

Project “Ayo Ekspor”
Improve the Promotion Strategy of PT Intan Makmur Jaya

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah Ekspor Impor



Oleh:

Andi Kristian (111510008)

Anthony Sanjaya (111510012)

Faiqotul Ummah (111510044)

Lussyana Maria (111510068)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG

2018

ABSTRAK

Dunia olahraga bulu tangkis dari dulu memang sudah menjadi salah satu bidang olahraga yang banyak digemari di dunia, terutama di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara yang paling di segani di bisa dikatakan bahwa Indonesia adalah rumah bagi bulutangkis dunia dan menghasilkan banyak atlet – atlet berbakat. Olahraga bulu tangkis merupakan olahraga yang banyak dan sering diadakannya tournament. Salah satu faktor pendukung perkembangan bulu tangkis yaitu, fasilitas yang ada. Seperti Lapangan, raket, Shuttlecock, dan lain – lain.

Shuttlecock merupakan bagian yang sangat penting dalam permainan olahraga bulutangkis. Maka dari itu, shuttlecock harus dibuat dengan kualitas yang bagus agar bisa digunakan dengan nyaman. Hal ini lah yang coba dilakukan oleh PT Intan Makmur Jaya pada shettlecock merek LONDON yang selama ini dipasarkan di daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk shuttlecock London terutama untuk Ekspor. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dan pemasaran. Untuk melakukan ekspor kualitas dan cara pemasaran shuttlecock ini perlu dikembangkan untuk bisa bersaing dengan porduk shuttlecock lainnya, terutama untuk ekspor. Persaingan produk shuttlecock di Indonesa cukup keras, karena banyak sekali produk shuttlecock yang ada di pasaran. Maka dari itu perlu dilakukannya pengembangan kualitas produksi shuttlecock agar bisa bersaing dengan produk shuttlecock lain di level Internasional yang memiliki standar kualitas tersendiri. Langkah pemasaran yang tepat dapat membawa produk shuttlecock dalam melakukan ekspor.

Kata Kunci: Pengembangan Shuttlecock London, Ekspor, kualitas produk

ABSTRACT

The world of badminton has always been one of the most popular sports in the world, especially in Indonesia. Indonesia itself is the most respected country, it can be said that Indonesia is home to world badminton and produces many talented athletes. Badminton sports are a lot of sports and frequent tournaments. One of the supporting factors for badminton development is the existing facilities. Like the field, racket, Shuttlecock, etc.

Shuttlecock is a very important part of the game of badminton. Therefore, the shuttlecock must be made with good quality so that it can be used comfortably. This is what PT Intan Makmur Jaya tried to do on the LONDON brand shettlecock which had been marketed in the region.

This research aims to develop London shuttlecock products especially for exports. This research is development and marketing research. To carry out export quality and marketing methods, this shuttlecock needs to be developed to be able to compete with other shuttlecock products, especially for exports. Competition for shuttlecock products in Indonesia is quite hard, because there are many shuttlecock products on the market. Therefore, it is necessary to develop the quality of shuttlecock production in order to compete with other shuttlecock products

at the international level which have their own quality standards. The right marketing step can bring shuttlecock products to export.

Keywords: Development of Shuttlecock London, Exports, product quality

PROFIL PERUSAHAAN

Nama : PT INTAN MAKMUR JAYA

Alamat : JL Sarangan 11A

Sejarah

Berawal mula dari seorang laki laki bernama bapak HAM yang mempunyai impian untuk membuat suatu bisnis dengan keuntungan yang besar tetapi modal sedikit, lalu orang tuanya menyarankan untuk memulai produksi kok dengan merek "London" lalu pada tahun 2004 berdirilah pabrik kok tersebut dan terus berjalan hingga sekarang. Nama "London" sendiri dipakai karena dari pihak keluarga *Founder* mempunyai bisnis roti yang mempunyai nama yang sama sehingga diputuskan menggunakan nama yang sama.

Produk : Kok Badminton

Karyawan : 15 orang

Visi

Menyediakan Kok dengan kualitas terbaik

Misi

Penentuan kualitas dengan standard Internasional diimbangi dengan SDM pilihan

Kondisi Perusahaan

Pabrik kok London saat ini belum melakukan ekspor, karena proses distribusi barang hanya berada di Pasar Domestik yaitu sebagian besar di Kota Manado dan Kota Surabaya, dengan jumlah produksi 100 dz/ hari untuk proses pembuatannya sendiri menggunakan mesin dan juga manual, dimana untuk merakit kok menggunakan manual, dan mesin dipakai untuk mengetes standard dari kok tersebut. Kesiapan pabrik untuk melakukan kegiatan ekspor bisa dilihat dari kualitas barang yang bagus sehingga dapat memberikan kesan tersendiri dibandingkan dengan pesaingnya.



