

STRATEGI PEMASARAN BISNIS DI PT PINDAD DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GLOBAL

Radifa Nur Azizah¹, Rismaninda Putri Dwi Prasetya², Rusdi Hidayat N.³, Indah Respati Kusuma⁴

Program Studi Administrasi Bisnis, UPN "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
e-mail: 23042010188@student.upnjatim.ac.id¹, 23042010203@student.upnjatim.ac.id²,
rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id³, indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id⁴

*e-mail 23042010188@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui diferensiasi produk PT Pindad; (2) Mengetahui tata kelola yang digunakan PT Pindad; dan (3) Mengetahui strategi pemasaran PT Pindad. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa (1) PT Pindad memproduksi berbagai macam produk seperti senjata, munisi, kendaraan khusus, alat berat, dan lain-lain; (2) Banyaknya variasi produk yang mereka pasarkan menjadi daya tarik dan solusi untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin berat. (3) PT Pindad memiliki komitmen terhadap inovasi dan kualitas produk perusahaan agar kebutuhan keamanan dan pertahanan negara dapat terpenuhi. Penerapan sistem GCG PT Pindad didasarkan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian dan kewajaran. PT Pindad menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan segmentasi pasar, inovasi produk, dan proses distribusi.

Kata kunci: *Bisnis; Pemasaran; Strategi*

Abstract

The objectives of this study are (1) to determine the product differentiation of PT Pindad; (2) to determine the governance used by PT Pindad; and (3) to determine the marketing strategy of PT Pindad. This study uses a qualitative approach method. The results of the study show that (1) PT Pindad produces various products such as weapons, ammunition, special vehicles, heavy equipment, and others; (2) The many variations of products they market are an attraction and a solution to face increasingly difficult business challenges. (3) PT Pindad is committed to innovation and quality of the company's products so that the needs of national security and defense can be met. The implementation of PT Pindad's GCG system is based on the principles of transparency, accountability, responsibility, independence and fairness. PT Pindad implements a marketing strategy by paying attention to market segmentation, product innovation, and distribution processes.

Keywords: *Business; Marketing; Strategy*

Article History

Received: November 2024
Reviewed: November 2024
Published: November 2024

Plagiarism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This Work Is Licensed Under
A [Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Seiring dengan semakin pesatnya globalisasi, persaingan di pasar dunia semakin dinamis dan kompleks. Perusahaan-perusahaan yang sebelumnya hanya bersaing di pasar domestik sekarang berhadapan dengan tantangan untuk berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan internasional yang memiliki sumber daya, teknologi, dan akses pasar yang lebih besar. Setiap perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa harus bersaing dengan kompetitor mereka di sektor masing-masing. Contohnya perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industri pertahanan, seperti PT Pindad (Persero) yang harus berhadapan dengan tantangan untuk mempertahankan daya saing di pasar domestik yang semakin terbuka terhadap produk asing, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menembus pasar global yang penuh dengan dinamika dan persaingan ketat.

PT Pindad adalah salah satu BUMN yang bergerak di bidang manufaktur alat pertahanan, termasuk senjata, amunisi, dan peralatan militer lainnya. Sejak berdiri pada tahun 1983, perusahaan ini telah berperan penting dalam memenuhi kebutuhan alat pertahanan untuk TNI (Tentara Nasional Indonesia) serta memenuhi pasar ekspor dengan produk-produk unggulannya. Seiring dengan perkembangan zaman, PT Pindad dihadapkan pada kebutuhan untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam hal kualitas produk tetapi juga dalam aspek pemasaran, baik di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan yang terjadi di pasar global, mulai dari regulasi internasional, preferensi konsumen yang terus berubah, hingga perkembangan teknologi yang pesat.

Peningkatan permintaan atas produk pertahanan, baik dari negara-negara berkembang maupun negara maju, memberikan peluang besar bagi PT Pindad untuk mengembangkan sayapnya ke pasar global. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan yang tidak bisa diabaikan, seperti perbedaan standar produk antar negara, hambatan tarif dan non-tarif dalam perdagangan internasional, serta persaingan dari produsen besar dunia yang sudah mapan. Oleh karena itu, penting bagi PT Pindad untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing secara efektif di pasar global.

