

**STRATEGI PT.INDOKOM SAMUDRA
PERSADA MEMASUKI PASAR UDANG
PRANCIS DALAM TAHUN 2008 - 2009**

**(STRATEGY PT. INDOKOM SAMUDRA PERSADA FRANCH SHRIMP
ENTERING THE MARKET IN 2008 – 2009)**

SKRIPSI

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional



Diajukan Oleh:

GALIH PERDANA PUTRA (20050510031)

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

STRATEGI PT.INDOKOM SAMUDRA PERSADA MEMASUKI PASAR
UDANG PRANCIS DALAM TAHUN 2008 - 2009

(STRATEGY PT. INDOKOM SAMUDRA PERSADA FRANCH SHRIMP
ENTERING THE MARKET IN 2008 – 2009)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1(S-1)
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Hubungan
Internasional
Pada
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan Oleh:

GALIH PERDANA PUTRA
20050510031

JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul:

**STRATEGI PT.INDOKOM SAMUDRA PERSADA MEMASUKI PASAR
UDANG PRANCIS DALAM TAHUN 2008 - 2009
(STRATEGY PT. INDOKOM SAMUDRA PERSADA FRANCH SHRIMP
ENTERING THE MARKET IN 2008 – 2009)**

Disusun Oleh:

**GALIH PERDANA PUTRA
20050510031**

Skripsi ini telah dipertahankan dalam Ujian Pendadaran, dinyatakan
LULUS
dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Pada

Hari/Tanggal : Senin, 19 Desember 2011

Jam : 08.00 WIB

Tempat : Ruang HI B

Susunan Tim Penguji
Ketua

Drs. Djumadi M.Anwar, M.Si.

Penguji I

Penguji II

Grace Lestariana W.,S.IP.,MSi

Ali Muhammad,M.A.,Ph.,D

PERNYATAAN

Dengan ini saya (GALIH PERDANA PUTRA,20050510031) menyatakan bahwa penulisan skripsi ini benar-benar merupakan hasil saya sendiri, danndidalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis yang dijadikan acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti terdapat duplikasi dan ada pihak lain yang merasa dirugikan dan menuntut maka, saya yang bertandatangan dibawah ini akan menerima konsekwensinya yang menyertai.

Yogyakarta, 01 Januari 2012

Yang Menyatakan

Galih Perdana Putra

HALAMAN MOTTO

*“Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan Taatilah Rasul,
dan Ulil Amri diantara kamu...”*
(Q. S. Al-Nisa’: 59)

*“Dia berpisah dari segala sesuatu dengan menaklukkan dan berkemampuan
atasnya; segala sesuatu berpisah dariNya dengan tunduk dan takluk dan kembali
kepadaNya; barang siapa menyifatinya, maka ia telah membatasiNya; barang
siapa membatasiNya, maka ia telah menghitungNya, barang siapa
menghitungNya maka telah membatalkan kezalihanNya.”*
(Ali bin Abi Thalib)

*“Rakyat harus bangkit, mereka harus menyadari bahwa rahasia dari kemenangan
adalah berharap kepada kesyahidan dan tidak memandang kehidupan materi,
duniawi, dan hewani. Ini adalah rahasia yang dapat membawa rakyat maju, ini
adalah rahasia yang telah diungkap oleh Al Qur’an”*
(Imam Khomaini)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsiku ini kupersembahkan kepada:

- **Kedua orang tuaku yang telah membesarkan anakmu ini dengan penuh kesabaran dan kasihmsayang. Maafkan ananda yang tidak pernah membalas semua yang telah kalian berikan, ananda terlalu banyak dosa.**
- **Keluarga besar (alm) Tunggul Darmojuwono, S.H. MM. terima kasih banyak atas semua yang diberikan kepada saya**
- **Kepada seseorang disana yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta doanya.**
- **Kepada semua keluargaku di Sumatra Selatan, Jakarta, dan Lampung, terimakasih banyak**

KATA PENGANTAR

Puja dan puji Syukur ke hadirat Allah SWT, Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Karena hanya dengan karuniaNya maka kita masih bias menghirup udara kehidupan. Shalawat beserta salam kepada baginda nabi besar Muhammad saw beserta keluarganya yang suci.

