

Strategi pemasaran ekspor furniture kayu dalam menghadapi pasar bebas : studi kasus pada PT. Wahana Citra

Affifuddin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20316301&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Wahana Citra merupakan salah satu perusahaan swasta nasional yang bergerak dibidang industri furniture v kayu (fabricated wood furniture) berskala besar dengan investasi sebesar Rp.2.532.568.575. Furniture kayu yang merupakan salah satu produk ekspor non migas Indonesia perlu didukung perkembangannya daiam rangka menghasilkan devisa serta memperluas lapangan kerja karena industri ini merupakan padat karya.

PT. Wahana Citra daiam perkembangannya (dari tahun 1995 sampai dengan tahun 1998) mengalami peningkatan volume dan nilai ekspor. Namun masalah yang dihadapi oleh perusahaan adaiah masih terbatasnya daerah pemasaran atau negara tujuan ekspor, sehingga perlu untuk lebih ditingkatkan lagi. Negara tujuan ekspor utama adaiah Singapura melalui pemasaran tidak langsung, dan produk yang dihasilkan berdasarkan pesanan dan palanggan (buyer) tetap. Disamping masih terbatasnya wilayah pemasaran, keanekaragaman produk yang dihasilkan juga masih terbatas hanya untuk perlengkapan rumah tangga.

Penelitian ini diawali dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan. Penilaian dengan menggunakan analisis SWOT dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang obyektif tentang peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dimiiliki perusahaan.

Berdasarkan evaluasi dari beberapa faktor lingkungan diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki perusahaan terletak pada ketepatan waktu pengiriman, utilitas kapasitas produksi dan lokasi pabrik. Sedangkan keragaman produk, kebijaksanaan harga, kegiatan promosi dan inovasi merupakan faktor kelemahan yang paling tinggi.

Dari hasil analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa posisi bisnis perusahaan pada matrik Internal - Eksternal berada pada kuadran I. Posisi ini berarti perusahaan berada pada tahap dapat melakukan pertumbuhan agar bisa meraih peluang yang cukup menarik seperti semakin terbukanya perdagangan antar negara atau kawasan.