Strategi pemasaran yang efektif harus mencakup berbagai aspek, mulai dari riset pasar internasional, diferensiasi produk, penentuan harga yang kompetitif, hingga promosi yang dapat menarik perhatian pasar global. Selain itu, PT Pindad juga perlu memperhatikan faktor-faktor eksternal seperti kondisi geopolitik, kebijakan perdagangan internasional, serta regulasi yang berlaku di negara-negara tujuan ekspor. Dengan demikian, PT Pindad perlu memiliki strategi pemasaran yang terintegrasi dan adaptif untuk menghadapi tantangan pasar global.

Penelitian ini akan membahas bagaimana PT Pindad merumuskan dan melaksanakan strategi pemasaran untuk menghadapi tantangan pasar global, serta bagaimana perusahaan ini dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk memperluas pangsa pasarnya. Pembahasan ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai upaya perusahaan dalam mempertahankan daya saing dan mengembangkan pasar global di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Metodologi

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena atau masalah secara mendalam dengan fokus pada kualitas, makna, dan pengalaman individu atau kelompok. Penelitian ini kami lakukan dengan analisis melalui web. Web yang kami teliti adalah web resmi PT Pindad dimana kami berfokus pada pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produknya di era banyaknya tantangan global. Teknik penelitian yang dilakukan yaitu dengan Studi Pustaka. Penelitian ini kami lakukan dengan rentang waktu tiga bulan yaitu Oktober hingga November 2024. Pada prosesnya, peneliti menjalankan beberapa kegiatan dimulai dari menentukan tema pembahasan, menentukan detail pembahasan yang akan di angkat, metodologi penelitian, analisis data, dan menyimpulkan isi dari pembahasan penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Diferensiasi Produk PT Pindad

PT Pindad menyediakan kebutuhan Alusista (Alat Utama Sistem Persenjataan) secara mandiri untuk mendukung dan memperkuat pertahanan dan keamanan Negara Republik Indonesia. PT Pindad tidak hanya memproduksi satu macam produk, tetapi banyak macam produk yang mereka produksi. Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik variasi produk yang dibuat, maka pembelian akan semakin meningkat. Berbagai macam produk pertahanan dan keamanan yang telah dipasarkan oleh PT Pindad yaitu senjata, munisi, kendaraan khusus, alat berat, dan lain-lain.

Pada tahun 1983, PT Pindad (Persero) telah memproduksi berbagai macam senjata seperti pistol, senjata genggam, senjata laras panjang, dan lainnya. Kualitas produksi senjata terus ditingkatkan oleh PT Pindad dengan melakukan penelitian dan pengembangan dari tenaga-tenaga ahli dengan para penggunaan untuk dapat mengetahui spesifikasi yang diperlukan. Untuk dapat memproduksi senjata yang maksimal, mereka selalu mengoptimalkan kualitas senjata. PT Pindad selalu melakukan pemeriksaan dari awal hingga akhir proses produksi. Semua produk PT Pindad telah melalui pengujian untuk memenuhi standar internasional. Contohnya adalah Mil STD. Sistem mutu selalu dijaga dengan ISO 9000-2008. Sesuai dengan kebutuhan untuk pertahanan dan keamanan, PT Pindad memproduksi senjata dengan akurasi dan ketahanan yang luar biasa. Dalam hal kualitas produk, PT Pindad (Persero) dapat bersaing dengan perusahaan asing karena kualitasnya yang sangat baik. Kualitas tersebut telah dibuktikan dengan produk senjata buatan PT Pindad (Persero) yang sukses digunakan para penembak TNI untuk berprestasi di ajang lomba tembak internasional. Ajang lomba tersebut yaitu Lomba Tembak Australian Army of Skill Arms at Meeting (AASAM), produk yang digunakan Kontingen TNI AD sukses menjadi juara umum sekaligus mempertahankan posisi kemenangan untuk kesembilan kalinya sejak tahun 2008. Selain itu, juga dibuktikan pada lomba tembak Asean Armies Rifle Meet (AARM) maupun lomba tembak Brunei International Skill at Arms Meet (BISAM).

Untuk menjaga dan mempertahankan keamanan negara, PT juga memproduksi amunisi untuk menyokong kebutuhan persenjataan. Dalam hal ini, Pindad memproduksi berbagai varian amunisi yaitu kaliber kecil, kaliber besar, dan kaliber sedang. Selain itu, mereka juga memproduksi granat. Ekspansi produksi amunisi terus dilakukan dan dikembangkan dengan kemajuan teknologi. Banyaknya varian amunisi yang disesuaikan dengan berbagai tipe senjata menjadi keunggulan bagi PT Pindad.

