

**PERANAN PAMERAN DAGANG TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME EKSPOR PADA PT. KENONGO TULIP INDONESIA
DI JAKARTA**

SKRIPSI

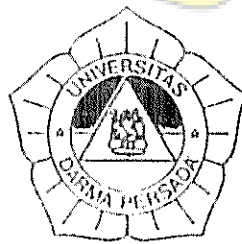
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

Gini Mustapa

No. Pokok : 90410004

NIRM : 903123340250003



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1997**

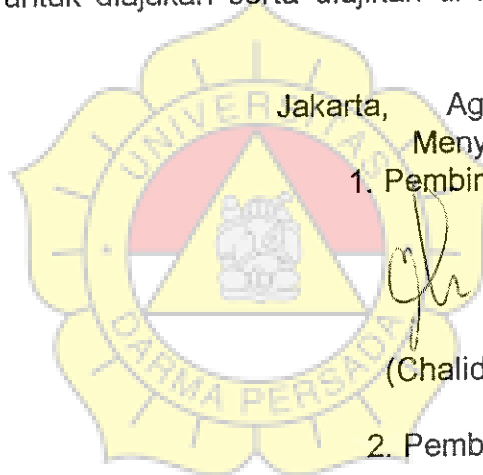
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Gini Mustapa
No. Pokok : 90410004
NIRM : 903123340250003
Peminatan : Manajemen Perdagangan
Program Studi : SI (Strata satu)
Judul Skripsi : Peranan Pameran Dagang Terhadap Peningkatan Volume Ekspor Pada PT. Kenongo Tulip Indonesia di Jakarta

Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan serta diujikan di hadapan Panitia Pengujian Skripsi.

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

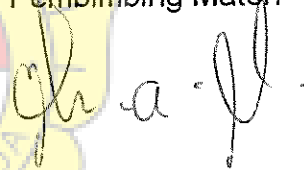

(Drs. Rahedi Soegeng)



Jakarta, Agustus 1997

Menyetujui

1. Pembimbing Materi


(Chalid Ismail, SE)

2. Pembimbing Teknis



(Sukardi, S.E)

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Gini Mustapa
No. Pokok : 90410004
NIRM : 903123340250003
Peminatan : Manajemen Perdagangan
Program Studi : SI (Strata satu)
Judul Skripsi : Peranan Pameran Dagang Terhadap Peningkatan Volume Ekspor Pada PT. Kenongo Tulip Indonesia di Jakarta

Telah diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal1997.

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda tangan
1. Drs. Samsugiar	Ketua	
2. Chalid Ismail, SE	Anggota	
3. Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	

KATA PENGANTAR

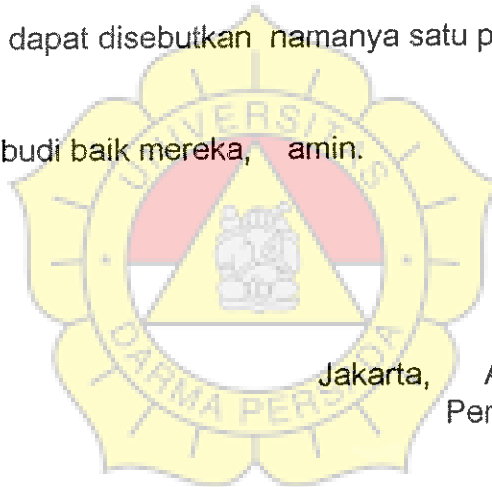
Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat yang dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu tugas Akademik dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Melihat semakin meningkatnya persaingan antar negara di bidang perdagangan khususnya ekspor non migas dan pentingnya melakukan strategi terobosan pasar melalui promosi pameran dagang adalah salah satu bentuk kegiatan yang dianggap efektif, penulis mencoba menganalisis mengenai peranan pameran dagang. Terlaksananya riset dan terwujudnya skripsi ini adalah atas bantuan dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, bantuan baik moril maupun materil kepada penulis sejak menyusun hingga selesainya skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Sartono Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Rahedi Soegeng, Ketua Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

