

Strategi produsen pakaian jadi dalam menghadapi perdagangan bebas tekstil dan produk tekstil tahun 2005 : studi kasus pada PT R

Noviyanti Rahardjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452596&lokasi=lokal>

Abstrak

Penghapusan Multi-Fiber Arrangement yang mengatur perdagangan TPT (Tekstil dan Produk Tekstil), termasuk pakaian jadi, secara total pada tahun 2005 nanti akan semakin membuka pasar luar negeri yang selama ini masih diproteksi. Ini akan menimbulkan peluang bagi negara eksportir pakaian jadi termasuk Indonesia. Namun di lain pihak, ini juga berarti ancaman bagi industri pakaian jadi Indonesia, jika tidak segera memperbaiki kinerja ekspornya yang selama tahun 1990-an cenderung menurun.

PT R merupakan produsen pakaian jadi yang telah mengekspor produknya ke berbagai negara Eropa, Amerika Serikat, Kanada, Australia, Selandia Baru dan Jepang. Selama beberapa tahun terakhir ini penjualan ekspornya terus meningkat. Karya akhir ini disusun dengan maksud untuk melengkapi perencanaan PT R dalam menyongsong perdagangan bebas tersebut.

Dari analisis lingkungan eksternal diketahui adanya situasi ekonomi dan politik yang selama setahun terakhir ini dapat dikatakan tidak terlalu mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, akibat krisis yang melanda dan ketidakpastian politik menyusul lengser-nya Presiden Soeharto. Namun dilihat dari dukungan Pemerintah terhadap ekspor non-migas dan tren demografis Indonesia, industri pakaian jadi masih akan terus bertumbuh. Sementara ini dalam perdagangan internasional pakaian jadi, Cina menjadi negara eksportir utama.

Secara umum peluang yang dapat dimanfaatkan oleh PT R adalah: pertumbuhan Konsumsi TPT di pasar domestic dan global; dihapuskannya MFA; adanya dukungan pemerintah terhadap peningkatan ekspor non-migas; dan perkembangan internet sebagai alat promosi dan penjualan produk. Sedangkan ancaman yang ada yaitu; kenaikan upah minimum regional (UMR), persaingan yang semakin ketat di pasar domestic maupun internasional; penghapusan MFA; dan adanya kecenderungan meningkatnya perdagangan pakaian jadi antar Negara dalam suatu kelompok regional.

Berdasarkan analisis internal perusahaan dapat disimpulkan bahwa PT R mempunyai cukup kekuatan untuk bersaing yaitu: pengalaman mengembangkan perusahaan dari home industry menjadi perusahaan besar; penjualan ekspor yang terus meningkat; memiliki merek sendiri; bagian pemasaran yang baik; dan hubungan baik dengan buyer. Sedangkan kelemahan-kelemahan yang ada adalah; belum penuhnya penggunaan kapasitas produksi; rework masih berkisar 1,5 % dan masih kurangnya peran manajemen strategic dalam perencanaan jangka panjang perusahaan.

Berdasarkan matriks TOWS, beberapa alternative strategi yang dapat diambil oleh PT R adalah: (a) meningkatkan produktivitas dan keterampilan karyawan untuk mengimbangi kenaikan proporsi harga pokok penjualan yang terus meningkat (b) meningkatkan desain dan mutu produk (c) mengembangkan pemasaran ke daerah lain di pasar domestic, khususnya ke pulau Sumatera, Sulawesi maupun kawasan Indonesia Timur (d) pengembangan pasar ekspor, khususnya ke Negara non-kuota (e) meningkatkan peran manajemen strategik dengan membuat web-site perusahaan sebagai salah satu bentuk promosi (g) membentuk aliansi strategis dengan buyer yang sesuai untuk semakin memantapkan posisi PT R dalam

persaingan global industry pakaian jadi.