

## Strategi pemasaran ekspor kelapa sawit di dalam menghadapi pasar bebas = Marketing exports strategy of palm oil to face free market (study case of PT. XYZ)

Siahaan, Aurodo Edward Halomoan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109425&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang industri kelapa sawit (CPO), skala besar dengan investasi atau modal awal Rp. 2.000.000.000,- yang berlokasi di daerah Nunukan, Kalimantan Timur Kelapa Sawit merupakan salah satu produk ekspor non migas Indonesia yang perlu di dukung perkembangannya dalam rangka menghasilkan devisa serta memperluas lapangan kerja karena industri ini merupakan padat karya.

PT. XYZ (sejak tahun 1997 sampai tahun 2003) mengalami peningkatan volume ekspor, namun masalah yang dihadapi perusahaan adalah masih terbatasnya daerah pemasaran atau negara tujuan ekspor sehingga perlu lebih ditingkatkan kembali.

Penelitian diawali dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan Penilaian dengan menggunakan analisis SWOT dimaksud untuk memperoleh gambaran yang objektif tentang peluang dan ancaman Serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Dari hasil analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa posisi bisnis perusahaan pada matrik Internal - Eksternal berada pada SO (Strenghts - Opportunities), posisi ini berarti perusahaan berada pada tahap dapat melakukan pertumbuhan agar bisa meraih peluang yang lebih dari sekarang seperti terbukanya perdagangan antar negara atau kawasan.

PT. XYZ one of national private company in Palm Oil industry (CPO), have big scale with investment or first worth Rp. 2.000.000.000,- which located in Nunukan area, East Kalimantan.

Palm Oil is one of Indonesia non migas export product that needs supported its growth in order to yielding foreign exchange and also extend job field bemuse this industry is labor intensive.

PT. XYZ (since 1997 until 2003) had raise in export, but the company had problems to faced that is limited area of marketing or export destination country so that still need to raise again. The research started by analyzing the external and internal environment which is influenced the activity and perfomiance of the company. Assessment by using SWOT analyze is to get the objective picture about opportunity and threat also strength and weakness of the company.

From SWOT analyze result the inferential that company business position at matrix internal - External reside in SO (Strengths - Opportunities), this position means company reside at phase that can do the growth so can be reach the opportunity more than now, such as opening commerce of inter-states or area.