

ONOMI  
AN

**STRATEGI PEMASARAN MINYAK SAWIT (CPO)  
PADA PT.PP. LONDON SUMATRA INDONESIA TBK  
CABANG PALEMBANG SUMATERA SELATAN**

Oleh  
**BERLINSON DAMANIK**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**

**STRATEGI PEMASARAN MINYAK SAWIT (CPO)  
PADA PT.PP. LONDON SUMATRA INDONESIA TBK  
CABANG PALEMBANG SUMATERA SELATAN**



S  
658.810 407  
Daman  
S  
C 050 814  
2005

Oleh  
**BERLINSON DAMANIK**

12738/13020.



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**

## SUMMARY

BERLINSON DAMANIK. Marketing Strategic of Crude Palm oil (CPO) in London Sumatra Indonesia Company Palembang Branch South Sumatra (Supervised by M. BAKIR ALI and MARYADI).

The objectives of this research are to describe marketing strategic of CPO in London Sumatra Indonesia Company in order to increase CPO sale and to estimate CPO sale in future.

This research was conducted in London Sumatra Indonesia Company Palembang Branch South Sumatra in October up to November, 2004. The research method was case study. The sourced data in this research were primary data and secondary data. Primary data was taken by direct interview with marketing manager and the staff also employees in London Sumatra Indonesia Company and the secondary data was taken from the companies, literature, and the departments that have some information about this research.

London Sumatra Indonesia Company as private plantation company who organize oil palm plantation, rubber. The crops were sold in domestic. Palembang Branch has 55.201 hectare oil palm plantation that has sold 104.818.477 kilogram palm oil with average selling cost is Rp3.187,09 per kilogram.

The result of this research described that London Sumatra Indonesia Plantation Company Palembang Branch South Sumatra decided the marketing strategic in industrial customer segment in domestic market with marketing mix

strategy as a company strategy in producing CPO that could compete in quality product, price, and appropriate distribution system.

The marketing strategic conducted by London Sumatra Indonesia Company Branch South Sumatra has increased CPO sales from year to year and forecasted will increase in 2004 Rp426.135.010.916,00 about up to 2008 about Rp750.231.175.852,00 or increase about 12,1 % from year ago.

## RINGKASAN

BERLINSON DAMANIK. Strategi Pemasaran Minyak Sawit (CPO) pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang Sumatera Selatan (Dibimbing oleh M. BAKIR ALI dan MARYADI).

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat strategi pemasaran yang diterapkan PT.PP. London Sumatra Indonesia Tbk sehingga mengalami peningkatan Penjualan CPO dan mengestimasi penjualan CPO pada PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk dimasa mendatang dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

Penelitian ini dilakukan di PT.PP.London Sumatra Indonesia Cabang Palembang pada bulan Oktober 2004 hingga bulan Nopember 2004. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*Case study*) secara khusus mempelajari Strategi pemasaran pada PT.PP.London Sumatra Tbk. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan, sedangkan data skunder diperoleh dari kantor Cabang Palembang, studi pustaka (*literature*) dan lembaga-lembaga yang memiliki keterlibatan dalam penelitian ini.

PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang sebagai perusahaan swasta nasional bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit, karet yang hasil produksinya dipasarkan ke pasar dalam negeri. PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang memiliki perkebunan kelapa sawit seluas 55.201 hektar yang mampu menjual CPO pada tahun 2003 sebesar 104.878.477 Kg dengan harga rata-rata Rp3187,09 per kilogram.

Hasil penelitian ini menggambarkan PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang melakukan strategi pemasaran CPO pada segmen konsumen industri pada pasar dalam negeri dengan strategi *marketing mix* sebagai suatu strategi perusahaan dalam menghasilkan CPO yang mampu bersaing dari segi kualitas produk, harga, dan sistem distribusi yang tepat.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang telah memberikan peningkatan hasil penjualan dari tahun ke tahun dan diproyeksikan akan terus meningkat pada tahun 2004 sebesar Rp426.135.010.916,00 sampai tahun 2008 sebesar Rp750.231.175.853,00 atau meningkat sebesar 12,1 % dari tahun sebelumnya.