3. Bapak Chalid Ismail, SE, sebagai Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan bimbingan dari awal sampai akhir.
4. Bapak Sukardi, S.E, sebagai Dosen Pembimbing Teknis.
5. Pimpinan beserta karyawan PT. Kenongo Tulip Indonesia yang telah banyak memberikan bantuan berupa kemudahan penelitian dan memberikan data-data kepada penulis.
6. Orang tua serta suami dan anak-anak tercinta yang telah mendorong hingga terselesainya studi penulis.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik mereka, amin.



Jakarta, Agustus 1997
Penulis

(Gini Mustapa)

DAFTAR ISI

	Halaman
Tanda Persetujuan Skripsi	i
Tanda Pengesahan Skripsi	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Hipotesa	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Metodologi Penelitian.....	4
G. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN TEORI.....	9
A. Pengertian Promosi	9
B. Pengertian Pameran Dagang Luar Negeri	11

C. Teknik Mengikuti Pameran Dagang Luar Negeri	12
D. Penyelenggaraan Pameran Dagang Luar Negeri	23
E. Tujuan Pameran Dagang	29
F. Pengertian Ekspor	29
G. Prosedur Ekspor	30
H. Kebijakan Pemerintah Dalam Ekspor	33
I. Tujuan Ekspor	36
BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Singkat Perusahaan	37
B. Struktur Organisasi Perusahaan	38
C. Kegiatan Usaha	45
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	47
A. Pengertian dan Pelaksanaan Pameran	47
B. Perkembangan Peningkatan Volume Ekspor	51
C. Pengaruh Pameran Terhadap Peningkatan Volume Ekspor..	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4 - 1 Pameran Dagang dan Biaya Tahun 1986 - 1992	51
4 - 2 Jumlah Ekspor Tahun 1986 - 1992	51
4 - 3 Biaya Pameran Dagang Dan Ekspor	53
4 - 4 Hubungan antara Biaya Pameran dagang dengan Biaya Nilai Ekspor	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2 - 1 Bagan Prosedur Ekspor	31
3 - 1 Struktur Organisasi PT. KENONGO TULIP INDONESIA	39
4 - 1 Grafik Biaya Pameran dan Ekspor PT. KENONGO TULIP INDONESIA	56



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir ini, kebijaksanaan di bidang perdagangan disesuaikan dengan perubahan strategi pembangunan Indonesia. Dalam kaitan ini kebijaksanaan Pemerintah di bidang ekspor, yang menekankan pada diversifikasi ekspor baik komoditi maupun tujuan ekspornya, khususnya ekspor komoditi non migas. Upaya pemerintah dalam meningkatkan ekspor non migas dengan melalui berbagai penyempurnaan dan pembaharuan yang dikenal dengan paket kebijaksanaan deregulasi dan debirokratisasi yang bertujuan menciptakan iklim usaha yang sehat dengan harapan dapat menggerakkan pelaksanaan pembangunan nasional.

Melalui kebijaksanaan tersebut volume dan nilai ekspor komoditas non migas Indonesia meningkat dengan cepat dan mampu melebihi nilai ekspor komoditas migas. Pada tahun 1983 nilai ekspor komoditas non migas tercatat US\$ 5.005,2 juta yang kemudian meningkat menjadi US\$ 27.077,2 Juta pada tahun 1993, dan pada tahun 1995 tercatat US\$37.138. Sementara itu dalam kurun waktu yang sama nilai ekspor migas tercatat US \$ 16.140,7 juta yang kemudian menurun menjadi US\$ 9.745,8 juta pada tahun 1993, dan pada tahun 1995 menjadi US\$ 6.442,4 juta.

