

Analisa pengaruh aktivitas promosi terhadap tingkat penjualan pakaian jadi pada PT. Ksatria Manunggal Textile

Ignatius Sarto Kothson Budiman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438390&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Investasi pada sektor manufaktur merupakan keputusan jangka panjang. Ketidakpastian dapat timbul pada masa transisi oleh karena situasi persaingan yang mungkin semakin berubah-ubah. Pada saat ini tekstil dan produk tekstil (TPT) merupakan produk ekspor penting Indonesia. Tekstil merupakan barang ekspor non migas kedua setelah kayu lapis. Pakaian jadi (garment) merupakan bagian terbesar dari produk tersebut. Hal ini menimbulkan pertanyaan : bagaimanakah daya saing produk tekstil Indonesia inenghadapi situasi persaingan yang berubah .. ??

Dalam rangka menjawab pertanyaan ini, kita memerlukan analisis ekonomi untuk melihat. apakah kita inemiliki sumber daya ekonomi (tanah, tenaga kerja dan modal serta teknologi dan manajemen) yang mendukung keunggulan komparatif Indonesia di pasar Internasional. Penelitian ini akan menggunakan pengukuran biaya sumber daya domestik (domestic resource cost) .

sebagai pengukuran terhadap daya saing Internasional. Pada penulisan karya akhir ini yang akan dipakai adalah harga yang berlaku. Hal ini merupakan keterbatasan yang sulit dihindari karena sempitnya waktu penelitian. Walaupun demikian penulisan ini dapat mendekati keputusan manajerial dengan teori ekonomi. Jadi diharapkan penggunaan harga yang berlaku akan mempermudah penerapan keputusan manajerial. Dengan menghitung keunggulan produk pada harga yang berlaku maka yang dihitung adalah daya saing dinamis produk pakaian jadi Indonesia dilihat dan segi dinamika usaha.

Seluruh produk yang diteliti menunjukkan daya saing atau keunggulan komparatif dengan indeks. Hal ini berarti pada periode penelitian Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada produksi pakaian jadi.

Untuk memperkirakan perubahan daya saing produk tertentu kita perlu membuat beberapa perkiraan tentang

perubahan

situasi sebagai dasar untuk menyusun strategi.

Dengan melihat perubahan-perubahan yang terjadi maka daya saing produk tekstil Indonesia menjelang tahun 2000 akan turun pada pakaian dengan bahan kapas (kain katun), yang diakibatkan menurunnya pengadaan pasokan dalam negeri dan tidak mampunya menggantikan pasokan dari RRC dan Pakistan yang semakin berkurang dan semakin mahal, terutama dari segi kualitas. Sebaliknya dengan semakin kokohnya industri perekonomian Indonesia untuk jangka waktu menengah, Indonesia akan mendapat tambahan daya saing pada produk dengan bahan serat sintetis.