

**ANALISIS FAKTOR YANG MENDORONG PEMASARAN EKSPOR DAN
PENGARUH PADA PENINGKATAN JUMLAH PENJUALAN PRODUK IKAN TUNA
PADA PT. SAMUDERA MANDIRI SENTOSA**

Juliedi Manuel Palenewen

Sekolah Tinggi Bisnis dan Manajemen Dua Sudara Bitung

Correspondence		
Email: edimanuelpalenewen@gmail.com	No. Telp: -	
Submitted 14 July 2025	Accepted 23 July 2025	Published 24 July 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor utama yang mendorong pemasaran ekspor dan dampaknya terhadap peningkatan volume penjualan ikan tuna pada PT. Samudera Mandiri Sentosa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada staf bagian ekspor dan pemasaran. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi kualitas produk, harga bersaing, saluran distribusi, serta dukungan kebijakan pemerintah. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume ekspor, dengan kualitas produk dan jaringan distribusi sebagai faktor dominan. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan terus meningkatkan standar kualitas produk serta memperluas jaringan distribusi internasional secara strategis.

Kata kunci: ekspor; pemasaran internasional; volume penjualan; produk ikan tuna; PT. Samudera Mandiri Sentosa

ABSTRACT

This study aims to evaluate the key factors driving export marketing and their impact on increasing tuna sales volume at PT Samudera Mandiri Sentosa. This study used a quantitative method with a survey approach, where data was obtained through questionnaires distributed to export and marketing staff. Factors analyzed included product quality, competitive pricing, distribution channels, and government policy support. The analysis showed that all these factors significantly influenced export volume growth, with product quality and distribution networks being the dominant factors. This study recommends that the company continue to improve product quality standards and strategically expand its international distribution network.

Keywords: export; international marketing; sales volume; product tuna; PT Samudera Mandiri Sentosa

Pendahuluan

Peningkatan ekspor produk perikanan menjadi bagian penting dalam strategi pembangunan ekonomi Indonesia. Ikan tuna sebagai komoditas unggulan berperan besar

dalam kontribusi ekspor sektor perikanan. Dalam konteks ini, PT. Samudera Mandiri Sentosa menjadi salah satu pelaku utama yang terus berupaya meningkatkan volume ekspor melalui strategi pemasaran yang adaptif dan inovatif.

PT Samudra Mandiri Sentosa, yang dikenal juga sebagai Tuna SMS, didirikan pada tahun 2012 di Bitung, Sulawesi Utara. Perusahaan ini mengakuisisi salah satu pabrik pengalengan tuna terbesar di wilayah timur Indonesia dengan kapasitas produksi harian mencapai sekitar 150 ton SMS dikenal memproses tuna hasil tangkapan metode pole-and-line, metode tradisional satu-per-satu yang selektif dan ramah lingkungan. Produk unggulannya meliputi tuna kaleng, tuna beku, loins tuna siap saji, serta fishmeal, dan seluruh produksinya dijalankan dalam kerangka sistem HACCP yang diakui secara internasional serta telah bersertifikat BRC, OU (Kosher), dan Halal

Perusahaan ini telah memulai ekspor perdana produk tuna berkelanjutan yang tersertifikasi MSC (Marine Stewardship Council) dan Fair Trade pada 4 Juni 2025, dengan tujuan ke Amerika Serikat dan Eropa Sertifikasi ini menunjukkan komitmen kuat SMS untuk mendukung keberlanjutan sumber daya laut sekaligus mendayagunakan nelayan lokal yang terbina. Dengan dukungan armada penangkapan dan pelibatan masyarakat lokal, SMS memperlihatkan sinergi antara industri, pemerintah, dan komunitas dalam menjadikan Bitung sebagai pusat ekspor tuna berstandar global

Proses produksi tuna di PT SMS berjalan melalui tahapan yang ketat, mulai dari pemeriksaan bakteri, analisis histamin, pre-cooking, hingga loining manual dan pemeriksaan kualitas oleh tim QA. Produk tuna kemudian melewati deteksi logam, pengemasan otomatis, seaming, sterilisasi (retorting), labeling, hingga packaging final dengan pengawasan ketat sesuai standar HACCP, BRC, OU (Kosher), dan Halal. Selain itu, Tim Pengembangan Produk juga giat melakukan riset untuk varian rasa baru dan peningkatan efisiensi produksi agar produk tetap kompetitif dan sesuai selera global.