Target Ekspor:

Untuk Perencanaan ekspor ke depan akan ditargetkan ke beberapa atau salah satu dari beberapa negara, yaitu Kanada, Denmark, Inggris, Prancis, Irlandia, Belanda, Selandia Baru, Skotlandia dan Wales yang termasuk dalam anggota BWF (Badminton World Federation) yang dimana merupakan organisasi internasional untuk olahraga bulutangkis.



• Albania (1)	• Cayman Islands (2)	• Gabon (2)	• Kyrgyzstan (3)	• Paraguay (1)	• Spain (121)
• Algeria (40)	• Chile (13)	• Germany (237)	• Kuwait (2)	• Peru (12)	• Sri Lanka (2)
• Angola (16)	• China (186)	• Georgia (14)	• Latvia (11)	• Philippines (2)	• Sweden (75)
• Antigua and Barbuda (2)	• Colombia (68)	• Ghana (1)	• Lesotho (3)	• Poland (88)	• Switzerland (49)
• Argentina (173)	• Congo (2)	• Great Britain (257)	• Lithuania (51)	• Portugal (49)	• Syria (1)
• Armenia (10)	• Cook Islands (4)	• Greece (52)	• Luxembourg (2)	• Puerto Rico (8)	• Chinese Taipei (18)
• Aruba (3)	• Costa Rica (2)	• Grenada (2)	• Malaysia (5)	• Qatar (21)	• Tajikistan (1)
• Australia (208)	• Croatia (44)	• Guatemala (11)	• Mauritius (2)	• Romania (33)	• Tanzania (2)
• Austria (30)	• Cuba (60)	• Guyana (1)	• Mexico (56)	• Russia (213)	• Thailand (14)
• Azerbaijan (30)	• Cyprus (8)	• Honduras (18)	• Moldova (12)	• Rwanda (3)	• Trinidad and Tobago (15)
• Bahamas (12)	• Czech Republic (56)	• Hong Kong (4)	• Mongolia (14)	• Saint Kitts and Nevis (4)	• Tunisia (11)
• Bahrain (16)	• Denmark (66)	• Hungary (58)	• Montenegro (2)	• Saint Lucia (2)	• Turkey (35)
• Barbados (6)	• Djibouti (2)	• Iceland (5)	• Morocco (21)	• Saint Vincent and the Grenadines (1)	• Uganda (7)
• Belarus (77)	• Dominica (1)	• India (60)	• Mozambique (1)	• Samoa (1)	• Ukraine (105)
• Belgium (48)	• Dominican Republic (5)	• Indonesia (10)	• Myanmar (1)	• San Marino (3)	• United Arab Emirates (2)
• Benin (1)	• Ecuador (12)	• Iran (29)	• Namibia (5)	• Saudi Arabia (2)	• United States (256)
• Bermuda (2)	• Egypt (38)	• Ireland (52)	• Netherlands (131)	• Senegal (13)	• Uruguay (6)
• Bolivia (3)	• El Salvador (2)	• Israel (21)	• New Zealand (134)	• Serbia (73)	• Uzbekistan (23)
• Bosnia and Herzegovina (3)	• Eritrea (5)	• Italy (131)	• Nigeria (42)	• Seychelles (2)	• Venezuela (30)
• Botswana (6)	• Estonia (20)	• Ivory Coast (5)	• North Korea (26)	• Singapore (10)	• Vietnam (7)
• Brazil (405) (host)	• Ethiopia (17)	• Jamaica (36)	• Norway (53)	• Slovakia (31)	• Virgin Islands (2)
• British Virgin Islands (1)	• Fiji (43)	• Japan (148)	• Oman (1)	• Slovenia (25)	• Zambia (2)
• Bulgaria (28)	• Finland (27)	• Jordan (1)	• Palestine (1)	• South Africa (68)	• Zimbabwe (23)
• Burundi (4)	• France (177)	• Kazakhstan (42)	• Panama (2)	• South Korea (83)	
• Canada (103)		• Kenya (63)			

Selain itu perkiraan untuk ekspor kedepan menetapkan target ke beberapa negara dengan atlet terbanyak menurut data dari Olimpiade Rio 2016 dalam Angka: 900 Medali, 11.000 Atlet.

