

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Daerah Istimewa Yogyakarta sudah lama dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki banyak potensi antara lain sebagai pusat kebudayaan dan pendidikan serta dikenal sebagai pusat industri yang sangat menarik. Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai beberapa Pemerintahan Daerah yang mendukung berjalannya roda perekonomian daerah, salah satu diantaranya Kabupaten Kulon Progo.

Di Kabupaten Kulon Progo terdapat beberapa industri yang berusaha menembus pasaran luar negeri. Salah satu diantaranya adalah industri arang briket yang dikelola PT. KURNIA BUMI PERTIWI. Ada lagi perusahaan lain yang mengelola arang briket yaitu PT. ANEKA SINENDO. Kedua perusahaan ini memiliki hubungan yang sangat erat karena PT. KURNIA BUMI PERTIWI adalah anak perusahaan dari PT. ANEKA SINENDO. Jadi untuk itu penulis mengambil sampel PT. KURNIA BUMI PERTIWI. Sampel dalam penelitian ini diambil melalui metode sample tertentu (*sampling technique*) dengan pengambilan sample berdasarkan random (acak).

Perusahaan arang tersebut merupakan perusahaan yang sedang berkembang dan berusaha memperluas pasarannya di Asia. Beberapa pangsa pasar di Asia yang telah mengimpor arang dari perusahaan ini antara lain pangsa pasar Jepang, Korea dan Taiwan. Untuk memperluas pangsa pasar di Asia

perusahaan tersebut berusaha menaikkan kualitas dan kuantitas arang briket dan peningkatan lain yang menunjang. Disini perusahaan mempunyai upaya dalam pemasaran yang berorientasi ekspor. Perusahaan berusaha agar jumlah penjualannya bertambah dan meningkat.

Sehingga penulis mengambil judul “ Upaya PT.KURNIA BUMI PERTIWI Yogyakarta dalam meningkatkan ekspor arang briket di pasaran Asia “.

B. Tujuan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk :

1. Memberikan penjelasan terhadap permasalahan yang ada guna memperoleh jawaban dan sekaligus membuktikan hipotesa yang disusun oleh penulis.
2. Mengetahui strategi yang diterapkan di industri arang briket di Yogyakarta sehingga bisa mencapai keberhasilan dalam pemasaran ke pasar internasional.
3. Penulisan ini dimaksudkan dapat menjadi sebuah metode dalam penerapan teori-teori yang pernah diterima penulis selama di bangku kuliah.
4. Tujuan yang paling penting adalah bahwa penulisan ini akan dijadikan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana S-1 pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Indonesia yang mulai mengalami peningkatan setelah adanya krisis moneter memberi sedikit harapan tentang pulihnya perekonomian walaupun dalam jangka panjang. Pembangunan ekonomi diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat secara adil dan merata dalam jangka panjang. Untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi pembangunan ekonomi bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat, pemerintah daerah harus aktif dalam kegiatan pembangunan. Dengan diberlakukannya otonomi daerah, daerah mempunyai hak sistem pengolahan sumber daya alam, tenaga kerja, produksi yang digunakan untuk mengembangkan produksi di daerah.

Berkembangnya industri di daerah diharapkan mempunyai peranan sebagai sektor pemimpin. Sektor pemimpin ini diharapkan dapat memacu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya. Perkembangan sektor industri ini akan meluaskan peluang kerja dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan permintaan masyarakat. Kenaikan pendapatan dan peningkatan permintaan menunjukkan bahwa perekonomian tumbuh dengan sehat¹.

Perkembangan antar dunia usaha yang semakin pesat mengakibatkan persaingan antar dunia usaha. Kondisi negara-negara secara ekonomis berbeda, hal ini disebabkan karena perbedaan kondisi alam, kualitas produk, tingkat teknologi. Dari perbedaan ini maka perlu adanya perdagangan internasional. Negara akan melakukan ekspor untuk barang yang memiliki *comparative advantage* tinggi yaitu suatu barang yang dapat dihasilkan oleh negara yang

bersangkutan dengan biaya yang lebih murah. Perbedaan suatu negara dengan negara lain karena perbedaan faktor produksi yang dimiliki. Suatu negara mempunyai tenaga kerja lebih banyak dari negara tersebut. Dengan berlangsungnya perdagangan internasional pada akhirnya akan menyamakan harga faktor-faktor produksi di negara-negara peserta perdagangan, serta meningkatkan produk nasional masing-masing negara, volume perdagangan antar negara dan pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan masyarakat peserta perdagangan.

Apalagi dengan adanya krisis moneter yang terjadi tahun 1997 mengakibatkan terperosotnya sektor ekonomi. Yang selanjutnya menuntut suatu negara untuk lebih bekerja keras dalam rangka memenangkan persaingan dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Dengan melihat kenyataan yang ada, dapat diambil kesimpulan bahwa negara yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang akan memenangkan persaingan internasional.

