



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1. Pengertian Pasar.....	6
2.1.2. Pentingnya Pemasaran.....	7
2.1.3. Pemasaran Internasional.....	9
2.1.3.1. Perdagangan Internasional dan Tahapan Pemasaran....	9
2.1.3.2. Alasan-Alasan Perusahaan untuk Go Internasional.....	12
2.1.3.3. Strategi Memasuki Pasar Internasional.....	14
2.1.3.4. Perdagangan Internasional melalui Ekspor.....	17
2.1.4. Strategi Pemasaran.....	20
2.1.4.1. Segmentasi Pasar, Penentuan Pasar Sasaran, dan Penentuan Posisi.....	21
2.1.4.2. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	27



2.1.5. Analisis Lingkungan Bisnis.....	28
2.1.5.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	29
2.1.5.2. Analisis Lingkungan Internal.....	34
2.1.6. Analisis SWOT.....	35
2.2. Landasan Teori.....	38
III. METODE PENELITIAN	40
3.1. Metode Dasar.....	40
3.2. Lokasi Penelitian.....	40
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4. Metode Analisis Data.....	41
IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	43
4.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	43
4.2. Misi dan Visi Perusahaan.....	44
4.3. Fasilitas Perusahaan.....	44
4.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.5. Sumber Daya Manusia.....	47
4.6. Proses Produksi Perusahaan.....	48
4.7. Pemasaran.....	50
V ANALISIS STRATEGI EKSPOR UDANG BEKU.....	52
5.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	52
5.1.1. Analisis Lingkungan Makro (<i>Macro Environmental Analysis</i>)..	52
5.1.1.1. Lingkungan Demografi.....	52
5.1.1.2. Lingkungan Ekonomi.....	54
5.1.1.3. Lingkungan Alam dan Geografi.....	59
5.1.1.4. Lingkungan Teknologi.....	61
5.1.1.5. Lingkungan Politik.....	64
5.1.1.6. Lingkungan Sosial Budaya.....	67



5.1.2. Analisis Lingkungan Mikro (<i>Micro Environmental Analysis</i>)...	70
5.1.2.1. Pelanggan.....	70
5.1.2.2. Pesaing.....	71
5.1.2.3. Saluran Distribusi.....	73
5.1.2.4. Pemasok.....	74
5.2. Analisis Lingkungan Internal.....	75
5.2.1. Pasar dan Pemasaran.....	75
5.2.1.1. Segmentasi Pasar, Penentuan Pasar Sasaran, dan Penentuan Posisi.....	77
5.2.1.2. Strategi Bauran Pemasaran	79
5.2.2. Keuangan	81
5.2.3. Kegiatan Produksi dan Operasi.....	81
5.2.4. Sumber Daya Manusia.....	82
5.3. Analisis SWOT.....	82
5.4. Formulasi Strategi Ekspor.Udang Beku.....	86
VI PENUTUP.....	92
6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perbandingan Beberapa Konsep Pemasaran.....	7
Tabel 2. Keunggulan dan Kelemahan Ekspor Tidak langsung dan Ekspor Langsung	19
Tabel 3. Jam Kerja dan Istirahat Tenaga Kerja PT. Kalimantan Raya Megah Fishery.....	47
Tabel 4. Volume Produksi Komoditas Udang PT. Kalimantan Raya Megah Fishery Tahun 1998 s/d 2002.....	51
Tabel 5. Volume Penjualan Komoditas Udang PT. Kalimantan Raya Megah Fishery Tahun 1998 s/d 2002.....	51
Tabel 6. Produksi dan Pemanfaatan Perikanan Dunia.....	53
Tabel 7. Perkembangan Ekspor Migas dan Non Migas Indonesia Tahun 1992-2001 (juta US\$).....	55
Tabel 8. Daya Saing Pertumbuhan Ekonomi Dunia.....	57
Tabel 9. Daya Saing Mikro Ekonomi Dunia.....	58
Tabel 10. Pelanggan Komoditas Udang Beku PT. Kalimantan Raya Megah Fishery Banjarmasin.....	70
Tabel 11. Pesaing-Pesaing PT. Kalimantan Raya Megah Fishery Banjarmasin untuk Wilayah Kalimantan Selatan.....	72
Tabel 12. Realisasi Ekspor Komoditas Udang Beku Kalimantan Selatan menurut Negara Tujuan Tahun 1999 - 2001.....	76
Tabel 13. Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman).....	83
Tabel 14. Analisis Lingkungan Internal (Analisis Kekuatan dan Kelemahan).....	84



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep Pemasaran.....	8
Gambar 2. Alternatif Memasuki Pasar Internasional.....	17
Gambar 3. Segmentasi Pasar, Penentuan Pasar Sasaran dan Positioning.....	21
Gambar 4. 4 P dalam Bauran Pemasaran.....	27
Gambar 5. Proses Perencanaan Strategi Bisnis.....	29
Gambar 6. Diagram Analisis SWOT.....	36
Gambar 7. Matrik SWOT.....	37
Gambar 8. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
Gambar 9. Struktur Organisasi PT. Kalimantan Raya Megah Fishery.....	46
Gambar 10. Proses Produksi PT. Kalimantan Raya Megah Fishery.....	48
Gambar 11. Saluran Distribusi PT. Kalimantan Raya Megah Fishery.....	73
Gambar 12. Posisi PT. Kalimantan Raya Megah Fishery dalam Analisis SWOT.....	85
Gambar 13. Matrik SWOT PT. Kalimantan Raya Megah Fishery	87



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis strategi ekspor udang beku :: Kasus PT. Kalimantan Raya Megah Fishery Banjarmasin
ABIDIN, M. Zainal, Dr.Ir. Dwidjono HD., MS

Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Penjelasan Hasil Analisis SWOT : Peluang.....	95
Lampiran 2. Penjelasan Hasil Analisis SWOT : Ancaman.....	96
Lampiran 3. Penjelasan Hasil Analisis SWOT : Kekuatan.....	97
Lampiran 4. Penjelasan Hasil Analisis SWOT : Kelemahan.....	98