Alhamdulillah, penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul STRATEGI PT.INDOKOM SAMUDRA PERSADA MEMASUKI PASAR UDANG PRANCIS DALAM TAHUN 2008 – 2009 dimaksudkan untuk dapat melihat lebih jauh bagaimana strategi sebuah perusahaan memasuki pasar luar negeri di era pasar bebas. Berangkat dari hal di atas maka penulis mencoba untuk mengkaji lebih jauh sistem strategi PT. Indokom Samudra Persada sebagai salah satu fokus penelitian untuk skripsi saya nantinya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak baik itu melalui diskusi, nasehat dan lain sebagainya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih yang terdalam kepada:

1. Drs. Djumadi M.Anwar, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsiku yang telah meluangkan waktunya untuk dapat membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan telah memberikan tauladan yang baik kepada mahasiswanya.
2. Grace Lestariana W.,S.IP.,MSi,. selaku dosen penguji skripsi ini dan sekaligus sebagai dosen pengajar yang telah memberikan tauladan kepada mahasiswanya.
3. Ali Muhammad,M.A.,Ph.,D., selaku dosen penguji skripsi ini dan sekaligus sebagai dosen pengajar yang telah memberikan tauladan kepada mahasiswanya serta selaku Ketua jurusan Ilmu Hubungan Internasional
4. Dr. Achmad Nurmandi, M.Sc., selaku Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Ir. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen yang telah mendidik dan membimbing saya dari awal saya memulai perkuliahan dikampus tercinta ini sampai lulus dengan IPK yang tidak cumlaude namun kemelut. Terimakasih banyak atas ilmu pengetahuan yang telah bapak dan ibu berikan.
7. Seluruh karyawan PT.Indokom Samudra Persada yang telah meluangkan waktu serta memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
8. Indra Karim yang telah meluangkan waktunya untuk di wawancarai dan memberikan apa yang penulis butuhkan dalam melengkapi data penelitian.
9. Teman – teman kos pondok al- khafi dan kos Lestari : syamsuddin.S.T (zamy), Maradona, S.T. Aditya Pranata terimakasih banyak atas keramahannya kalian
10. dr. Ika Puspita Rini dan dr. Aditya Akbar Wicaksono terimakasih banyak atas segala semua masukan dan bimbingannya.
11. Teman – teman yang tidak bias saya sebutkan disini terimakasih banyak atas keramahannya kalian
12. Keluarga Besar HMI Kom. “Tunas Bangsa” UMY: Badrut Tamam S.IP., Ust.Ismunandar M.G.M S.Sos., Faisal A.P.Amd. S.IP., Romi Aidil Adha S.IP., Diki Hikayatullah S.IP., Deni K.J. S.E., Mulyenti S.IP., A. Sohib, Hanafi, Nisa Khaerunnisa S.IP., Vivi Atriani S.E., Nimas Gilang P.N. S.IP., Eko Fachrurozi S.IP.,Aaj Najmudin S.IP., Khaidir S. S.IP., D. Ghandi S.H., dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satupersatu, terimakasih banyak.

Akhirul kalam, maka penulis mengucapkan rasa terimakasih dari lubuk hati yang paling dalam selaku makhluk yang tidak mampu melakukan sesuatu apapun tanpa ridhaNya. Hanya kepadaNya kita berharap dan kepadaNya pula kita kembali.

Yogyakarta, 02 Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan.....	i
Lembar Originalitas.....	ii
Motto.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Lampiran.....	x
Abstraksi.....	xi
BAB I. Pendahuluan	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Tujuan Penulisan	2
C. Latar Belakang	3
D. Pokok Masalah	8
E. Kerangka Dasar Pemikiran	8
F. Hipotesa	18
G. Jangkauan Penelitian	18
H. Metodologi Penelitian	19
I. Sistematika Penulisan	19
BAB II. Gambaran Perusahaan PT. Indokom Samudra Persada	21
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	21
B. Lokasi Perusahaan	23
1. Faktor Geografis	23
2. Faktor Historis	23
3. Faktor Tenaga Kerja	23
4. Faktor Lingkungan Perusahaan	23
C. Organisasi Perusahaan	24
1. Struktur Organisasi	24
2. Tugas dan Tanggung jawab.....	26
D. Susunan Karyawan	28
1. Status Karyawan	28
2. Penggajian Karyawan	29
3. Tunjangan Karyawan	29
4. Pembagian Jam Kerja	30
E. Anak perusahaan dan Afiliasi	30
1. PT. Indo American Seafood	31
F. Produksi	32