Hatani Naibata sanggah au ujian,

bani tanggal 6 Mei 2005 :

"Sagala hata ni Jahowa hata nasintong do ai,  
usih songon pirak na nilala ibagas balanga,  
anjaha ipapitah pitu hali " (*Psalms 12:7*)

Persembahkanku :

1. Bapak dan Mamak yang kusayangi
2. Keluarga KakaK dan Abangku
3. Pemuda GKPS Palembang
4. Jemaat GKPS Palembang
5. Almamaterku dan BOEDAK PSA'OO

**STRATEGI PEMASARAN MINYAK SAWIT (CPO)  
PADA PT.PP. LONDON SUMATRA INDONESIA TBK  
CABANG PALEMBANG SUMATERA SELATAN**

**Oleh  
BERLINSON DAMANIK**

**SKRIPSI**

**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**pada**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**



Skripsi  
**STRATEGI PEMASARAN MINYAK SAWIT (CPO)  
PADA PT.PP. LONDON SUMATRA INDONESIA TBK  
CABANG PALEMBANG SUMATERA SELATAN**


Oleh  
**BERLINSON DAMANIK**  
05003104017

telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian

**Pembimbing I**

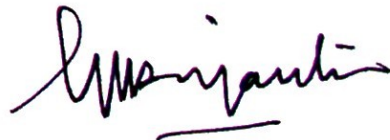
  
**Dr. Ir. M. Bakir Ali, M.S**

**Pembimbing II**

  
**Ir. Maryadi, M.Si**

**Indralaya, 31 Mei 2005**


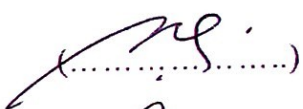
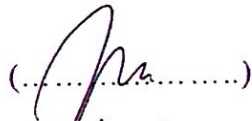
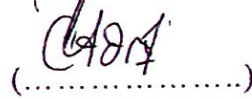
**Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya  
yul Plt. Dekan,**



**Dr. Ir. Gatot Priyanto, M.S  
NIP 131 414 570**

Skripsi berjudul "Strategi Pemasaran Minyak Sawit (CPO) Pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang Sumatera Selatan" oleh Berlinson Damanik telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 6 Mei 2005.

### Komisi Penguji

- |    |                           |            |   |
|----|---------------------------|------------|---|
| 1. | Dr. Ir. M. Bakir Ali, M.S | Ketua      |    |
| 2. | Ir. Maryadi, M.Si         | Sekretaris |    |
| 3. | Ir. Mirza Antoni, M.Si    | Anggota    |   |
| 4. | Dessy Adriani, SP.M.Si    | Anggota    |  |

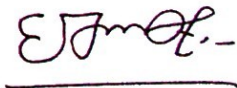
Mengetahui

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

  
  
Mustofa Hakim, M.Si  
NIP. 131 269 263

Mengesahkan

Ketua Program Studi Agribisnis

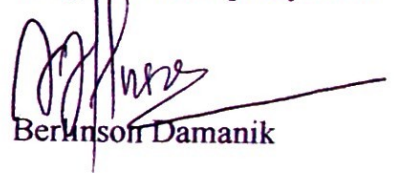
  
Ir. Elisa Wildayana, M.Si  
NIP. 131 691 050

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 31 Mei 2005

Yang membuat pernyataan



Berlanison Damanik

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 31 Januari 1982 di Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara, yang merupakan anak ke enam dari enam bersaudara, putera dari Jaliman Damanik dan Lermentina Saragih.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 101901 Lubuk Pakam pada tahun 1994, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri I Lubuk Pakam pada tahun 1997. Sekolah Menengah Umum di SMU Negeri I Lubuk Pakam pada tahun 2000. Penulis diterima sebagai mahasiswa pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 2000 melalui Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri (UMPTN).