Berbagai upaya dan usaha dilakukan oleh negara-negara dengan mengandalkan mekanisme pasar untuk menarik investasi dan teknologi sehingga menjadi negara industri. Alasan-alasan tersebut yang menuntut setiap negara untuk lebih banyak memberi tekanan pada keuntungan potensial jangka panjang daripada keuntungan jangka pendek².

Dari hasil pembangunan dibidang perdagangan luar negeri dapat dilihat dari perkembangan nilai dan volume ekspor maupun impor.

2 --

Sebagai salah satu contohnya adalah industri arang, karena bahan baku kayu mudah didapat. Di Indonesia memiliki sektor perhutanan yang besar sehingga memudahkan perolehan bahan baku industri arang, yang didapatkan dari sisa-sisa kayu olahan. Salah satu perusahaan yang mengekspor arang keluar negeri adalah PT. KURNIA BUMI PERTIWI.

Untuk mempertahankan keberadaan komoditas ekspor arang briket ini di pasaran internasional khususnya pasar Asia, maka dibutuhkan politik perdagangan internasional, yaitu cara-cara strategi apa yang akan dilakukan industri untuk memasuki dan mengembangkan perdagangan internasionalnya, serta strategi apa yang diperlukan untuk meningkatkan komoditas ekspor hasil industri yang terbuat dari arang di pasaran Asia.

Dalam Ilmu Hubungan Internasional diajarkan, pengetahuan tentang suatu wilayah baik secara regional maupun secara individu negara. Dengan demikian akan dapat diketahui politik luar negeri suatu bangsa pada umumnya dan politik perdagangan internasional pada khususnya. Dan dalam ilmu hubungan internasional terdapat pengetahuan tentang ide-ide politik yang dari pengetahuan itu kita dapat mengetahui ide politik suatu negara yang menjadi mitra usaha perdagangan negara kita. Dari pengetahuan ide politik umum ini kita akan memahami tentang politik ekonomi suatu negara. Dengan demikian mempersiapkan diri kita untuk berkomunikasi internasional dengan lebih baik.

Dengan demikian politik dalam perdagangan sebagai suatu cara untuk menentukan tujuan-tujuan dagang tersebut, sehingga Indonesia memerlukan adanya politik perdagangan luar negerinya dalam membangun perekonomian

melalui ekspor. Dengan semakin pesatnya persaingan didalam era global, maka industri arang briket Indonesia diharapkan mampu mengatasi kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam menembus pasaran Asia.

Pada tahun 2000 sampai sekarang perusahaan PT. Kurnia Bumi Pertiwi hanya memenuhi kebutuhan arang briket di Korea, Jepang, Cina karena kurangnya respon dari negara lain di Asia.

D. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas penulis berusaha mengajukan pokok masalah sebagai berikut :

“Bagaimana upaya PT. KURNIA BUMI PERTIWI YOGYAKARTA dalam meningkatkan ekspor arang briket di pasaran Asia “

E. Kerangka Dasar Teori

Untuk menjelaskan permasalahan mengenai bagaimana “ upaya PT. KURNIA BUMI PERTIWI dalam meningkatkan ekspor arang briket ke pasaran Asia “ , maka penulis skripsi ini menggunakan teori perdagangan internasional, konsep strategi dan konsep kerjasama. Dengan tujuan, agar dapat menggambarkan secara teoritis penulisan ini

1. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan dengan pihak asing. Suatu gagasan yang sudah ada sejak dahulu. Karena orang hidup di negara- negara berdaulat, mereka disosialisasikan untuk meyakini keunggulannya³.

Perdagangan internasional merupakan kegiatan internasional yang paling tidak mencerminkan interdependensi antar negara, tanpa banyak menghiraukan perbedaan politik diantara mereka. Interdependensi dilingkungan perdagangan jauh dari hanya sekedar pertukaran barang dan jasa karena adanya sejumlah unit yang diperdagangkan bila pihak- pihak yang terkait menyepakati nilai relatif dari kedua komoditi tersebut⁴. Dengan tidak adanya spesialisasi penuh dari suatu barang yang diperdagangkan maka akan mengubah jumlah barang yang diproduksi oleh suatu negara.

Perdagangan internasional dilakukan antara unit-unit politik setiap negara melakukan pengawasan dari perdagangan internasional tersebut dengan cara yang bervariasi. Setiap negara mempunyai aturan- aturan perdagangan yang berbeda- beda⁵.

