

ABSTRAK

Tujuan penulis melakukan riset ini khususnya untuk menganalisa tehnik dan cara pemasaran yang diterapkan oleh P.T. ARRISH RULAN dalam rangka memasuki Pasar Komoditas tekstil/pakaian jadi Amerika Serikat. Selain itu penelitian ini juga mengkaji secara makro posisi Negara Indonesia sebagai negara pendatang baru dalam pasar komoditas tekstil/pakaian jadi dunia.

Komoditas tekstil dan pakaian jadi pada dasarnya mempunyai karakteristik pertama komoditas ini tergolong sebagai Buyer's Market yaitu Konsumen mempunyai peranan besar bila dibandingkan Produsen. Kedua Persaingan memperebutkan pangsa pasar tidak hanya ditentukan oleh Harga yang bersaing saja melainkan diwarnai pula oleh faktor-faktor lain seperti : Dukungan Perbankan serta asuransi, sarana dan prasarana transportasi; lobby-lobby Asosiasi Pertekstilan dan berbagai dukungan kebijakan Pemerintah.

Adapun yang menjadi objek penelitian penulis adalah P.T. ARRISH RULAN suatu Perusahaan yang memproduksi pakaian jadi yang sejak diresmikan oleh Ibu Tien Soeharto - Ibu Negara R.I. - pada tahun 1981 telah berhasil mengembangkan kiprahnya membantu Pemerintah dalam peningkatan pendapatan devisa non migas melalui ekspor produksinya ke Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa yang menentukan keberhasilan PT. ARRISH RULAN memasuki pasar Amerika Serikat adalah profesionalism Manajemen dan SDM yang senantiasa berupaya :

1. Menepati dan merealisasikan kuota ekspor
2. Meningkatkan efisiensi proses produksi melalui peningkatan keterampilan tenaga kerja dan mengadakan pembaharuan mesin-mesin yang sudah tidak efisien.
3. Melakukan evaluasi strategi marketing Miix melalui analisis SWOT sehingga Pangsa Pasar dapat dipertahankan dan mutu produk serta harga dapat tetap bersaing.