

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, D. Chandler, Jr .1962. *Strategy And Structure: Chapters In The History Of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass: Mit Press.
- Amir M.S. (2003). *Ekspor Impor Teori Dan Penerapannya*. Cetakan Kedelapan. Penerbit Lembaga Manajemen Ppm, Jakarta Pusat
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid II, Alih bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Arismunandar. 2006. *Analisis Kegiatan Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta: Pusat Penerbit Universitas Terbuka.
- Arthatiani, F. Y., Suryawati, S. H., Luhur, E. S., & Kurniawan, T. (2020). *Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar Industri Tuna Di Indonesia*. Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan, 15(1), 69.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Direktorat Tenaga Kependidikan Dirjen Peningkatan Mutu Pendidikan Dan Tenaga Kerja Kependidikan
- Bbaale, E., Okumu, I. M., & Kavuma, S. N. (2019). *Imported Inputs and Exporting In Africa's Manufacturing Sector*. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 15(1), 19–30.
- Bogdan, Robert C. Dan Biklen Kopp Sari, 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn And Bacon, Inc.: Boston London.

- David Fred R., Forest R. David (2015), *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi Ke-15, New Jersey: Pearson Education.
- David, Fred. R. 2005. *Manajemen Strategis : Konsep-Konsep*. Jakarta: PT. Indeks
- Depdiknas (2008). *Penulisan Modul*. Jakarta: Depdiknas.
- Fitriyani, Adyatma, S. & Kumalawati, R., 2019. *Analisis Tingkat Ketahanan Pangan Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. Jpg (Jurnal Pendidikan Geografi)*, 5(3), Pp. 20-27.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). *SWOT Analysis: A Theoretical Review*. The Journal Of International Social Research, 10(51).
- Husein Umar. 2008. *Strategic Management In Action*. Pt Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kotler Dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ke 12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mankiw, N. Gregory (2006), *Pengantar Ekonomi Makro*, Edisi Ketiga. Salemba Empat Jakarta.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pasaribu, H. F. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan*.
- Drucker, Peter F. 2014. *The Daily Drucker: 366 Days of Insight and Motivation for Getting the Right Things Done*. Amerika: Harper Business.

- Porter, E. M. 1985. *Competitive Advantage-Creating And Sustaining Superior performance*. New York: Free Press.
- Puguh Cahyono 2016. *Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan*", Universitas Islam Lamongan, Volume I No.02, Februari 2016.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Pt Gramedia Pustaka Utama
- Robbins, Stephen P Dan Coulter, Mary. *Manajemen*, (2012), Jakarta: Erlangga
- Robbins, Stephen P Dan Judge, Timothy A, (2014), *Perilaku Organisasi*, Jakarta Salemba Empat.
- Rudi Hartanto, T., Suharno, S., & Burhanuddin, B. (2021). *Daya Saing Ekspor Ikan Tuna-Cakalang-Tongkol Indonesia Di Pasar Amerika Serikat*. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 24(2), 227–235.
- Saptanto, Subhechanis., dan Widyono Soetjipto. 2010. Analisis Model Ekspor Komoditas Perikanan Indonesia dengan Pendekatan Gravity Model. *Jurnal Bijak dan Riset Sosek KP*, Vol 5 No. 2, 2010. 169-181pp.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sudirman, G. Pagalung, S. Baja, Jusni, A. Aswan, Firman, 2018 *Analisis Rantai Pasok Komoditas Perikanan Tuna Di Sulawesi Selatan, Kerjasama Lppm Unhas Dengan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (Eximbank)*. Makassar.

- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- Suhana. 2017. *Catatan Perdagangan Tuna Indonesia*. Literasi Ekonomi Kelautan. Sulawesi Selatan, P., & Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, B. (2022). *Statistik Ekspor Impor*.
- Trout, Jack, Trout On Strategy. *Menguasai Benak Konsumen; Menaklukkan Pasar*. Alih Bahasa; Emil Salim, Jakarta: Buana Ilmu Populer, 2004.
- Tull, D.S And L.R. Kahle (1990), *Marketing Management*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Undang-Undang No.17 Tahun 2006 Perubahan Atas Undang-Undang No. 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan
- Yudiarosa, Indriana, (2009), Analisis Ekspor Ikan Tuna Indonesia, Wacana Vol.12 No.1, hal 116-134.
- Zevi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri*.

# LAMPIRAN

**LAMPIRAN I****WAWANCARA PENELITIAN  
“IDENTIFIKASI FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL”**

- Nama Peneliti** : Husna Haeria
- Judul Penelitian** : Analisis Strategi Pemasaran Ekspor Ikan Tuna Beku Pada PT. Kelola Mina Laut Makassar.
- Narasumber**
- Nama** : 1. M. Alfianda Syarif (Manajer Pabrik)  
2. Sudarsono (Manajer Produksi)  
3. Andi Astirawaty (Manajer QC)  
4. Sitti Rahma Niar (HRD)
- Tujuan Wawancara** : Wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan data terkait faktor-faktor strategis pada PT. Kelola Mina Laut Makassar.