Penulis telah melaksanakan Praktek Lapangan yang berjudul “Tinjauan Proses Pengolahan TBS Kelapa Sawit (*Elaeis quineensis jacq*) menjadi Minyak Sawit (CPO) di PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan”.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha kuasa, karena berkat dan anugerah-Nya jualah, penulis dapat menyelesaikan Laporan Penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Minyak Sawit (CPO) pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang Sumatera Selatan”. disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Dalam menyelesaikan lapaoran ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. M. Bakir Ali, MS dan Ir. Maryadi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan nasihat kepada penulis dalam rencana penelitian hingga penulisan laporan penelitian ini.
2. Bang Sumarjono Saragih, Pak M. Harry Nuryadin, Pak Arnold Pangaribuan dan Kak Tiamsyah sebagai pihak PT.PP.London Sumatra Indoensia Tbk Cabang Palembang yang membantu dalam memberikan informasi dan data yang diperlukan selama penelitian ini.
3. Ibu Herni Badewasta, ST dan Bapak/Ibu pegawai yang berada di Dinas Perindustrian dan perdagangan Provinsi Sumatera Selatan yang telah membantu dalam melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini.
4. Bapak, Mamak, Abangku Hendri Damanik, Parulian Damanik, Rudi Artono Damanik, Jhon Kifli Damanik dan Kakakku yang paling aku sayangi Erni Periana Damanik yang selalu mendukung dan berdoa untukku.

5. Bapa, Inang, Pemuda dan Sekolah Minggu yang ada di GKPS Palembang yang telah membantu dan mendoakanku.
6. Kakak dan abangku di Pemuda GKPS Palembang yang telah mendengarkan keluh kesah, sharing, doa bagiku dan yang telah memberikan semangat buatku untuk menyelesaikan skripsi ini : Kak Dherma Damanik, Kak Yusrinda Damanik, Kak Penny, Kak Swasni, Botou Merry, Kak Erika, Bang Arus (teman seranjangku), Bang Darwin, Bang Nirwan, Bang Weldo, Bang Irwan, dll.
7. Khusus angkatan 2000 teman seperjuanganku : Melva,S.E, Indi, Ismanto, Sitti, Jan Krippen, Jhon Alianson Purba terimakasih buat dukungan dan semangatnya (*Spesial buat Junetri sembiring, Lenny Purba, Houlman*) you are my best friend.
8. Adik-adikku yang kukasihi Berijon Damanik, Gondo Damanik,, Rismauli, Rado, Arkit, Rivan, Liverson, Masri, Intan, Kedai, Nando Tobing, Roy Indra, Roy Tumanggor, Masri, Efri, Rina Damanik, Kedai Sembiring, Dewi Purba, Tina Damanik, Jechry, Erwandono, Gustaman terimakasih buat seluruh bantuan kalian (*kalian semua lucu deh*)
9. Seluruh Teman-teman PSA angkatan 2000 tanpa terkecuali yang telah menjadi sahabatku dalam menjalani perkuliahan (Mang cek Andre & idan)
10. Keluarga besar LPMI Palembang yang menjadi tempat aku dibentuk dan mengenal Tuhan, terkhusus buat Mas Kristian Sukatman dan Kak Eva Ros Lince sebagai kakak rohaniku, tak lupa teman-teman seperjuangan ; Melani, Nardus, Dora, Yenni Barus, Anta, Anita, Rida Pandiangan, Roy Sibuea,

11. Eva Magdalena yang memperhatikan dan memberikan semangat buatku.

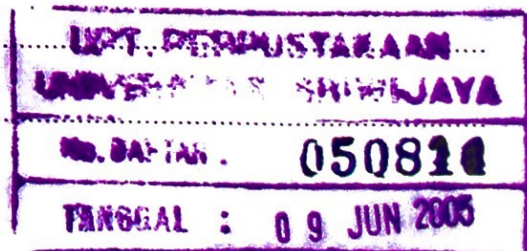
Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan semoga penelitian dapat berguna dan memberi manfaat bagi Perusahaan dan bagi kita semua.

Inderalaya, 31 Mei 2005

Penulis

# DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
A. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Konsepsi Manajemen Pemasaran .....	7
2. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	9
3. Konsep Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....	13
4. Analisis SWOT .....	24
5. Konsepsi Peramalan Penjualan .....	26
B. Model Pendekatan.....	28
C. Batasan Operasional .....	29
III. PELAKSANAAN PENELITIAN .....	33
A. Tempat dan Waktu .....	33
B. Metode Penelitian .....	33
C. Metode Pengumpulan Data .....	33
D. Metode Pengolahan Data.....	34



