional. Selain itu dari hasil evaluasi dapat diidentifikasi bahwa tidak ada masalah yang serius dari segi produk, harga, dan distribusinya, maka dapat dikatakan bahwa kurang intensifnya kegiatan promosi eksporlah yang sangat dominan dalam mempengaruhi penurunan hasil penjualan ekspor 'blowing agent AC' PT. DI selama ini. Evaluasi terhadap strategi pemasaran internasional 'blowing agent AC' PT. DI yang meliputi evaluasi terhadap obyektif pemasaran internasional, penetapan pasar sasaran, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. DI sudah cukup baik. Walaupun demikian masih terdapat beberapa kekurangan terutama dalam hal kemasannya yang belum memenuhi standar UN 42 yang diterapkan di Amerika Serikat dan kegiatan promosi ekspor yang semakin menurun dari tahun ke tahunnya. Untuk lebih meningkatkan hasil penjualan ekspor 'blowing agent AC' nya, sebaiknya PT. DI menambah bentuk-bentuk promosi dagang lainnya seperti menawarkan elewens pembelian serta menambah jumlah agen penjualan di pasar Eropa dan Amerika Serikat.