Dengan adanya aturan- aturan serta kebijakan perdagangan yang dimiliki setiap negara maka perusahaan harus berusaha untuk menetapkan strategi dalam memasarkan produknya. Dengan dijelaskan bagaimana cara perusahaan memasuki pasar internasional., dan cara mereka dalam menambah volume ekspor serta menambah jumlah produksi dan menaikkan hasil penjualan. Para pengusaha

³ Robert A. Isaak, *Ekonomi Politik Internasional*, PT. Tiara Wacana ,Yogyakarta, 1995, hal.99.

⁴ Walter S. Jones, *Logika Hubungan Internasional 2 Kekuasaan Ekonomi Politik Internasional dan Tatahan Dunia*, PT. Gramedia, Jakarta, hal. 249

⁵ M. Kurniawan, *Perdagangan Internasional*, PT. Gramedia, Jakarta, 1992, hal. 222

bersaing dalam menerapkan cara yang berbeda-beda. Dengan upaya yang tepat maka input yang didapat akan bertambah. Oleh karena itu sebelum memasuki pasar internasional pengusaha harus bisa melihat kondisi pasar yang hendak dimasukinya dengan baik agar hasil produksinya membawa keuntungan.

Upaya yang perlu dipakai antara lain : Melakukan promosi, meningkatkan kerjasama dengan perusahaan asing, pengelolaan SDM, peningkatan penggunaan teknologi. Dalam hal ini upaya yang digunakan perusahaan harus tepat untuk memasarkan hasil produksinya karena harus melewati seperangkat aturan- aturan yang dimiliki oleh negara- negara yang hendak dituju.

2. Konsep Strategi Aliansi

Yang dimaksud dengan strategi adalah pola fundamental dari tujuan-tujuan sekarang dan terencana, penyebaran sumber daya dan interaksi dari sebuah perusahaan dengan pasar pesaing dan faktor- faktor lingkungan lainnya. Strategi haruslah menentukan apa yang akan dicapai, dimana (pada industri apa dan pasar produk apa) yang akan menjadi fokus perusahaan dan juga bagaimana upaya pengalokasian aktifitas dan sumber daya untuk setiap pasar produk guna memenuhi peluang lingkungan dalam maupun luar negeri serta ancaman untuk meraih suatu keunggulan kompetitif⁶.

Sedangkan strategi aliansi atau strategi kerjasama adalah kerja sama yang dilakukan oleh dua atau lebih pengusaha yang bekerja sama dalam periode yang sama. Pada umumnya bisnis bukanlah merupakan kompetisi yang langsung, tetapi

⁶ Henry Simons, *Management Development International, BHM, Selanjutnya* (1990)

mempunyai jasa atau produk serupa yang diarahkan ke arah target konsumen yang sama. Di bawah adalah sepuluh pertimbangan untuk menciptakan suatu strategi kerjasama.

1. Penawaran kepada pelanggan merupakan variasi jasa atau produk yang lebih besar. Hal ini mempermudah dalam pembelanjaan yang hemat dan waktu produksi baru untuk penjualan.
2. Peningkatan jumlah penjualan yang akan meningkat disebabkan pengkombinasian dengan bisnis yang lain, penghematan uang dan waktu yang digunakan dalam merekrut karyawan baru.
3. Pemasaran dan anggaran periklanan akan bertambah. Ketika terbentuk suatu persekutuan strategis dengan bisnis lain yang kedua-duanya membutuhkan promosi dan pemasaran.
4. Penawaran kepada pelanggan dapat dilakukan berulang-ulang dari produk yang sama yang ditujukan untuk peningkatan produk.
5. Kegiatan ini ditujukan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, jumlah orang-orang terampil yang bekerja pada kegiatan yang sama, yang akan memperoleh pengetahuan dari rekan bisnis.
6. Mampu berkompetisi dengan penjual lain dalam mencapai suatu target yang lebih besar, juga untuk meningkatkan jumlah total pelanggan yang ada dalam menjual produk dan jasa.
7. Kerjasama dengan mitra kerja, yang akan menambah kredibilitas perdagangan yang bermetansi lebih menguntungkan dari kepercayaan para

8. Memperluas jaringan yang lebih cepat, mengembangkan produksi yang baru dan jasa yang lebih cepat dengan kekuatan pekerjaan yang lebih besar.
9. Pemecahan permasalahan dengan pelanggan yang lebih cepat dengan dasar layanan kepada pelanggan lebih besar, juga untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan dari mitra yang bekerja sama.
10. Mengenal dengan lebih baik “ pemikiran strategis”. Hal ini ditujukan untuk perdagangan dengan gagasan bisnis yang lebih cepat menguntungkan dari sebelumnya⁷.

3. Konsep Kerjasama Ekonomi Regional

Konsep ini merupakan “ suatu alat komunikasi” atau bahasa dalam kegiatan pemikiran sehingga hal ini diabstraksikan dari kesan yang ditangkap melalui indera dan digunakan untuk menyampaikan dan mentransmisikan persepsi dan informasi. Hubungan internasional merupakan abstraksi yang menggambarkan interaksi yang terjadi diantara aktor- aktor yang melampaui batas yuridiksi sebuah negara.