PT Pindad juga memproduksi kendaraan khusus. Kendaraan yang diproduksi antara lain MV3 Garuda Limousine, Badak, Panser, Maung, Anoa, Komodo, Harimau Tank, dll. Kendaraan tersebut difokuskan untuk pemerintahan. Produksi yang dihasilkan PT Pindad berbeda dengan perusahaan lain. Pindad banyak memproduksi kendaraan tempur. Pada tahun 1993 PT Pindad (Persero) mulai mengembangkan teknologi kendaraan bermotor melalui program Mobil Nasional. Berbagai pihak dari dalam negeri dan luar negeri telah melakukan kerja sama dengan Pindad untuk mengembangkan teknologi kendaraan terutama kendaraan tempur sebagai penunjang dalam menjaga pertahanan dan keamanan nasional. PT Pindad bertujuan untuk meningkatkan kapasitas bisnis dan teknologi mereka dengan mengembangkan produknya. Design-design kendaraan yang diproduksi oleh Pindad sangat inovatif dan berbeda dengan perusahaan lain. Pindad memproduksi kendaraan dengan bentuk sudut yang lebih *rounded* dengan mempertahankan ciri khas militer yang sesuai dengan perusahaan. Hal tersebut menjadi daya tarik pemasaran produk Pindad.

Selain dari senjata, amunisi, dan kendaraan, PT. Pindad (Persero) juga memproduksi alat berat. Alat berat yang diciptakan berfungsi sebagai pendukung industri pertambangan dan konstruksi. Produk alat berat yang diproduksi berupa ekskavator dan jasa permesinan. PT Pindad telah memproduksi alat berat pertanya yaitu Ezcava 200 dengan sistem hydraulic

dan roda rantai. Beberapa varian dan inovasi lain dari ekskavator yang diproduksi yaitu Excava Amphibious yang dikenal dengan kemampuannya untuk beroperasi diatas air. Produk yang diciptakan oleh Pindad menjadi solusi untuk pekerjaan konstruksi ringan pada tahun 2019.

Banyaknya variasi produk yang dirancang dan diproduksi oleh PT Pindad menjadi daya tarik dan solusi untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin berat. Pengembangan produk perlu dilakukan untuk mendapatkan nilai maksimal dari konsumen. Variasi produk dan kepercayaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap pemasaran.

PT Pindad menyediakan kebutuhan Alusista (Alat Utama Sistem Persenjataan) secara mandiri untuk mendukung dan memperkuat pertahanan dan keamanan Negara Republik Indonesia. PT Pindad tidak hanya memproduksi satu macam produk, tetapi banyak macam produk yang mereka produksi. Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik variasi produk yang dibuat, maka pembelian akan semakin meningkat. Berbagai macam produk pertahanan dan keamanan yang telah dipasarkan oleh PT Pindad yaitu senjata, munisi, kendaraan khusus, alat berat, dan lain-lain.

Pada tahun 1983, PT Pindad (Persero) telah memproduksi berbagai macam senjata seperti pistol, senjata genggam, senjata laras panjang, dan lainnya. Kualitas produksi senjata terus ditingkatkan oleh PT Pindad dengan melakukan penelitian dan pengembangan dari tenaga-tenaga ahli dengan para penggunan untuk dapat mengetahui spesifikasi yang diperlukan. Untuk dapat memproduksi senjata yang maksimal, mereka selalu mengoptimalkan kualitas senjata. PT Pindad selalu melakukan pemeriksaan dari awal hingga akhir proses produksi. Semua produk PT Pindad telah melalui pengujian untuk memenuhi standar internasional. Contohnya adalah Mil STD. Sistem mutu selalu dijaga dengan ISO 9000-2008. Sesuai dengan kebutuhan untuk pertahanan dan keamanan, PT Pindad memproduksi senjata dengan akurasi dan ketahanan yang luar biasa. Dalam hal kualitas produk, PT Pindad (Persero) dapat bersaing dengan perusahaan asing karena kualitasnya yang sangat baik. Mutu produk tersebut telah terbukti melalui keberhasilan senjata produksi PT Pindad (Persero) yang dipergunakan oleh penembak-penembak TNI dalam meraih prestasi di berbagai kompetisi menembak tingkat internasional. Kompetisi tersebut adalah Australian Army of Skill Arms at Meeting (AASAM), dimana tim Kontingen TNI AD berhasil meraih gelar juara umum dan mempertahankan prestasi kemenangannya untuk yang kesembilan kali berturut-turut sejak 2008. Keunggulan produk ini juga dibuktikan dalam kompetisi menembak Asean Armies Rifle Meet (AARM) serta kompetisi menembak Brunei International Skill at Arms Meet (BISAM)