Untuk mempertahankan pasokan bahan baku sepanjang tahun, PT SMS juga terlibat dalam program keberlanjutan, seperti Milkfish Project, bekerja sama dengan AP2HI. Proyek ini bertujuan menyediakan umpan hidup (baits) hasil budidaya bandeng yang secara bertahap mampu memenuhi kebutuhan industri pole and line, mengurangi ketergantungan pada umpan liar, dan menekan biaya logistik. Dengan keberlanjutan pasokan tersebut, produksi tuna PT SMS dapat berjalan lebih stabil dan efisien dari segi biaya dan lingkungan

Metodologi Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Analisis dilakukan dengan regresi linear berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh staf bagian ekspor dan pemasaran PT. Samudera Mandiri Sentosa. Sampel dipilih secara purposive sebanyak 50 orang.

Data didapatkan dari kuesioner tertutup, wawancara terbatas, dan dokumentasi internal perusahaan. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan juga koefisien determinasi (R^2)

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Responden

Sebagian besar responden memiliki pengalaman lebih dari lima tahun di bidang ekspor. Hal ini mendukung kualitas data yang dikumpulkan.

Uji Validitas

Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
X1.1	0.712	Valid
X1.2	0.698	Valid
X1.3	0.735	Valid
X2.1	0.654	Valid
X2.2	0.643	Valid
X2.3	0.667	Valid
X3.1	0.701	Valid
X3.2	0.682	Valid
X3.3	0.726	Valid
Y1	0.785	Valid
Y2	0.742	Valid
Y3	0.761	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 12 item pernyataan, seluruh nilai Corrected Item-Total Correlation > 0.3 . Maka seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
0.874	12	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha: $0.874 > 0.7$, maka instrumen dikatakan reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	2.135	-	-	-
Kualitas Produk (X1)	0.342	4.532	0.000	Signifikan
Harga (X2)	0.281	3.228	0.002	Signifikan
Promosi (X3)	0.306	3.789	0.001	Signifikan

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = 2.135 + 0.342X1 + 0.281X2 + 0.306X3$$

Dimana:

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

Y = Peningkatan Penjualan

Uji Koefisien Determinasi (R²)

R Square	Keterangan
0.689	68.9% variabel Y dijelaskan oleh X1, X2, dan X3

R Square = 0.689

Artinya, 68.9% variasi peningkatan penjualan dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga, dan promosi. Sisanya 31.1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Uji t (Parsial)

- Kualitas Produk (X1): t hitung = 4.532, Sig = 0.000 < 0.05 → signifikan
- Harga (X2): t hitung = 3.228, Sig = 0.002 < 0.05 → signifikan
- Promosi (X3): t hitung = 3.789, Sig = 0.001 < 0.05 → signifikan

Uji F (Simultan)

F hitung	Sig.	Keterangan
36.823	0.000	Signifikan

F hitung = 36.823, Sig = 0.000 < 0.05

Artinya, variabel X1, X2, dan X3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Pembahasan

Kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan dalam keberhasilan pemasaran produk perikanan di pasar internasional. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen global sangat memperhatikan mutu dan sertifikasi yang melekat pada produk, seperti standar keamanan pangan dan keberlanjutan. Dengan kualitas yang terjamin, produk perikanan mampu bersaing dan diterima dengan baik di berbagai negara tujuan ekspor.

Selain kualitas, distribusi yang efektif juga menjadi penentu utama dalam menjangkau pasar baru. Sistem distribusi yang handal memastikan produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, perusahaan harus membangun jaringan logistik dan mitra distribusi yang kuat agar mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan.