050814



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Keadaan Umum Perusahaan .....	35
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	35
2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	39
3. Bidang Usaha.....	43
4. Perkebunan dan Pabrik Pengolahan (CPO) .....	44
a. Perkebunan.....	44
b. Pabrik Pengolahan CPO .....	46
B. Strategi Pemasaran Perusahaan.....	48
1. Segmentasi Pasar .....	49
2. Penentuan Posisi Pasar .....	51
3. Strategi Memasuki Pasar .....	53
4. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	54
a. Kebijakan Produk .....	55
b. Kebijakan Harga .....	60
c. Kebijakan Promosi .....	62
d. Kebijakan Distribusi .....	64
5. Strategi Penentuan Waktu .....	67
C. Analisis SWOT .....	68
1. Hasil Analisis SWOT.....	68
a. Kekuatan Perusahaan ( <i>Strenghts</i> ).....	70
b. Kelemahan Perusahaan ( <i>Weaknessess</i> ) .....	71
c. Peluang Perusahaan ( <i>Opportunities</i> ) .....	74
d. Ancaman Perusahaan ( <i>Threats</i> ) .....	77

2. Alternatif Strategi berdasarkan Analisis SWOT .....	77
a. Strategi SO ( <i>Strenghts-Opportunities</i> ) .....	77
b. Strategi ST ( <i>Strenghts-Threats</i> ) .....	79
c. Strategi WO ( <i>Weaknesses-Opportunities</i> ) .....	79
d. Strategi WT ( <i>Weaknesses-Threats</i> ).....	80
D. Estimasi Penjualan Minyak Sawit (CPO).....	81
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	86
LAMPIRAN .....	88

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Ekspor CPO Indonesia ke Dunia Tahun 1997-2000.....	3
2. Penjualan CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk tahun 1999-2003	5
3. Perkebunan Inti kelapa sawit PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 2003 .....	45
4. Kebun kelapa sawit plasma PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 2003.....	45
5. TBS dan CPO yang diproduksi PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 1999-2003 .....	46
6. Perusahaan pembeli CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 2003.....	50
7. Pangsa bentuk konsumsi CPO Indonesia tahun 1991-1996 .....	51
8. Perusahaan Pesaing di Sumatera Selatan tahun 2003.....	53
9. Harga rata-rata penjualan CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 1999-2003 .....	62
10. Lokasi industri pembeli dan alat angkut CPO yang digunakan.....	67
11. Luas dan Produksi kelapa sawit di Sumatera Selatan tahun 2003 .....	75
12. Peluang Pengembangan pabrik kelapa sawit di Sumatera Selatan tahun 2003.....	76
13. Proyek pembangunan pabrik kelapa sawit oleh PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang .....	78
14. Penjualan CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 1999-2003 .....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Siklus hidup produk .....	15
2. Diagram matrik SWOT.....	25
3. Model pendekatan penelitian.....	28
4. Skema struktur organisasi PT.PP.London Sumatra Indonesi Tbk.....	39
5. Posisi pasar CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk.....	52
6. Klon dura buah kelapa sawit.....	57
7. Skema material balance target minyak sawit PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang tahun 2003 .....	58
8. Tangki Penyimpanan minyak sawit PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	59
9. Minyak sawit murni hasil produksi kelapa sawit .....	60
10. Siklus hidup produk CPO pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	63
11. Sistem pendistribusian CPO pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	65
12. Matrik SWOT PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang	69
13. Perusahaan perkebunan di Sumatera Selatan tahun 2003.....	77
14. Grafik penjualan CPO pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang tahun 1999-2003 .....	82
15 Grafik estimasi penjualan CPO pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang tahun 2004-2008.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta kebun kelapa sawit lokasi Muara Rupit .....	88
2. Peta kebun kelapa sawit lokasi Terawas.....	89
3. Peta kebun kelapa sawit lokasi Bengin Teluk .....	90
4. Peta kebun kelapa sawit lokasi Semangus.....	91
5. Lokasi perkebunan Inti PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk .....	92
6. Lokasi perkebunan plasma PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk.....	94
7. Skema proses pengolahan minyak sawit (CPO).....	95
8. Perusahaan pelanggan minyak sawit PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang tahun 1999-2003.....	96
9. Elastisitas permintaan CPO terhadap harga pada PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	97
10. Standart kriteria sortasi buah kelapa sawit .....	98
11. Besarnya rendemen minyak sawit dari TBS Produksi petani.....	99
12. Data pengiriman CPO dari tangki timbun Sei lais Palembang tahun 2004	100
13. Harga CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk dibandingkan dengan harga pasar dunia .....	102
14. Perhitungan harga CPO dengan <i>metode cost plus pricing</i> .....	103
15. Neraca keuangan PT.PP PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	104
16. Laporan laba rugi PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang .....	106
17. Analisis Rasio keuangan PT.PP.London Suamtra Indonesia Tbk Cabang Palembang .....	107
18. Tingkat kehilangan minyak (losses) di pabrik kelapa sawit.....	109