IDE PRODUK

Kok standar internasional memiliki 16 bulu angsa yang menancap dan mengelilingi bola karet. Jumlah 16 bulu ini dimaksudkan agar bola kok lebih simetris dan dapat memiliki daya kecepatan yang cepat namun stabil saat melambung. Menurut standar BWF sendiri, kok harus terbuat dari bulu angsa. Bulu lain seperti bulu itik pun juga merupakan standar BWF tapi bukan standar yang paling bagus. Untuk kok yang digunakan di pertandingan resmi Internasional BWF, harus standar bulu angsa.

Kelompok kami memberikan dua pilihan untuk ide produk

1. 100% bulu angsa

Dengan target pasar ekspor negara yang beberapa merupakan anggota BWF, maka Kok London perlu untuk mengembangkan produk dengan mengganti kualitas bulu Kok dengan bulu Angsa. Jika, sebelumnya menggunakan bulu itik. Penggunaan bahan bulu dari bulu Angsa akan sangat menjamin keberhasilan target ekspor, karena kualitas bulu yang digunakan pada kok sangat menentukan.

2. Bulu bebek dan bulu angsa

Perpaduan dari bulu angsa dan bulu bebek atau bulu itik bertujuan untuk menjaga *shuttlecock* tetap awet dan memiliki performa *smooth flying* ketika dipukul.

IMPLEMENTASI MARKETING STRATEGY

Setelah memahami pengertian strategi pemasaran dengan baik dan melakukan **analisis** 4P, yaitu Produk, Price, Place dan Promotion, kini saatnya eksekusi ke beberapa strategi yang pas. Beberapa strategi pemasaran yang bisa diterapkan, kelompok kami lebih condong ke dalam Produk dan Promotion.

1. Partnership

Marketing Partnership memiliki sejumlah keuntungan, contohnya berkolaborasi dengan pihak lain. Strategi pemasaran ini dinilai murah dan lebih berpeluang untuk sukses.

2. Bekerjasama dengan Influencer

Jangan anggap remeh kemampuan influencer sekelas selebgram. Mereka justru banyak memberikan pengaruh pada penjualan, dengan jangkauan follower yang besar, ketika perusahaan mengontrak influencer untuk mempromosikan produk dari perusahaan, tentu bukan hal tidak mungkin mendapatkan keuntungan berlipat-lipat. Influencer tidak melulu dari selebgram, tergantung produk dari perusahaan juga. Vlogger dan blogger juga bisa berpengaruh besar.

3. Melibatkan Karyawan

Tidak ada yang salah dengan melibatkan karyawan dalam beberapa projek. Coba sesekali membuat iklan lucu yang melibatkan karyawan. Tentu ini memiliki efek ganda.

Mereka akan dengan senang hati share video dengan perusahaan disamping meningkatkan efektifitas kerja. Rata-rata karyawan merasa bangga saat dilibatkan dalam proyek seperti ini.