### TRANSKRIP WAWANCARA

1. Apa kelebihan utama dari produk ikan tuna beku pada PT. Kelola Mina Laut Makassar dibandingkan dengan pesaing lainnya?

“Ikan tuna yang diekspor itu kualitasnya bagus, didapat dari penanganan yang baik, serta secara suhu itu harus terkontrol atau standar rantai dinginnya terjaga. Perusahaan tidak bisa menerima bila kondisi ikan yang dipasok itu mengalami mutu yang kurang baik maupun tidak layak untuk diolah. Jadi sudah ada standarisasinya dalam penentuan pembelian bahan baku sehingga produk ikan tuna yang diekspor itu berkualitas”.

2. Bagaimana cara perusahaan mempertahankan kualitas produk?

“Dengan cara pembinaan pada supplier, nelayan, dan juga bagaimana kita memberikan fasilitas penuh sehingga sinergitas dalam tugas sama-sama menjaga ikan dilakukan oleh semua pihak”.

3. Apakah harga jual dari produk ikan tuna beku pada PT. Kelola Mina Laut Makassar mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis? Mengapa demikian?

“Jelas mampu bersaing karena kita bisa ekspor langsung, kemudian kita bisa dapatkan ikan dari berbagai wilayah yang sudah kita kontrol, sehingga harusnya bisa memberikan nilai positif tersendiri ke *buyer*”.

4. Bagaimana kebijakan pemerintah dan regulasi di negara-negara tujuan ekspor mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan?

“Pemerintah jelas membantu karena ada hubungan G to G yang menguntungkan kedua belah pihak di mana pelaku usaha bisa mengirim ikannya ke negara tujuan.

5. Bagaimana perusahaan menjalin kerja sama internasional dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pemasaran ekspor?

“Kita petakan sesuai komoditinya, jadi kita tahu negara mana yang butuh ikan tuna. Jadi kita tinggal melihat *existing buyer* nya siapa kemudian kebutuhan dalam satu tahun itu berapa sehingga kita mampu mengalokasikan untuk mereka berapa”.

6. Bagaimana strategi penentuan harga yang dilakukan perusahaan? Apakah harga yang ditetapkan berdasarkan konsumen, biaya yang dibutuhkan komoditas tersebut?

“Kita harus sinkronisasi semuanya tidak bisa satu kesatuan Karena untuk mencapai harga jual ya kita harus menghitung harga beli bahan baku proses dan lain-lain sehingga bisa mencapai margin yang ditentukan”.

7. Bagaimana saluran distribusi saat ini mendukung atau menghambat pemasaran produk atau layanan?

“Saluran distribusi tentunya ada kendala berupa musim, tapi kita tetap harus mix and match dalam satu kali musim kita harus bisa perform untuk bisa menjawab target yang sudah ditetapkan”.

8. Bagaimana departemen produksi terlibat dalam perencanaan dan implementasi strategi pemasaran ekspor perusahaan?

“Untuk produksi pada intinya yaitu adalah menyiapkan. Yang pertama adalah penerimaan PO. Kedua, bagaimana prosesnya dan kesiapan pengerjaan PO tersebut, baik itu dari sdm, peralatan, dan sebagainya untuk menunjang berjalannya PO tersebut agar dapat terselesaikan tepat waktu sesuai keinginan *buyer*”.



9. Bagaimana departemen produksi memastikan bahwa kualitas ikan tuna memenuhi atau bahkan melebihi standar internasional untuk dapat bersaing di pasar ekspor?

“Dalam pemenuhan kualitas tentunya hal ini sudah dipersiapkan oleh perusahaan, yaitu dengan mengadakan grading pada ikan tuna saat penerimaan dari supplier.

10. Apakah ada sertifikasi atau standar kualitas tertentu yang diadopsi untuk memastikan produk memenuhi persyaratan pasar ekspor?

“Untuk sertifikasi yang dimiliki oleh perusahaan yaitu HACCP. Untuk penanganan ikan dalam prosesnya pada pabrik sesuai dengan SOP mendapatkan grade A. Selain itu ada juga BRC, perusahaan juga mendapatkan grade A”.

11. Apakah ada kebijakan atau inisiatif dalam meningkatkan fleksibilitas produksi untuk dapat mengatasi fluktuasi permintaan pasar internasional?

“Untuk masalah fluktuasi permintaan, perusahaan biasanya mengadakan stok. Ketika banyak permintaan oleh buyer maka perusahaan masih mempunyai stok. Pada intinya kalau untuk ikan perusahaan biasanya berpatokan pada musim. Jadi antara permintaan dan produksi ini harus menyesuaikan. Perusahaan tidak bisa menyetok terlalu banyak agar kualitas ikan itu terjaga”.

12. Bagaimana peran departemen *Quality Control* dalam mendukung strategi pemasaran ekspor? Apakah ada langkah-langkah khusus yang diambil untuk memastikan kualitas produk sejalan dengan target pasar ekspor?