Meskipun dalam satu setengah dasa warsa terakhir ekspor komoditas non migas Indonesia mengalami peningkatan, namun pada masa yang akan datang tingkat persaingan dari negara-negara lain semakin meningkat. Guna mengantisipasi tantangan tersebut selain harus menciptakan produk berdaya saing internasional, di sisi lain peningkatan promosi internasional perlu diperhatikan, karena dengan melalui promosi diharapkan barang dan jasa yang ditawarkan akan lebih cepat dikenal oleh kalangan buyers/ investor, yang pada akhirnya memberikan jalan terciptanya kerjasama bisnis dan peningkatan perdagangan.

Promosi dagang merupakan instrumen perdagangan internasional yang sangat strategis dalam meningkatkan ekspor. Beberapa kegiatan promosi dagang yang dapat dilakukan antara lain dengan penyebaran informasi mengenai suplai ekspor, pameran dagang, misi dagang dan kontak dagang serta lain sebagainya.

Sebagaimana halnya yang dilakukan oleh PT. Kenongo Tulip Indonesia yang bergerak dibidang ekspor barang - barang kerajinan tangan, yang produknya murni untuk diekspor ke luar negeri telah melakukan berbagai terobosan ke pasaran internasional dengan melalui media promosi yaitu pameran dagang Internasional.

Untuk dapat meningkatkan nilai ekspor sekaligus keuntungan perusahaan dan menghadapi persaingan dalam era globalisasi perdagangan bebas pada tahun 2.015 nanti, maka Pameran Dagang adalah merupakan

salah satu cara dalam rangka menerobos pasaran Internasional guna meningkatkan volume ekspor.

Dalam upaya mengetahui pengaruh peran pameran dagang terhadap peningkatan volume ekspor, pada kesempatan ini penulis menyusun skripsi dengan judul, PERANAN PAMERAN DAGANG TERHADAP PENINGKATAN VOLUME EKSPOR PADA PT. KENONGO TULIP INDONESIA DI JAKARTA.

B. Rumusan Masalah

Banyak media promosi yang dapat digunakan. Pameran dagang dianggap paling efektif apabila dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume ekspor. Hal ini juga tergantung dari tehnik dan kesiapan serta pelaksanaannya. Untuk itu perlu suatu strategi dalam usaha peningkatan ekspor, apakah dengan mengikuti pameran dagang PT. Kenongo Tulip Indonesia dapat mencapai target yang diinginkan.

C. Batasan Masalah

Ruang lingkup dari pada penelitian ini dibatasi oleh ;

1. Lokasi penelitian PT. Kenongo Tulip Indonesia di Jakarta
2. Aspek yang diteliti adalah masalah Pameran Dagang dan Ekspor, yang diikuti oleh PT. Kenongo Tulip Indonesia di luar negeri dari tahun 1986 sampai dengan tahun 1992.

D. Hipotesa

Pameran dagang yang diikuti oleh PT. Kenongo Tulip Indonesia di luar negeri akan memberikan dampak / pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan volume ekspor barang - barang hasil produksi PT. Kenongo Tulip Indonesia.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan mengadakan penelitian ini disamping untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi akhir di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, juga untuk mengetahui apakah dengan memilih media promosi melalui pameran dagang akan berpengaruh terhadap peningkatan volume ekspor pada PT. Kenongo Tulip Indonesia.

F. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan informasi dan data - data yang diperlukan serta teori - teori yang erat hubungannya dengan pembahasan penyusunan skripsi ini di peroleh dengan berbagai cara melalui dua pendekatan, yaitu ;

1. Penelitian kepustakaan

Yaitu usaha yang ditempuh untuk mencari data atau informasi secara teoritis dari sumber-sumber sekunder yang di peroleh dari buku/literatur, brosur catatan kuliah, serta bacaan-bacaan lainya yang berkaitan dengan penulisan skripsi.

