

Strategi operasional PT. GRI dalam menghadapi era perdagangan bebas AFTA 2003 dan penghapusan MFA tahun 2005

Ferry Gunawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439085&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Era perdagangan bebas berupa pelaksanaan AFTA (Asean Free Trade Area) pada tahun 2003 dan penghapusan MFA (Multi Fibre Arrangement) pada tahun 2005 akan menghilangkan berbagai non tarif barrier seperti subsidi dan proteksi yang selama ini menghalangi perdagangan bebas dan kompetisi yang sehat. Hal ini akan menimbulkan peluang bagi negara eksportir pakaian, termasuk Indonesia. Namun di lain pihak, hal ini juga berarti ancaman bagi industri pakaian jadi Indonesia, jika tidak segera berbenah dan memperbaiki kinerja ekspornya yang selama tahun 1990-an cenderung menurun.

PT. GRI merupakan produsen pakaian jadi berkualitas tinggi dengan porto folio yang terdiri dari 40 merek terkemuka. Dengan reputasi dan pengalaman selama 25 tahun di bisnis pakaian jadi, saat ini PT. GRI telah berhasil menguasai lebih dari 60% pangsa pasar domestik untuk pakaian jadi bermerek dan telah mengekspor produknya ke negara-negara: Uni Eropa., Amerika Serikat, Jepang dan negara Asia Pasifik lainnya. Bahkan dalam beberapa tahun terakhir nilai penjualan ekspor PT. GRI telah melampaui nilai penjualan domestiknya. Karya akhir ini disusun dengan maksud untuk memberi masukan kepada manajemen dan melengkapi perencanaan PT. GRI dalam menyongsong era perdagangan bebas tersebut.

Dari analisa lingkungan eksternal diketahui bahwa kondisi ekonomi dan politik Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini dapat dikatakan kurang kondusif bagi pemulihan ekonomi Indonesia. Namun jika ditinjau dari dukungan yang diberikan Pemerintah kepada industri padat karya yang berorientasi ekspor serta trend demografis Indonesia. industri pakaian jadi masih memiliki prospek yang cukup baik.

Secara garis besar, peluang yang dapat dimanfaatkan oleh PT. GRI adalah : tingkat konsumsi TPT di Indonesia yang relatif masih rendah serta trend konsumsi produk TPT di pasar global yang cenderung untuk terus meningkat; pelaksanaan AFTA di tahun 2003 dan dihapusnya MFA tahun 2005; adanya dukungan Pemerintah terhadap peningkatan ekspor non migas; serta berkembangnya cara penjualan dan promosi baru melalui internet. Sedangkan ancaman yang ada antara lain : kenaikan UMR secara berkala; persaingan yang makin meningkat; dan adanya kecenderungan meningkatnya perdagangan pakaian jadi antar negara dalam suatu kelompok regional.

Berdasarkan analisa internal perusahaan dapat disimpulkan bahwa PT. GRI memiliki

sumber daya dan kapabilitas yang memadai untuk bersaing, baik di pasar domestik maupun global. Kekuatan yang dimiliki meliputi : pemasaran dan jaringan distribusi yang baik; menguasai pangsa pasar domestik; keberhasilan dalam menembus pasar ekspor kuota dan non kuota; dan hubungan baik dengan buyer. Sedangkan kelemahan-kelemahan yang ada adalah : kurang fokus dalam mengembangkan produk inti; belum memiliki merek sendiri (andalan); rework masih berkisar 1,2%; dan masih kurangnya peran manajemen strategik dalam perencanaan jangka panjang perusahaan.

Bertolak dan kondisi di atas, beberapa alternatif strategi yang dapat diambil oleh PT. GM adalah : (a) meningkatkan produktifitas dan melakukan efisiensi di setiap cost center untuk mengimbangi kenaikan UMR dan kenaikan barga pokok penjualan; (b) melakukan terobosan dengan mencari ceruk pasar (niche market) yang belum terlayani oleh pesaing lain; (c) perlunya corporate planner untuk mengoptimalkan peran manajemen strategik dalam perencanaan jangka panjang perusahaan; (d) memanfaatkan teknologi internet sebagai media promosi dan penjualan; (e) aliansi strategis dengan perusahaan-perusahaan tekstil dan pakaian jadi (apparel) terkemuka di dunia yang akan menambah bobot pertumbuhan jangka panjang sebagai perusahaan apparel kelas dunia.