19. Tabel penjualan CPO PT.PP.London Sumatra Indoensia Tbk tahun 1999-2003 .....	110
20. Persentase estimasi peningkatan penjualan CPO tahun 2004-2008 .....	111
21. Persentase perubahan volume penjualan CPO .....	112
22. Persentase perubahan harga CPO .....	113
23. Persentase peningkatan penjualan CPO tahun 1999-2003 .....	114
24. R-Square penjualan (Y) terhadap waktu (t).....	115

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perubahan Geopolitik yang tidak mudah diramalkan arah maupun dampaknya, dan kemajuan Iptek yang berkembang sedemikian rupa tampaknya telah membawa struktur perekonomian dunia ke arah globalisasi. Keadaan perekonomian dan pola perdagangan serta industri internasional saat ini sangat diwarnai dengan tumbuh dan berkembangnya blok-blok kerjasama regional dan menyatunya kawasan dan kekuatan ekonomi besar. Contoh yang sangat tampak antara lain MEE (Pasar Tunggal Eropa) atau *European Economic Community*, pasaran bersama Amerika Utara (*North America Alliance*), NAFTA, Perkembangan kegiatan ekonomi di kawasan Asia Pasifik (Jepang, Korea, Hongkong, Taiwan) atau *Asia Pasific Economic Cooperation* tahun 2010, serta berbagai kebangkitan ekonomi di wilayah Eropa Timur bahkan terelisasinya korporasi antara Indonesia-Malaysia-Singapura dalam *Triangle Growth* serta AFTA (*Asia Free Trade Area*) tahun 2003 merupakan indikasi perubahan struktur tersebut <sup>1)</sup>

Fenomena globalisasi berkembang selaras dengan melajunya teknologi informasi dan transportasi, mengakibatkan perkembangan perekonomian internasional akan segera menimbulkan dampak yang nyata atas perekonomian nasional termasuk di dalamnya pada sektor pertanian dalam berbagai kegiatannya, mulai dari kegiatan pemanfaatan sumberdaya produksi sampai pada kegiatan distribusi, pemasaran dan perdagangannya. Jelaslah bahwa cepatnya fenomena globalisasi ekonomi membawa dampak, baik untuk negara-negara industri maupun

---

<sup>1</sup> Rapat kerja daerah Masyarakat Agribisnis Indonesia (MAI) Sumatera Selatan tahun 2003

negara berkembang seperti Indonesia yang perekonomiannya masih didukung oleh sektor pertanian menuju sektor industri yang berbasis pertanian. Dampak globalisasi ekonomi dalam ruang lingkup agribisnis di sektor pertanian akan segera terlihat pada sektor-sektor produksi dari berbagai komoditas pertanian. Jika ingin terus meningkatkan kemampuan bersaing komoditas pertanian di pasar domestik dan internasional, maka mau tidak mau Indonesia harus mampu menangkap setiap gejala ataupun pergerakan yang terjadi. Untuk menangkap dampak positif dari era globalisasi tersebut serta agar mampu bersaing secara kompetitif di pasar internasional, maka produk-produk pertanian haruslah diusahakan secara efisien dengan kualitas hasil yang sesuai dengan permintaan pasar. Keadaan ini memperlihatkan bahwa pola produksi pertanian senantiasa mensyaratkan untuk selalu berorientasi pada pasar dan tidak semata-mata bertumpu pada apa yang dihasilkan saja (Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2003).