“QC memastikan bahwa semua produk mulai dari hilir sampai ke hulunya itu sudah terkontrol dengan baik sesuai dengan standar, SOP, GMP, kemudian sudah memenuhi syarat seperti yang telah disepakati bahwa perusahaan ini

sudah menerapkan sistem HACCP. QC memastikan bagaimana semua sdm yang bekerja atau mengelola proses mulai dari awal sampai packing itu memiliki kompetensi dan mengetahui sistem standar kita itu seperti apa sehingga dipastikan bahwa semua yang diekspor adalah sudah melalui proses kontrol, sudah sesuai dengan standar, dan sesuai dengan spek dari buyer”.

13. Dalam menghadapi peraturan dan standar kualitas yang berbeda di pasar internasional, bagaimana tim *Quality Control* memastikan bahwa produk memenuhi persyaratan setiap negara yang dituju?

“Jadi setiap negara itu punya aturan masing-masing, dimana setiap negara juga punya nomor registrasi, dan kita tidak bisa masuk tanpa nomor registrasi tersebut. Jadi untuk memastikan bahwa kita bisa berkompetisi dengan yang lainnya yaitu kita memastikan bahwa produk kita itu berkualitas, memenuhi syarat yang sudah menjadi kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli”.

14. Dalam mengukur keberhasilan strategi pemasaran ekspor, bagaimana Anda menilai dan melacak kinerja kualitas produk?

“Untuk menilainya, yaitu bahwa tidak adanya komplain, hal ini berarti bahwa sudah sesuai antara apa yang diinginkan *buyer* maupun pemerintah sudah sesuai dengan apa yang perusahaan kirim”.

15. Apa strategi utama yang diterapkan dalam mengelola rantai pasokan ikan tuna beku, dari produksi hingga ekspor, untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan?

“Keberadaan yang berada jauh dari luar pulau jawa membuat departemen PPIC harus memastikan bahan pengemas itu harus siap. PPIC itu memastikan stock bahan baku, stock non bahan baku, dan stok produk jadi. PPIC mempunyai timeline kapan harus pesan alat angkut, kapan harus persiapan

dokumen, kapan harus dikirim, dll. Pada intinya PPIC harus memastikan bahwa semua sudah harus siap sebelum diekspor.

16. Apakah perusahaan ini menerapkan manajemen persediaan bahan baku? Bagaimana penerapannya?

“Perusahaan memiliki database terkait dengan stock (produk jadi, bahan kemas, non bahan baku, bahan kimia), dan apapun yang diperlukan dalam proses itu di maintenance. Hal ini menjadi salah satu yang menjamin perusahaan mempunyai manajemen yang baik”.

17. Dalam pemantauan inventori dan perencanaan produksi, bagaimana PPIC mengidentifikasi dan mengatasi potensi ancaman terhadap pemasaran ekspor, seperti fluktuasi pasokan atau perubahan regulasi internasional?

“Sebelum kerja, semua harus tertata di awal. *Approval number* atas legal aspek izin kirim, kemudian labeling. Labeling ini merupakan titik kritis dimana label yang tertera harus sesuai dengan permintaan buyer dan sesuai dengan isi produk”.

18. Bagaimana peran tim sumber daya manusia dalam mendukung implementasi dan pengembangan strategi pemasaran perusahaan?

“Dengan adanya peningkatan mutu dan kualitas bagi para pekerja dan pelaksana dengan cara melakukan training baik itu pihak eksternal dan internal PT. Kelola Mina Laut Makassar”.

19. Apakah perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung strategi pemasaran yang ditetapkan?

“PT. Kelola Mina Laut Makassar memiliki SDM yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen di dalam pabrik. Insyaallah dari hulu ke hilir sudah

lengkap sehingga upaya dalam produk ini bisa sampai ke konsumen salah satunya melalui tim HRD dan marketing nya”.

20. Sejauh mana Anda melibatkan karyawan dalam merancang dan menyusun strategi pemasaran perusahaan?

“Yang lebih utama yaitu pada tim pemasaran (marketing), dan top manajer. Nanti ada pengarahan kepada bawahannya Misalnya Supervisor, penanggung jawab, dan operator untuk melakukan pembenahan di dalam pabrik terkait dengan kualitas produk, kebersihannya, dll”.

**LAMPIRAN II**

**DOKUMENTASI PENELITIAN**



**LAMPIRAN III****BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Husna Haeria  
Tempat, Tanggal Lahir : Maumere, 20 Desember 2003  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Anging Mammiri Residence, Jl. Hertasning,  
Makassar.  
No. Hp : 081237088871  
E-mail : riadjafar20@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

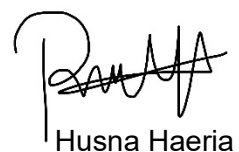
1. 2009 – 2015 : SD Islam Terpadu Mutiara
2. 2015 – 2018 : SMP Negeri 1 Maumere
3. 2018 – 2020 : SMA Negeri 1 Maumere

**Pengalaman Organisasi**

1. Pengurus Ikatan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2023
2. Pengurus KSEI FoSEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2022.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 24 April 2024



Husna Haeria