Untuk menjaga dan mempertahankan keamanan negara, PT juga memproduksi amunisi untuk menyokong kebutuhan persenjataan. Dalam hal ini, Pindad memproduksi berbagai varian amunisi yaitu kaliber kecil, kaliber besar, dan kaliber sedang. Selain itu, mereka juga memproduksi granat. Ekspansi produksi amunisi terus dilakukan dan dikembangkan dengan kemajuan teknologi. Banyaknya varian amunisi yang disesuaikan dengan berbagai tipe senjata menjadi keunggulan bagi PT Pindad.

PT Pindad juga memproduksi kendaraan khusus. Kendaraan yang diproduksi antara lain MV3 Garuda Limousine, Badak, Panser, Maung, Anoa, Komodo, Harimau Tank, dll. Kendaraan tersebut difokuskan untuk pemerintahan. Produksi yang dihasilkan PT Pindad berbeda dengan perusahaan lain. Pindad banyak memproduksi kendaraan tempur. Pada tahun 1993 PT Pindad (Persero) mulai mengembangkan teknologi kendaraan bermotor melalui program Mobil Nasional. Berbagai pihak dari dalam negeri dan luar negeri telah melakukan kerja sama dengan Pindad untuk mengembangkan teknologi kendaraan terutama kendaraan tempur sebagai penunjang dalam menjaga pertahanan dan keamanan nasional. PT Pindad bertujuan untuk meningkatkan kapasitas bisnis dan teknologi mereka dengan mengembangkan produknya. Design-design

kendaraan yang diproduksi oleh Pindad sangat inovatif dan berbeda dengan perusahaan lain. Pindad memproduksi kendaraan dengan bentuk sudut yang lebih *rounded* dengan mempertahankan ciri khas militer yang sesuai dengan perusahaan. Hal tersebut menjadi daya tarik pemasaran produk Pindad.

Selain dari senjata, amunisi, dan kendaraan, PT. Pindad (Persero) juga memproduksi alat berat. Alat berat yang diciptakan berfungsi sebagai pendukung industri pertambangan dan konstruksi. Produk alat berat yang diproduksi berupa ekskavator dan jasa permesinan. PT Pindad telah memproduksi alat berat pertamanya yaitu Ezcava 200 dengan sistem hydraulic dan roda rantai. Beberapa varian dan inovasi lain dari ekskavator yang diproduksi yaitu Excava Amphibious yang dikenal dengan kemampuannya untuk beroperasi diatas air. Produk yang diciptakan oleh Pindad menjadi solusi untuk pekerjaan konstruksi ringan pada tahun 2019.

Banyaknya variasi produk yang dirancang dan diproduksi oleh PT Pindad menjadi daya tarik dan solusi untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin berat. Pengembangan produk perlu dilakukan untuk mendapatkan nilai maksimal dari konsumen. Variasi produk dan kepercayaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap pemasaran.

B. Tata Kelola PT Pindad

Good Corporate Governance (GCG) atau Tata Kelola Perusahaan adalah prinsip-prinsip yang diaplikasikan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk keberlanjutan perusahaan, peningkatan kinerja, dan pemaksimalan nilai suatu perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik menjelaskan hubungan dari berbagai unsur pada suatu perusahaan yang menentukan kinerja perusahaan. GCG bertujuan mencegah adanya penyimpangan atau kesalahan pada penerapan strategi perusahaan. Dalam hal ini, PT Pindad memiliki komitmen terhadap inovasi dan kualitas produk perusahaan agar kebutuhan keamanan dan pertahanan negara dapat terpenuhi. Penerapan sistem GCG PT Pindad didasarkan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian dan kewajaran.

