

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu cara Perum Perhutani di dalam mendapatkan penghasilan adalah di bidang pemasaran hasil hutan terutama kayu jati baik pemasaran di dalam negeri ( lokal ) maupun pemasaran ke luar negeri atau ekspor pengiriman atau penjualan ke luar negeri. Kegiatan ekspor yang telah dilaksanakan oleh Perum Perhutani sejak tahun 1966, yaitu semenjak badan usaha milik Departemen Kehutanan ini berbentuk perusahaan negara. Sejak tahun itu hasil hutan yang banyak diekspor kayu jati yang berupa gelondong ( logs ), kayu agatis gelondong ( logs ), baik diekspor ke negara Eropa, Asian maupun Jepang.

Namun dengan peraturan pemerintah yang dikeluarkan tahun 1978, hasil hutan kayu jati gelondong dilarang untuk diekspor ke luar negeri dan hanya diharuskan mengekspor kayu jati olahan ( gergajian ). Hal ini dimaksud agar kelestarian kayu jati gelondong dapat dijaga, serta dapat menumbuhkan industri perkayuan di dalam negeri, demikian pula meningkatkan pendapatan ekspor juga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja di bidang industri perkayuan.

Dan semenjak tahun 1978 itulah Perum Perhutani mulai melaksanakan kegiatan ekspor khusus kayu jati gergajian, yang pemasarannya pun mulai berkembang tidak hanya ke negara – negara Asia dan Eropa tetapi juga ke negara – negara lain seperti Amerika, Australia serta mulai dirintis pula ekspor ke negara Timur Tengah.

Perkembangan pendapatan devisa sejak tahun ke tahun terus meningkat, demikian pula perkembangan hasil hutan yang diekspor, tidak saja kayu jati gergajian, tetapi juga gondorukem, terpentin, kapal serta barang jadi atau setengah jadi ( finished product ) dari produksi I Plej Cepu tentu saja peningkatan pendapatan devisa tersebut juga diimbangi dengan peningkatan volume serta standar mutu hasil hutan yang diekspor perjalanan perkembangan kegiatan ekspor Perum Perhutani tentu tidak luput dari problema atau hambatan, baik dalam bidang produksi, tetapi juga didalam kaitannya dengan perkembangan ekonomi dunia pada umumnya dan hambatan – hambatan lainnya. Namun problema – problema itu oleh pimpinan Perum Perhutani dapat diatasi, berkat partisipasi dan koordinasi masing – masing pihak yang terkait dengan kegiatan ekspor itu.

Jadi jelaslah bahwa pemasaran ekspor untuk mendapatkan penghasilan dan meningkatkan devisa negara di luar ekspor non migas sangatlah memegang peran yang amat penting,

Untuk itu penulis memilih judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EKSPOR YANG DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN PERUM PERHUTANI UNIT I JATENG SEMARANG DALAM MEMASUKI PASAR LUAR NEGERI.**

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

“ Apakah Perusahaan Perum Perhutani telah menerapkan atau melakukan strategi pemasaran ekspor secara tepat dalam memasuki pasar luar negeri? “

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Untuk menjaga agar pokok permasalahan tidak meluas atau salah tafsir, maka pembahasan masalah penelitian ini penulis membatasi pada masalah :

1. Faktor kekuatan yang dipertimbangkan perusahaan Perum Perhutani dalam melakukan pemasaran ekspor kayu jati gergajian ( olahan ).
2. Kelemahan strategi pemasaran ekspor kayu jati gergajian ( olahan ) yang dilakukan perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pasar luar negeri.
3. Peluang strategi pemasaran ekspor kayu jati gergajian ( olahan ) dalam memasuki pasar luar negeri dan cara mengatasinya.

4. Ancaman yang dihadapi perusahaan Perum Perhutani dalam melakukan pemasaran ekspor kayu jati gergajian ( olahan ) dan hilangnya pelanggan.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian antara lain :

1. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mendorong kekuatan Perum Perhutani dalam melakukan ekspor.
2. Untuk mengetahui kelemahan strategi pemasaran ekspor apakah yang dilakukan Perum Perhutani dalam memasuki pasar luar negeri.
3. Untuk mengetahui adanya peluang strategi pemasaran yang tepat dalam memasuki pasar luar negeri.
4. Untuk mengetahui ancaman apakah yang dihadapi Perum Perhutani dalam melakukan ekspor dan hilangnya pelanggan.
5. Untuk mengetahui strategi pemasaran ekspor yang tepat bagi perusahaan Perum Perhutani.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

1. Memberikan informasi bagi perusahaan yang telah dijadikan obyek penelitian dalam pengambilan keputusan tentang pemasaran pada waktu yang akan datang.

2. Sebagai media penerapan teori yang dipelajari penulis skripsi.
3. Sebagai bahan masukan bagi peneliti sendiri yaitu untuk menambah pengetahuan mengenai marketing atau pemasaran.

