

BERITA PERDAGANGAN

Berita Perdagangan bersumber dari artikel dan liputan dari dalam Depdag atau dari luar Depdag, berbagai tulisan di berbagai media lokal dan asing, kawat berita dari berbagai Perwakilan RI di luar negeri, dan informasi dari instansi/dinas perdagangan di daerah. Materi disunting dan diolah kembali oleh *Staf Komunikasi Pimpinan* pada *Pusat Humas Departemen Perdagangan*.

Indonesia Luncurkan Pelumas Pertamina di Australia

Sydney, 26 Oktober 2009 — Untuk memperluas jaringan pelanggan, membangun komunikasi, dan membangun *brand image* positif di kalangan konsumen Australia, Pertamina bekerjasama dengan ITPC Sydney telah menggelar *Official Grand Launch Lubricant Pertamina* di Wisma Indonesia di Sydney, Australia, pada 23 Oktober 2009. Acara dibuka Konjen RI Sydney dan Direktur Eksekutif Pemasaran Produk Pertamina. Sekitar 160 pengusaha otomotif mengikuti peluncuran ini. Hadir pula para pengusaha perkapalan, bengkel, dan SPBU. Tak ketinggalan media lokal dan 12 perwakilan media elektronik dan media cetak dari Indonesia ikut meliput acara tersebut. Pun hiburan dari sanggar tari masyarakat Indonesia tersuguhkan kepada audiens.

Sebagaimana diketahui, Pertamina sejak akhir 2008 mulai memperluas jaringan pasar ke Australia untuk produk pelumas (*lubricant*) semisal Mesran, Fastron, Meditran, Enduro, dan lain-lain. Sebelumnya produk-produk ini sudah memasuki pasar Taiwan, Afghanistan, Belgia, Dubai, dan Afrika. Terutama untuk segmen otomotif dan industri, produk pelumas memiliki prospek pasar yang cukup tinggi di Australia karena harganya lebih bersaing.

Menurut survey pasar, kualitas produk pelumas Pertamina yang akan dipasarkan di Australia tidak kalah kualitasnya dengan produk sejenis dari negara lain yang sudah beredar di pasar Australia. Produk pelumas Pertamina berpotensi unggul dikarenakan harganya lebih murah. Ekspansi pasar dilakukan karena saat ini Pertamina sudah menguasai pangsa pasar domestik Indonesia lebih dari 55%. Jumlah produk pelumas yang diekspor ke Australia sejak tahun lalu rata-rata mencapai 5 kontainer 20 ft per bulan, dengan perkiraan 5000 kaleng berisi dua liter. Sementara untuk memperlancar penjualan, Pertamina menunjuk *Country Distributor* yang saat ini sedang dalam proses pengangkatan resmi.

Pertamina membuktikan sudah mampu memproduksi pelumas berkualitas setara dengan produk-produk negara lain yang memiliki *brand image* terbaik. Produk ini dihasilkan sesuai kebutuhan konsumen, semisal untuk mesin industri, otomotive, dan lain-lain. Hingga kini, pelumas yang dihasilkan Pertamina terbagi tiga kategori: *premium grade* dengan produk unggulan Fastron Full Synthetic; *gold grade* dan *silver grade* dengan produk unggulan Prima XP X'treme Protection; dan *silver grade* dengan produk unggulan Mesran Super. Ketiganya dapat digunakan untuk kendaraan sampai dengan jarak tempuh 20.000 km. Pun Pertamina berencana memasarkan produk pelumas kapal yang pangsa pasarnya cukup besar di Australia.

Jumlah konsumsi pelumas per tahun di Australia diperkirakan mencapai 550 juta liter. Pesaing utama produk pelumas Pertamina adalah Castrol, Shell dan BP. Sekitar

75% dari potensi pasar pelumas di Australia sudah dikuasai ketiga produk asing tersebut. Sisanya 25% sebagian besar dibagi oleh konsumen perorangan, industri yang relatif kecil, dan ritel. Maka, untuk setahun ke depan, Pertamina menargetkan menguasai 5% pangsa pasar pelumas di Australia, dan akan terus melakukan evaluasi setiap tahun.

Pertamina tentu saja perlu menyusun strategi pemasaran untuk mencapai target di atas, sebab Pertamina harus bersaing dengan pemain lainnya yang sudah lama bergerak di bisnis pelumas. Terlebih setelah krisis ekonomi melanda dunia, yang dampaknya terhadap perekonomian Australia terlihat cukup signifikan, menjadi makin sulit bagi siapapun untuk masuk dan bersaing di pasar pelumas. Tambahan lagi, sejumlah keunggulan dimiliki perusahaan lain, di antaranya fasilitas kapal tangker yang memadai untuk transportasi pesanan dalam jumlah besar.

Karenanya salahsatu agenda dalam acara peluncuran ini adalah *sharing* pengalaman sejumlah konsumen besar pelumas. Mereka berpendapat, konsumen Australia tidak begitu fanatik dengan produk tertentu. Artinya, jika ada produk lain dengan kualitas relatif sama tetapi harganya lebih murah dan layanannya lebih baik, mereka akan mudah berpaling ke produk tersebut.

Menjelang penutupan acara, Barry Ashwood dari POTA Holdings, salahsatu pebisnis dari Australia, melakukan *deal* kontrak dengan melakukan pembelian perdana sejumlah 1000 liter. Saat diwawancarai, Ashwood menegaskan bahwa produk pelumas Pertamina ini berkualitas sangat baik dan teruji untuk lingkungan Australia yang relatif ekstrem.

Yang terpenting, peluncuran produk pelumas Pertamina diharapkan membentuk citra positif khususnya bagi produk Pertamina dan umumnya bagi produk Indonesia di kalangan konsumen Australia. (*doy*)

(*Sumber: ITPC Sydney*)

—Pusat Hubungan Masyarakat, Departemen Perdagangan—
—021-23528400, pusathumas@depdag.go.id—