Penjelasan mengenai prinsip-prinsip GCG dituangkan dalam berbagai Ketentuan Internal Perusahaan yang mencakup aspek-aspek seperti pedoman komitmen dan perilaku (*code of conduct*), nilai-nilai yang dianut Perusahaan, potensi konflik kepentingan (*conflict of interest*), kebijakan pemberian hadiah dan sumbangan, perhatian terhadap K3LH, kesempatan dalam berkarier dan promosi jabatan, kejujuran dalam pelaporan keuangan, pengamanan informasi perusahaan, perlindungan aset perusahaan, aktivitas sosial dan politik, sistem penegakan serta mekanisme pelaporan pelanggaran beserta konsekuensinya.

Implementasi konsep G-to-G (*Government-to-Government*) pada PT Pindad merujuk pada kolaborasi antara pemerintah Indonesia dengan pemerintah negara lain untuk memenuhi kebutuhan pertahanan dan keamanan, serta pengembangan industri pertahanan. PT Pindad dapat menjalin kerja sama dengan negara lain melalui mekanisme G-to-G untuk mengembangkan atau memproduksi alutsista tertentu. Dalam implementasi G-to-G, PT Pindad dapat menerima transfer teknologi dari negara mitra yang mencakup transfer desain, teknologi produksi atau keahlian dalam pembuatan senjata dan alutsista. Kerja sama ini bermanfaat untuk memperkuat industri pertahanan domestik Indonesia. Melalui jalur G-to-G, PT Pindad juga dapat melakukan ekspor alutsista ke negara mitra, atau sebaliknya, impor teknologi dan komponen dari negara lain. Dengan adanya aliansi ini, PT Pindad dapat memperoleh akses ke pasar internasional yang lebih luas, serta memperluas kapasitas produksinya dengan dukungan pemerintah dan mitra internasional. G-to-G yang melibatkan PT Pindad tidak hanya berbicara tentang sektor industri, tetapi juga tentang diplomasi dan keamanan internasional. Kerja sama semacam ini dapat menjadi instrumen diplomatik yang memperkuat hubungan Indonesia dengan negara lain, terutama dalam konteks pertahanan dan keamanan.

Strategi Pemasaran PT Pindad

Strategi pemasaran bisnis sangat mempengaruhi keputusan mengenai sasaran pasar. Pilihan strategi ini adalah tentang bagaimana bersaing dalam setiap pasar produk yang diminati. Strategi pemasaran pertama yang harus diterapkan PT Pindad adalah segmentasi pasar yang cermat.

PT Pindad menelusuri beberapa negara dengan kebutuhan pertahanan yang tinggi, terutama di kawasan Asia, Afrika, dan Timur Tengah, dimana ketegangan geopolitik dan kebutuhan akan sistem pertahanan yang modern terus meningkat. Negara dengan anggaran pertahanan besar dan perekonomian yang stabil cenderung menjadi pasar potensial bagi produk-produk pertahanan dari PT Pindad. Menelusuri negara yang memerlukan teknologi baru untuk sektor pertahanan, contohnya seperti kendaraan tempur, drone, atau alat militer canggih. Selain itu, PT Pindad dapat menyesuaikan produknya dengan fokus ke pasar tertentu, seperti pasukan perdamaian PBB, negara dengan anggaran pertahanan yang minim, atau negara yang sedang mengalami konflik bersenjata dan perlu dukungan senjata.

Keberhasilan PT Pindad dalam menembus pasar internasional tidak terlepas dari kemampuannya melakukan diferensiasi produk. Diferensiasi tersebut tidak hanya mencakup aspek mutu, namun juga mencakup kekhasan dan terobosan yang membedakan produk PT Pindad dari para pesaingnya. PT Pindad senantiasa melakukan inovasi dalam menghasilkan produk-produk baru yang lebih hemat terjamin keamanannya, dan berwawasan lingkungan. Sebagai contoh, kendaraan perang atau senjata dengan teknologi mutakhir yang menawarkan keunggulan kompetitif dibanding produk sejenis dari negara lainnya. Salah satu contoh inovasinya adalah pengembangan senapan produksi Pindad yang memiliki presisi tinggi dan daya tahan superior dalam pertempuran berat. Menjaga standar mutu merupakan hal fundamental dalam industri pertahanan. Keandalan produk saat digunakan dapat menjadi proposisi nilai yang utama. PT Pindad dapat memasarkan produknya dengan mengedepankan ketangguhan, akurasi, serta kemampuan produk untuk berfungsi dalam berbagai situasi yang menantang. Dalam kompetisi pasar global, PT Pindad harus memastikan produknya memenuhi kriteria internasional. Kepemilikan sertifikat dari badan internasional yang bereputasi dapat membangun kepercayaan pasar global.