1. Pengadaan Bahan Baku	32
2. Jenis Produksi	32
G. Pemasaran Internasional.....	33
BAB III. Politik Memasuki Pasar Udang Perancis	36
A. Alasan Memasuki Pasar Internasional.....	37
B. Pasar Perancis	38
C. Kegiatan Pemasaran Secara Umum	40
1. Fungsi Pengadaan	40
2. Fungsi Transportasi	41
3. Fungsi Menentukan Konsumen / Pasar Sasaran	41
D. Kegiatan Pemasaran Ekspor PT. Indokom Samudra Persada	41
E. Negara tujuan Ekspor PT. Indokom Samudra Persada	43
F. Strategi Pemasaran	45
G. Hambatan – hambatan PT.Indokom Samudra Persada.....	54
BAB IV. Strategi PT. Indokom Samudra Persada	58
A. Strategi Pemasaran Langsung	59
B. Strategi Promosi	61
C. Keputusan Mengenai Program Pemasaran	66
D. Peran Pemerintah Dalam Ekspor Udang	68
BAB V. Kesimpulan	70
Daftar Pustaka	71
Lampiran	73

DAFTAR LAMPIRAN

1. Flow chart distribusi.....	74
2. Kep menteri perindustrian dan dagang no 274/mpp/kep/6/99....	75
3. Peraturan menteri perdagangan No59/M-AG/PER/2010.....	80

Abstract

Indonesia merupakan negara yang memiliki wilayah laut yang luas yang meliputi 5,8 juta km² sehingga memiliki sumberdaya laut yang melimpah dan merupakan sumberdaya yang bergizi tinggi karena kaya akan mineral untuk memenuhi kebutuhan pangan rakyat Indonesia serta menjadi tumpuan kekuatan ekonomi nasional di masa yang akan datang. Udang merupakan salah satu sumberdaya perikanan yang selain mengandung zat – zat gizi yang tinggi bagi tubuh, juga merupakan salah satu komoditi yang memiliki nilai jual yang tinggi baik di pasar domestik maupun mancanegara. Meskipun potensi udang di Indonesia sangat tinggi, tetapi terdapat berbagai permasalahan ekspor pada komoditi udang Indonesia. Untuk itu sebuah perusahaan yang akan melakukan sebuah kegiatan ekspor perlu mengambil keputusan – keputusan dalam melakukan kegiatan ekspor.

PT. Indokom Samudra Persada merupakan sebuah perusahaan pengeksport udang ke pasar luar negeri. Pasar tujuan eksportnya yaitu Perancis. Perancis merupakan termasuk kedalam negara Uni Eropa. Dalam melakukan ekspor banyak terdapat hambatan – hambatan seperti pajak bea masuk, standarisasi mutu, kuota, dan lain – lain.

Penelitian ini bersifat riset deskriptif eksploratif. Analisis deskriptif eksploratif untuk menjelaskan strategi – strategi yang di ambil oleh perusahaan (PT. Indokom Samudra Persada) untuk menembus pasar udang Perancis. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian dan teknik wawancara. Tehnik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan konsep ekonomi politik internasional, strategi pemasaran internasional dan strategi aliansi. Agar permasalahan tidak melebar penelitian ini dibatasi dari januari 2008 hingga desember 2009.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi PT. Indokom Samudra Persada untuk menembus pasar udang di Perancis yaitu dengan menggunakan strategi langsung (perusahaan mengeksport barang langsung ke pembeli) dan strategi promosi (pameran dagang). Sedangkan pada hasil dari strategi aliansi yaitu perusahaan melakukan kerjasama dengan pihak *broker* (perantara).

Kata kunci: pasar Perancis, Uni Eropa, hambatan ekspor, ekonomi politik internasional.

Indonesia is a country that has a vast marine area covering 5.8 million km² that has abundant marine resources and is a highly nutritious resource because it is rich in minerals to meet the food needs of the people of Indonesia and become the foundation of national economic power in the future. Shrimp is one fishery resources which in addition contains a substance - high nutrients for the body, also is one commodity that has a high selling value in both domestic and foreign tourists. Although the potential of shrimp in Indonesia is very high, but there are various problems of Indonesian shrimp exports in commodities. For that a company that will do an export activities need to take decisions - decisions in export activities.

PT. Indokom Persada Ocean is a company exporting shrimp to overseas markets. Export destination markets of France. France is included into the European Union countries. In doing export many of the barriers - barriers such as import tax, standardize quality, quotas, and others - others.

This research is exploratory research deskriptif. Deskriptif exploratory analysis to explain the strategy - the strategy taken by the company (PT. Indokom Ocean Persada) to penetrate the French market shrimp. Methods of data collection is done by direct observation to study sites and interviewing techniques. Technical data processing is done using the concept of international political economy, international marketing strategy and strategic alliances. So that the problem does not widen the study was limited from January 2008 to December 2009.

Based on the results of this study indicate that the strategy of PT. Indokom Ocean shrimp Persada to penetrate the market in France is by using a direct strategy (firms exporting goods directly to the buyer) dn promotion strategies (trade shows). While the outcome of the alliance strategy of the company to cooperate with the broker (intermediary).

Key words: the French market, the EU, export barriers, international political economy.