Subsektor perkebunan memegang peran yang strategis serta menyentuh berbagai segi kehidupan bangsa, yang memberikan kontribusi sebesar 17,23 % bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Oleh karena itu perkebunan merupakan subsektor yang sangat baik untuk dikembangkan guna mencapai berbagai tujuan pembangunan bangsa. Salah satu dari komoditi perkebunan yang memberikan kontribusi yang besar adalah kelapa sawit, yang menopang industri-industri minyak kelapa sawit di Indonesia (Dinas Perkebunan Provinsi Sumsel, 2002). Saat ini tidak kurang dari 70 negara mengkonsumsi minyak sawit sebagai bahan pangan dan nonpangan serta merupakan minyak makan nabati yang paling besar dikonsumsi setelah minyak kedelai (Rismawani, 1992).



Adapun keunggulan dari kelapa sawit sebagai komoditi perkebunan yang memberikan kontribusi yang penting bagi perekonomian Indonesia adalah :

1. Kelapa sawit (*Elaeis guineensis jacq.*) dewasa ini masih merupakan komoditi perkebunan yang memiliki prospek cerah dibandingkan dengan kopi dan karet, hal ini disebabkan oleh faktor semakin meningkatnya kegunaan minyak kelapa sawit bagi konsumen baik untuk kebutuhan pangan atau non pangan.
2. Pada negara-negara konsumen minyak sawit, dengan kebutuhan minyak sawit yang cukup tinggi, sehingga untuk memenuhi kebutuhan sawit dalam negeri perlu mengimpor minyak sawit dari negara-negara produsen minyak sawit yang salah satunya adalah Indonesia.

Tabel 1. Ekspor CPO Indonesia ke Dunia Tahun 1997-2000

No	Tahun	Jumlah (Ton/thn)
1.	1997	2.967.589
2.	1998	1.479.278
3.	1999	3.298.986
4.	2000	4.110.027

Sumber : Penebar Swadaya, 2003

Dari data di atas terlihat jelas bahwa sampai tahun 2000 ekspor CPO Indonesia ke dunia tetap meningkat, dan hal ini membuktikan bahwa permintaan CPO dunia masih tinggi.

3. Selain sebagai bahan baku untuk industri pangan, minyak kelapa sawit mempunyai potensi yang cukup besar untuk digunakan di industri-industri non pangan, dari industri farmasi sampai industri oleokemikal yaitu pengolahan asam lemak, metilester, lemak alkohol, asam amino dan gliserin, bahan detergen.

Selain itu, hasil sampingan industri pengolahan kelapa sawit bahkan limbahnya dapat dijadikan bahan pakan ternak, sebagai pupuk, dan sampai pemanfaatan sebagai bahan bakar (Penebar swadaya, 2003).

Dengan adanya persaingan yang tajam antara perusahaan-perusahaan dalam merebut pangsa pasar yang luas, maka suatu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meraup pangsa pasar tersebut. Dalam melakukan strategi pemasarannya suatu perusahaan perlu mengamati dan memantau perkembangan baru di lingkungannya. Perusahaan harus yakin lingkungan akan berubah, sehingga perusahaan harus menilai dan merubah pelaksanaan, program, strategi, atau bahkan sasarannya. Perkembangan tersebut bisa terjadi di lingkungan internal maupun di lingkungan eksternal (Rangkuti, 2001).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oportunities, Threats*) merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalkan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan dan menekan ancaman yang timbul dan yang harus dihadapi (Widjaja, 1994).

## **B. Rumusan Masalah**

PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk cabang Palembang adalah sebuah perusahaan perkebunan swasta besar nasional dari sisi produksi merupakan perusahaan perkebunan yang terbesar di Sumatera Selatan yang melakukan pengelolaan perkebunan kelapa sawit, pengolahan menjadi minyak sawit (CPO) serta pemasarannya. Perkebunan kelapa sawit yang secara khusus diusahakan oleh

PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk dalam melaksanakan aktifitasnya sangat menyadari peran dan arti pentingnya dari strategi pemasaran yang hingga akhir tahun 2003 penjualan CPO meningkat sebesar Rp 334.257.651.337.