Dalam meraih pasar internasional, PT Pindad membutuhkan pendekatan promosi yang tepat sasaran. Walaupun produk-produk pertahanan umumnya dipasarkan lewat jalur pemerintahan dan institusi militer, strategi promosi tetap memiliki peran strategis, misalnya dalam membangun brand dan reputasi internasional. PT Pindad dapat mengikuti eksibisi internasional yang bertemakan industri pertahanan, seperti Indo Defence di Indonesia, atau Defence and Security Expo di Thailand. Dalam acara tersebut, PT Pindad berkesempatan memperkenalkan inovasi terkini dan berinteraksi langsung dengan calon konsumen dan rekanan internasional. Penguatan citra korporat melalui media massa, baik konvensional maupun digital. Membangun relasi baik dengan media internasional dan institusi terkait dapat meningkatkan eksposur dan kredibilitas PT Pindad di pasar global. Menjalinkan kolaborasi dengan perusahaan internasional atau lembaga pertahanan lainnya dapat menjadi strategi pemasaran yang berdaya guna. Melalui kerja sama strategis, PT Pindad dapat memperluas penetrasi pasar serta meningkatkan kepercayaan di kancah internasional.

Aspek distribusi menjadi komponen vital dalam strategi pemasaran global. PT Pindad perlu memastikan produk-produknya dapat menjangkau pasar internasional secara efisien. Kolaborasi dengan distributor atau agen penjualan di negara-negara target ekspor akan memudahkan PT Pindad dalam memperkenalkan produk-produknya. Distributor setempat yang memiliki jaringan ekstensif dapat membantu mengatasi kendala bahasa, budaya, dan peraturan. Mengingat karakteristik industri pertahanan, mayoritas transaksi berlangsung antara perusahaan dan pemerintah atau institusi militer. Oleh

karena itu, membangun hubungan yang kokoh dengan insitusi pemerintah di berbagai negara merupakan salah satu jalur penjualan yang strategis.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa PT Pindad memproduksi berbagai macam produk seperti senjata, munisi, kendaraan khusus, alat berat, dan lain-lain. Banyaknya variasi produk yang mereka pasarkan menjadi daya tarik dan solusi untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin berat. PT Pindad memiliki komitmen terhadap inovasi dan kualitas produk perusahaan agar kebutuhan keamanan dan pertahanan negara dapat terpenuhi. Penerapan sistem GCG PT Pindad didasarkan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian dan kewajaran. PT Pindad menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan segmentasi pasar, inovasi produk, dan proses distribusi

Daftar Referensi

- Abdulhakim, Faishal., Adiluhung, Hardy., & Chalik, Chris. (2023). Perancangan Desain Dashboard pada Pindad Cruiser sebagai Kendaraan Pertama dari PT Pindad untuk Pasar Sipil. *E-Proceeding of Art & Design Journal*. 10(1). 2355-9349
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005 *Kamus Besar Bahasa Indonesia Balai Pustaka, Jakarta*
- Hutomo Adji S, Ilham Budi. (2023). Pengaruh Persaingan Pasar Produk dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimoderasi oleh Kepemilikan Saham Pemerintah. *Diponegoro Journal of Accounting*. 12(1). 1-15
- Idayanti, Desi & Yanti Musyawarah, Irdha. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*. 1(1). 2656-6265
- Indar Dewi, Putri. (2020). Penerapan Good Corporate Governance (GCG) di Lembaga Perbankan Syariah. *Jurnal Al – Tsarwah*. 3(2). 2685-4686
- Kojongian, Aprilia S C., Tumbel Tinneke M., & Walangitan, Olivia. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity Journal*. 3(2). 2723-0112
- Oktora, Yoesdinar. (2017). Komunikasi Pemasaran PT Pindad (Persero) di Kawasan Asia Tenggara. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 5(2). 190-201
- Syabhani Irwondy, Irvian. (2016). Pengaruh Penerapan Konsep Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Non-Keuangan di Kantor Pusat PT Asuransi Jasa Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 7(2). 98-110
- Yoesdinar Oktora, Mochamad. (2017). Komunikasi Pemasaran PT Pindad (PERSERO) di Kawasan Asia Tenggara. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 5(2). 190-201
- Yulia Agustini, Ni Ketut. (2003). Segmentasi Pasar, Penentuan Target dan Penentuan Posisi. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*. 1(2). 91-10