4. Menjaga Pelanggan Lama

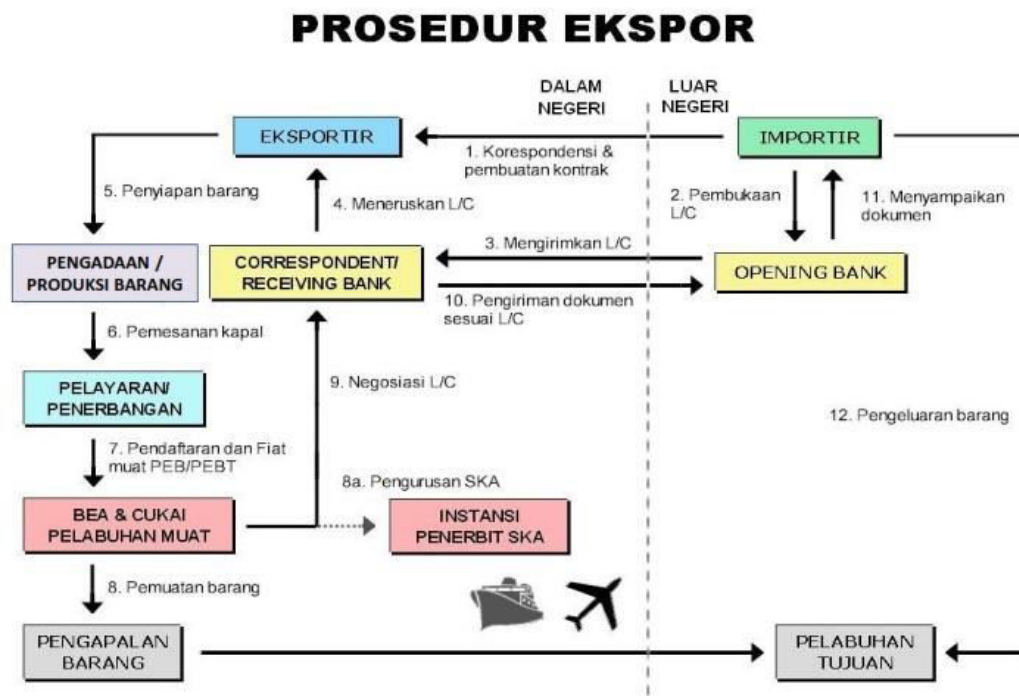
Nah, ini yang penting. Senantiasa manjakan pelanggan lama karena mereka adalah yang paling loyal dalam membeli produk.

Coba berikan bonus kecil khusus untuk pelanggan lama. Kebanyakan mereka adalah yang paling loyal mempromosikan produk yang mereka anggap memuaskan.

EKSPORT

Ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean Indonesia ke daerah pabean negara lain. Biasanya proses ekspor dimulai dari adanya penawaran dari suatu pihak yang disertai dengan persetujuan dari pihak lain melalui sales contract process, dalam hal ini adalah pihak Eksportir dan Importir.

Prosedur Ekspor



Sumber: http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/94-flowchart-besar-kegiatan-ekspor

SDM (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya yang diperlukan dalam proyek ini adalah sebagai berikut:

1. Divisi produksi

Untuk divisi produksi diperlukan 2 orang untuk menambah tenaga kerja yang telah ada,

2. Divisi pemasaran

Karena ini produk baru maka diperlukan tenaga pemasar untuk memperkenalkan dan memasarkan produk.

PROTOTYPE DESIGN

Untuk design kemasan produk, tidak ada pembaharuan karena kemasan untuk *Shuttlecock* sudah terdapat standart. Kemasan berbentuk tabung memiliki fungsi untuk mempertahankan *Shuttlecock* agar dapat rapi dan diameternya tidak berubah.

FINANCE

Berikut ini adalah perkiraan ekspor per bulan 2.600 slop/bulan, dengan modal Rp.65.000/slop kok standar International, biaya pengiriman rata-rata dari 4 negara Rp.100.000/kg, berat 4 slop = 1kg, dan harga jual kok Standar Internasional Rp.120.000/slop. Dari produk yang akan di produksi, dengan harga jual:

Dengan keterangan pengeluaran per bulan adalah sebagai berikut:

No	Keterangan	Harga
1	Bahan Baku	Rp. 169.000.000
2	Gaji Karyawan (4)	Rp. 10.000.000
3	Upah Buruh (20)	Rp. 40.000.000
5	Biaya Pengiriman	Rp. 65.000.000
6	Biaya Lain-lain	Rp. 5.000.000
Total pengeluaran		<u>Rp. 289.000.000</u>

Dengan keterangan pemasukan per bulan adalah sebagai berikut:

No	Keterangan	Harga
1	KOK Standar Internasional	Rp. 312.000.000
Total Pemasukan		<u>Rp. 312.000.000</u>

Dengan begitu maka profit yang akan di dapat adalah sebagai berikut:

Total Pemasukan	Rp. 312.000.000
Total Pengeluaran	Rp. 289.000.000
	<hr/>
Profit	<u>Rp. 23.000.000</u>

$$\text{ROE} : \frac{\text{Ekuitas}}{\text{Laba Bersih}} = \frac{750.000.000}{23.000.000} = \underline{\underline{32,6086}}$$

REKOMENDASI

Kelompok kami melakukan kunjungan pada bank OCBC Nisp yang berlokasi di Jl. Jaksa Agung Suprpto No.41 dengan tujuan mengetahui biaya penerbitan L/C dan juga alur transaksi L/C di bank OCBC Nisp, beberapa hasil yang kami dapatkan yaitu:

Kenapa membuka LC di Bank OCBC NISP?:

1. Memiliki reputasi baik di dalam maupun di luar negeri
2. Pemeriksaan aplikasi dan penerbitan LC dilakukan dengan sistem yang jelas dan juga harus dengan disertai karyawan yang berpengalaman
3. Biaya yang kompetitif

Biaya penerbitan LC: 0.25% p.q (minimum eq.USD 50)

Biaya perubahan dan Biaya lain lain:

1. **Biaya peningkatan *Amount LC*:** 0.25% P.Q dari tambahan Amount LC/SKBDN minimum eq.USD 50
2. **Biaya perpanjangan masa LC:**0.25% P.Q Minimum eq. USD 50
3. **Biaya perubahan lain** : USD 50
4. **Blaya akseptasi untuk usance LC** : 0.5%p.q minimum eq. USD 50
5. **Biaya SWIFT untuk penerbitan LC:**USD 30
6. **Biaya SWIFT unutk perubahan LC dan lainnya:** USD 20
7. **Biaya Discrepancy (Ketidaksesuaian Dokumen):** USD 75

KESIMPULAN

PT Intan Makmur Jaya mempunyai potensi yang besar untuk melakukan ekspor disamping dengan kualitas barang yang dihasilkan, namanya dalam industri pembuatan “kok” sudah cukup dikenal hanya saja. Dengan kualitas yang memadai maka akan juga dapat lebih mudah menjaring pasar yang ada ke beberapa negara yang membutuhkan kapasitas “kok” yang melebihi standar. Untuk peluang pengembangan produk sendiri, dengan tujuan kedepannya memberikan kualitas produk yang bagus tetapi dengan bahan baku yang murah, efisien, dan mudah untuk didapat jikalau permintaan melonjak tinggi.

Perbaikan pemasaran atau brand image dan juga kemungkinan pengontrolan SDM dan peningkatan jumlah SDM (jika Diperlukan) menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh PT Intan Makmur Jaya dan juga menjaga kualitas dan mutu produk adalah hal utama yang tidak bisa dilupakan. Pemilihan pasar dan pemilihan segmen memungkinkan perusahaan untuk membuat “kok” dengan berbagai kualitas dimana ada yang bisa di berikan dengan *Low Price* dan *High Price* akan tetapi yang pasti dengan memperhatikan kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Standart Kok. 2017. <http://sportscorner07.blogspot.com/2017/12/standar-shuttlecock-badminton.html>

Marketing Strategy.
<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>

<file:///C:/Users/Windows%207/Downloads/djpen.kemendag.go.id-Panduan%20Ekspor.pdf>

<http://hsh.co.id/prosedur-dan-tata-cara-ekspor/>

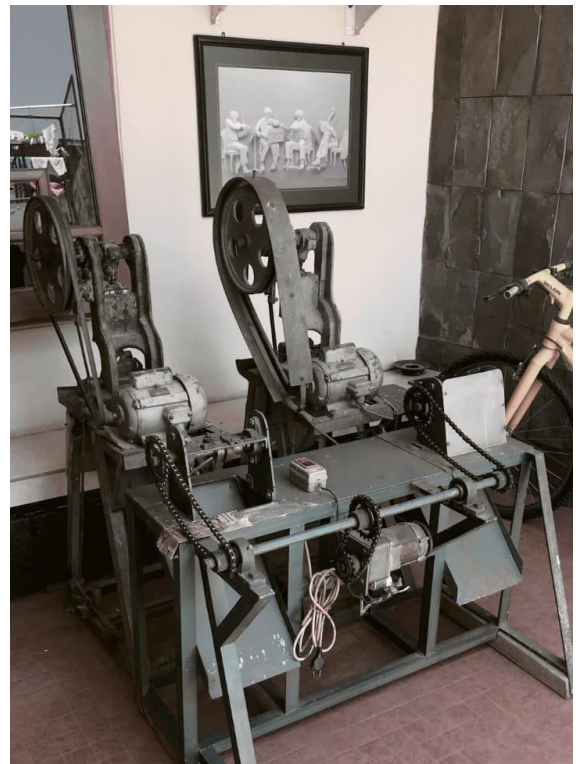
http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/93-empat-tahapan-utama-dalam-ekspor-menggunakan-l-c

DOKUMENTASI



Gambar 1. Pemilik

Gambar 2. Tempat Produksi





Gambar 3. Logo Produk