2. Penelitian Lapangan

Usaha untuk mendapatkan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, dalam hal ini PT.Kenongo Tulip Indonesia, melalui wawancara langsung dan membuat kuisisioner yang ditujukan ke bagian ekspor guna mendapatkan keterangan - keterangan dan bahan - bahan yang berkaitan dengan penulisan skripsi.

Adapun untuk pembuktian dapat dipakai beberapa bentuk atau model sebagai berikut ;

1. Model Korelasi

Hubungan antara 2 (dua) variabel biaya pameran dagang dan hasil ekspor. Misalnya, yang akan dibahas dalam skripsi ini hubungan antara pameran dagang dengan hasil ekspor, akan menunjukkan adanya hubungan (korelasi) antara kejadian yang satu dengan kejadian lainnya. Kejadian tersebut di atas dapat dinyatakan dengan perubahan nilai Variabel,

X = Biaya pameran dagang

Y = Hasil ekspor

Dengan demikian hubungan antara 2 (dua) kejadian dapat dinyatakan dengan hubungan 2 (dua) variabel. Kuat dan tidaknya hubungan antara X dan Y apabila hubungan X dan Y dapat dinyatakan dengan fungsi linier (paling tidak mendekati), diukur dengan sesuatu nilai disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien

korelasi paling sedikit -1 (min satu) dan paling besar 1 (satu) jadi $r =$ koefisien korelasi, nilai r dinyatakan sebagai berikut, Kalau $r = 1$, hubungan x dan y sempurna dan positif (mendekati 1 hubungan sangat kuat dan positif). $r = -1$, hubungan x dan y sempurna dan negatif (mendekati -1 hubungan sangat kuat dan negatif). $r = 0$, hubungan x dan y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

$$\text{Rumus, } r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

2. Model Pertumbuhan

Model pertumbuhan ini melihat pertumbuhan ekspor dari tahun permulaan sampai dengan tahun terakhir untuk menentukan prospek masa depan perusahaan dengan volume ekspor meningkat dari tahun ke tahun kelangsungan hidup perusahaan akan baik. Di dalam persoalan bisnis dan ekonomi di perlukan data untuk mengikuti rata - rata persentase tingkat perubahan melalui waktu untuk menghitung tingkat perubahan hasil ekspor. Berapa besarnya persentase tingkat rata - rata perubahan per tahun dari ekspor ?. Untuk menghitung rata - rata persentase tingkat perubahan ekspor dari tahun ke tahun dengan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$\text{Rumus . } r = \sqrt{\frac{p_n}{p_o}} - 1$$

P_n = data ekspor tahun terakhir

P_o = data ekspor tahun permulaan

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk memberikan gambaran - gambaran secara keseluruhan, dengan harapan dapat memudahkan penyajian dan pembahasan skripsi ini. Isi skripsi ini terdiri atas lima bab sebagai berikut;

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi uraian tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, hipotesa, tujuan penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN TEORI

Bab ini berisikan uraian tentang teori mengenai Promosi dan variabel -variabelnya, pameran dagang, tehnik mengikuti pameran, penyelenggaraan pameran dan tujuan pameran serta pengertian ekspor, prosedur ekspor, kebijaksanaan pemerintah dan tujuan ekspor.

BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan tinjauan umum mengenai perusahaan mulai dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan selanjutnya tentang kegiatan PT. Kenongo Tulip Indonesia.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti pokok permasalahan skripsi ini, di mana penulis menguraikan tentang persiapan dan pelaksanaan pameran, perkembangan peningkatan volume ekspor kemudian pengaruh pameran terhadap volume ekspor.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini merupakan kesimpulan dari pembahasan mengenai peranan pameran dagang terhadap peningkatan volume ekspor pada PT. Kenongo Tulip Indonesia selanjutnya penulis menyampaikan beberapa pandangan atau saran - saran yang kiranya perlu bagi perusahaan untuk peningkatan ekspor yang lebih besar lagi dimasa yang akan datang.