Tabel 2. Penjualan CPO PT.PP.London Sumatra Indonesia Tbk tahun 1999-2003

Tahun	Jumlah (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Penjualan (Rp/thn)
1999	22.597.110	2094,33	47.325.887.050
2000	44.586.390	1942	86.597.337.601
2001	61.560.380	2017,21	124.180.139.734
2002	119.263.110	2708	322.919.737.478
2003	104.878.477	3187,09	334.257.657.337

Sumber : PT. PP. London Sumatra Indonesia Tbk Palembang *Branch Office*, 2003

Strategi pemasaran dalam suatu perusahaan dibutuhkan dengan tujuan :

1. Agar Perusahaan mampu bertahan dalam usaha yang dijalankan.
2. Memacu laju pertumbuhan usaha semaksimal mungkin secara berkesinambungan sesuai dengan yang diharapkan.
3. Mampu bersaing dalam menghadapi kompetisi yang ada.

Dalam upaya menghadapi perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu dapat melakukan berbagai upaya yang diharapkan dapat mewujudkan tujuan dan sasaran perusahaan yang telah digariskan. Untuk mewujudkan hal tersebut pihak manajemen dapat mengambil berbagai langkah dan kebijakan yaitu diantaranya dengan menjalankan strategi pemasaran yang tepat agar dalam setiap aktifitas operasional yang dijalankan perusahaan tidak mengalami kerugian dan tetap bersaing dengan perusahaan perusahaan lain baik nasional maupun internasional. Dari permasalahan ini maka

peneliti mendapatkan beberapa masalah yang dianggap menarik untuk diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh PT.PP.Londón Sumatra Indonesia Tbk sehingga mengalami peningkatan penjualan CPO.
2. Berapa estimasi penjualan CPO pada PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk di masa mendatang.

### **C. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk :

- 1 Mendeskripsikan secara luas strategi pemasaran yang diterapkan PT.PP. London Sumatra Indonesia Tbk sehingga mengalami peningkatan Penjualan CPO.
- 2 Mengestimasi penjualan CPO di masa mendatang pada PT.PP London Sumatra Indonesia Tbk.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai informasi bagi pihak perusahaan untuk memberikan sumbangan saran dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat, guna meraup pangsa pasar sasaran, serta tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam memahami kebijaksanaan manajemen khusus dalam strategi pemasaran CPO di PT.PP. London Sumatra Indonesia Tbk Cabang Palembang, dan sebagai tambahan pustaka bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 1997. Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi, Korelasi, dan Non Parametrik. BPFE. Yogyakarta.
- Alma, 1998. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Alfabeta. Bandung.
- Arief, 1993. Metodologi Penelitian Ekonomi, UI-Pres. Jakarta.
- Badan Agribisnis Konsep dan Kebijakan dan Strategi Pengembangan, 2003. Badan Agribisnis Sumatera Selatan.
- Bangun, 2003. Mendongkrak Pertumbuhan CPO Nasional. (online) <http://www.gapki.org.id> diakses 20 Desember 2004.
- Cravens, 1995, Pemasaran Strategis, Erlangga, Jakarta
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2003. Nota Dinas perihal Penetapan Harga TBS dan CPO Tahun 2003. Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan, 2002. Laporan Tahunan. Kantor Dinas Perkebunan Sumatera Selatan.
- Husein, 1997. Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, 1990. Manajemen Pemasaran Erlangga, Jakarta.
- Kotler, 1991. Marketing Management, Analysis, Planning and Control, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Susanto, 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 1, Prehalindo. Jakarta
- Kotler, 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Prenhalindo, Jakarta.
- Lonsum, 2003. Analisis dan Pembahasan Manajemen. (online), <http://www.londonsumatra.com> diakses 18 Desember 2004.
- Rangkuti, 1999. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia, Jakarta.

- Saragih, 1998. Rencana Induk Kegiatan Rusnas. Dinas Perindustrian dan Perdagangan.
- Stanton, 1996. Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta, 1996.
- Sukma, 2003. Skripsi . Analisis Strategi Pemasaran Dalam peningkatan volume penjualan pada perusahaan relia furniture palembang. Fakultas Ekonomi, Universitas Srciwijaya. Tidak dipublikasikan
- Sutoyo, 2002, Startegi Manajemen Pemasaran. Seri manajemen No. 6. PT Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Swastha dan Irawan, 1995. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua. Liberty, Yogyakarta.
- Tim Penebar Swadaya, 2003. Kelapa Sawit Usaha Budidaya, Pemanfaatan Hasil dan Aspek Pemasaran. Jakarta.