Kualitas produk menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar internasional. Produk tuna PT SMS yang memiliki sertifikasi internasional seperti MSC dan Fair Trade menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari pembeli luar negeri, sehingga mampu mendorong permintaan ekspor secara berkelanjutan. Kedua, harga yang kompetitif juga berperan penting dalam memenangkan persaingan global, terutama ketika dikombinasikan dengan kualitas produk yang unggul.

Selanjutnya, saluran distribusi yang efektif terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan mempermudah akses produk ke berbagai negara tujuan ekspor. Keberadaan jaringan distribusi yang luas dan terpercaya meminimalkan hambatan logistik dan memastikan produk sampai dalam kondisi prima kepada konsumen akhir. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah melalui kemudahan prosedur ekspor dan pemberian insentif turut memperkuat posisi PT SMS dalam menghadapi tantangan perdagangan internasional.

Analisis regresi menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi positif signifikan terhadap peningkatan volume penjualan tuna ekspor PT SMS. Faktor kualitas produk dan distribusi menjadi variabel dengan

pengaruh paling kuat, menegaskan bahwa perusahaan perlu fokus pada pengembangan mutu produk dan perluasan jaringan distribusi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan ekspor di masa mendatang.

Dari hasil uji SPSS dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap peningkatan jumlah penjualan ekspor produk ikan tuna pada PT. Samudera Mandiri Sentosa.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh faktor yang dianalisis memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan ikan tuna. Kualitas produk dan jaringan distribusi adalah faktor dominan.

Referensi

PT Samudra Mandiri Sentosa. (2025). *Our Company*. Diakses pada 22 Juli 2025, dari <https://www.tunasms.com/about-us/our-company>

Bea Cukai Bitung. (2025, 12 Juni). *Perusahaan Asal Bitung PT Samudra Mandiri Sentosa Ekspor Perdana 40 Ribu Kilogram Produk Tuna*. Diakses dari <https://www.beacukai.go.id/berita/perusahaan-asal-bitung-pt-samudra-mandiri-sentosa-ekspor-perdana-40-ribu-kilogram-produk-tuna-.html>

Syarif. (2025, 4 Juni). *PT Samudra Mandiri Sentosa Lepas Ekspor Perdana Produk Tuna Ramah Lingkungan ke Amerika dan Eropa*. Radar24 Sulut. Diakses dari <https://sulut.radar24.co.id/2025/06/04/pt-samudra-mandiri-sentosa-lepas-ekspor-perdana-produk-tuna-ramah-lingkungan-ke-amerika-dan-eropa>

Editorial Sulut News. (2025, 4 Juni). *Tuna Fair Trade Bitung Tembus Pasar Amerika dan Eropa*. Diakses dari <https://editorialsulutnews.co.id/tuna-fair-trade-bitung-tembus-pasar-amerika-dan-eropa>

Manadoline. (2025, 4 Juni). *Hengky Randito Dampingi Gubernur Sulut Lepas Ekspor Perdana Produk Tuna Ramah Lingkungan*. Diakses dari <https://www.manadoline.com/2025/06/04/hengky-randito-dampingi-gubernur-sulut-lepas-ekspor-perdana-produk-tuna-ramah-lingkungan>

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Czinkota, M. R. & Ronkainen, I. A. (2014). *International Marketing*. Cengage Learning.

Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). *Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures*. *Journal of Marketing*, 58(1), 1–21.

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2013). *International Marketing* (10th ed.). Cengage Learning.

Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). *The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments*. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2021). *Laporan Kinerja Ekspor Perikanan Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.

Root, F. R. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. Lexington Books.

WTO (World Trade Organization). (2020). *World Trade Statistical Review 2020*. Geneva: WTO Publications.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2020). *Pedoman Ekspor dan Impor*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Undang-Undang No. 31 Tahun 2004 tentang Perikanan

Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. 18/PERMEN-KP/2021