

Strategi terobosan pasar air mineral di Singapura : suatu telaah kasus pada PT. Moya Zamzami Utama

Yudhi Syabandi Ismayadi, author; Handy Starman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440565&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan peraturan deregulasi yang bertujuan lebih menggalakkan perdagangan luar negeri di sektor non migas, PT. Moya Zamzami Utama (MZU) ikut berpartisipasi dalam kegiatan mengeksport sebesar 65 % hasil produksinya yakni air mineral ke beberapa negara tujuan antara lain : Australia, Timur tengah, Malaysia, , Sirigapura dan lain sebagainya. Prospek ekspor cukup bagus karena diimbangi dengan banyaknya permintaan luar negeri terhadap air mineral termasuk Singapura.

Dalam memasuki pasaran internasional PT MZU mempunyai beberapa kebijaksanaan pemasaran yang cukup dapat diandalkan baik menyangkut mutu produk yang baik maupun penetapan harga, namun masih menghadapi kendala dengan adanya persaingan yang cukup tinggi dalam segmen pasar termasuk Singapura antara lain pada saluran distribusi yang digunakan dalam memasarkan produk dan sarana maupun prasarana yang tersedia untuk menunjang aktivitas tersebut.

Oleh karena itu kami sebagai penulis tertarik untuk menelaah dengan, menganalisis situasi eksternal, internal, strategi alternatif dan pemilihan cara terobosan melalui penulisan Karya akhir. Dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang dapat menunjang aktivitas pemasaran internasional tersebut, PT. MZU dapat mengantisipasi permintaan pasar Singapura.

Dalam melakukan penulisan karya akhir ini digunakan kerangka yang menganalisis pasar eksternal, internal perusahaan, serta faktor-faktor yang digunakan untuk memilih cara terobosan yang efektif.

Industri air mineral di Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir tumbuh dengan pesat dan meningkatkan

kapasitas produksi dengan ekspansi melalui pendirian pabrik pabrik baru. Realisasi ekspor PT. MZU sebagai salah satu produsen air mineral di Indonesia berfluktuasi, tergantung pada kondisi perekonomian dunia dan banyaknya memenuhi permintaan pasar di negara-negara Timur tengah melalui rumah dagang (trading house) di Singapura.

Kegiatan ekspor yang dilakukan oleh PT MZU adalah ekspor tidak langsung berdasarkan pesanan dalam jumlah tertentu dengan negara tujuan ekspornya adalah Singapura. Pasar sasaran ini dipilih berlandaskan pada karakteristik pasar Singapura yang merupakan negara dengan luas relatif kecil, tingkat bunga simpanan relatif tinggi dan tingginya investasi asing serta memiliki pelabuhan persinggahan yang baik dengan dukungan perekonomian nasional yang terus meningkat. Perdagangan internasional di Singapura juga diperkuat oleh banyaknya rumah dagang yang berfungsi sebagai perantara pemasaran. Nilai ekspor Singapura sebagian besar merupakan hasil dari kegiatan mengekspor kembali (re-ekspor) dan produk?produk yang sebelumnya di impor dan negara lain. Dalam hal Perdagangan air mineral dunia, Singapura memiliki nilai dan volume impor yang lebih besar dan nilai dan volume ekspornya, karena keadaan terbatasnya sumber daya air yang dimiliki bila dibandingkan dengan negara?negara lain. Maka dengan metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) yang memperoleh hasil daur hidup produk air mineral di Singapura berada pada tahap pengenalan produk.

Dalam melakukan analisis terhadap suatu cara terobosan yang efektif dilakukan analisis tentang potensi penjualan pasar sasaran, infrastruktur pemasaran, pertumbuhan ekonomi, resiko politik negara sasaran, dan analisis terhadap adaptasi produk serta komitmen manajemen perusahaan. Dari hasil analisis dalam kasus produk air mineral PT. MZU di Singapura, ternyata strategi terobosan yang selama ini dilakukannya adalah melalui ekspor tidak langsung. Untuk selanjutnya, kegiatan ekspor langsung seyogyanya dilakukan oleh PT. MZU karena memiliki manfaat antara lain :

? Mampu mengontrol sebagian /seluruh perencanaan pemasaran internasional.

? Konsentrasi baik terhadap upaya pemasaran.

? Memperoleh informasi yang cepat dan pasar Singapura serta umpan balik (feed back) untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilakukan.

;