ABSTRAKSI

JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EKSPOR YANG DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN PERUM PERHUTANI UNIT I JAWA TENGAH DALAM MEMASUKI PASAR LUAR NEGERI

Permasalahan dalam penelitian : Dengan mengingat persaingan bisnis yang sangat ketat, maka masalah pemasaran semakin dituntut keahliannya terutama dalam hal – hal penanganannya mulai dari pengembangannya produk baru yang lebih baik. Penetapan harga yang diperkirakan dapat terjangkau konsumen, menetapkan promosi yang dilakukan sesuai dengan situasi dan kondisi dewasa ini melalui pendekatan terhadap lingkungan, maka perusahaan dapat mengetahui adanya perubahan mutu, jenis, harga, produk secara tepat, sehingga dapat memperkirakan besarnya volume atau nilai penjualan akan tercapai.

Daerah penelitian: Adapun lokasi penelitian dimana penulis melakukan penelitian yaitu pada perusahaan Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah tepatnya di jalan Coaster No. 9 Semarang dan dekat dengan Bea Cukai pelabuhan dalam melakukan pemasaran ekspor.

Metode yang digunakan : Yaitu penelitian eksploratif, dalam hal ini penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui strategi ekspor yang dilakukan perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pasar luar negeri.

Hipotesa : Adanya kekuatan strategi yang dipunyai oleh perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pemasaran ekspor. Adanya kelemahan yang dipunyai oleh perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pemasaran ekspor. Adanya peluang strategis yang dipunyai oleh perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pemasaran ekspor. Adanya ancaman yang dihadapi oleh perusahaan Perum Perhutani dalam memasuki pemasaran ekspor. Bahwa perusahaan Perum Perhutani belum menerapkan / melakukan pemasaran ekspor secara cepat.

Analisis : Analisis akan menggunakan analisis SWOT (Strenght : Kekuatan, Weakness : Kelemahan, Opportunity : Peluang, Threat : Ancaman).

- Streght, yang berarti kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan Perum Perhutani dalam melakukan pemasaran ekspor.
- Weakness, yang berarti kelemahan yang ada dalam perusahaan Perum Perhutani.

- Opportunity, yang berarti peluang yang dimiliki perusahaan Perum Perhutani dalam melakukan pemasaran ekspor. Analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis ini menilai kondisi eksternal dan internal perusahaan dimana analisis dan penelitian menyangkut kekuatan dan kelemahan dan ancaman.
- Threat, yang berarti ancaman bagi perusahaan tersebut para pesaing dan hilangnya pelanggan.

Hasil penelitian : Dari hasil penelitian ini bahwa perusahaan Perum Perhutani memiliki kekuatan berupa asset yang cukup besar yang dapat memberikan keberhasilan strategi pemasaran ekspor. Bahwa kelemahan yang ada dalam perusahaan Perum Perhutani berupa harga jual kayu jati gergajian (olahan) ditetapkan cukup tinggi dan dikhawatirkan pesaing menetapkan harga jual yang lebih rendah dan hambatannya ekstern dan hambatan intern.

Semarang, Maret 2000

Disetujui

Dosen Pembimbing II	Dosen Pembimbing I
(Dra. Nunung Ghoniyah MM.)	(Dra. Hj. Endang Dwi Astuti, MSi)