Konsep kerjasama ekonomi regional sudah menjadi titik perhatian para ekonom sejak tahun 1950-an. Pemikiran tentang regionalisasi ekonomi ini semakin banyak kita dengar setelah banyak munculnya lembaga- lembaga seperti ASEAN yang melingkupi negara- negara yang ingin mempersatukan diri dalam suatu wadah atau dengan kerjasama tertentu. Integrasi regional sudah menjadi jalan

terbaik karena sulit dicapainya alternatif terbaik dalam tata ekonomi dunia yakni terintegrasinya perekonomian secara global, dimana sumber- sumber ekonomi dapat bebas bergerak dari negara satu ke negara lain tanpa hambatan.

Paling tidak ada 5 bentuk atau tingkatan integrasi ekonomi regional, yaitu pemberian potongan tarif bea masuk (*preferential trading arrangement*), perdagangan bebas (*free trade*), pasar bersama (*common markets*) serta penyatuan ekonomi yang menyeluruh (*complete economic union*). Contoh integrasi ekonomi regional yang muncul di wilayah Asia pada awalnya ada pada tahun 1970-an yaitu munculnya pemikiran untuk mengintegrasikan ekonomi Asia dalam wadah *Asian Common Market*. Ide itupun kemudian berkembang dengan munculnya AFTA yang berlaku bagi negara anggota ASEAN sendiri serta mitra dagangnya.

Ada beberapa manfaat yang diharapkan dari penyatuan integrasi ekonomi regional ini.

1. Mendorong terjadinya peningkatan efisiensi melalui spesialisasi produksi dari masing- masing anggota.
2. Adanya pasar yang lebih luas akan meningkatkan produksi total serta pemanfaatan kapasitas produksi yang ada secara lebih optimal.
3. Meningkatkan *bargaining position* negara- negara yang ekonominya terintegrasi tersebut di forum- forum internasional dan pasar global. Ini juga akan memungkinkan untuk meningkatkan nilai tukar (*terms of trade*) produk yang dihasilkan negara anggotanya terhadap produk dari

4. Muncul rangsangan investasi yang lebih tinggi di kawasan yang terintegrasi itu sebagai akibat adanya daya tarik pasar yang luas tersebut.
5. Berkembangnya teknologi produksi sebagai adanya inovasi- inovasi untuk menghasilkan *output* yang berkualitas dengan harga yang kompetitif⁸.

Dengan konsep ini serta manfaat yang nantinya akan didapat dalam integrasi ini maka Jepang, Korea, Cina di era globalisasi ini merasa perlu untuk mengintegrasikan dirinya dalam wadah ASEAN apalagi dengan masuknya Cina dalam pasar bebas ASEAN telah membuat ketiga negara tersebut merasa sangat perlu untuk melindungi pasar serta industrinya di era globalisasi agar tetap bisa bertahan.

F. Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka dasar pemikiran diatas maka dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa upaya PT. KURNIA BUMI PERTIWI di Yogyakarta dalam meningkatkan ekspor di kawasan Asia dengan :

- a. Mengoptimalkan penggunaan sistem pemasaran.
- b. Meningkatkan kerjasama dengan perusahaan asing, pengelolaan SDM, peningkatan kemampuan teknologi.

G. Jangkauan Penelitian

Untuk keperluan analisis yang membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ditetapkan dari tahun 2000 karena berdiri tahun 2000 sampai tahun 2004. Pembatasan penelitian dimaksudkan agar obyek penelitian menjadi jelas dan spesifik, juga agar permasalahan dan kajian tidak melebar dari wacana yang telah ditetapkan untuk dikaji agar tidak terjadi penyimpangan. Dengan ditegaskannya batas-batas kajian maka otomatis akan menjadi pedoman dan mencegah timbulnya kericuhan pengertian dan kekaburan wilayah persoalan⁹.

H. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian ini, data yang diperoleh penulis adalah melalui cara- cara sebagai berikut :

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Interview atau wawancara

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan tanya jawab.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka pengumpulan data penulis untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan dengan cara

⁹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian, Konsep dan Aplikasi*, Fakultas Psikologi, UGM, Yogyakarta

mengamati langsung, mencatat yang terdapat dalam perusahaan yang berhubungan dengan penulisan ini.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Data yang langsung diperoleh dari sumber atau responden untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan kerjasama dan upaya industri arang briket PT. KURNIA BUMI PERTIWI.

b. Data Sekunder

Data yang didapat dari arsip data yang dimiliki oleh perusahaan. Berbagai sumber data penelitian ini antara lain karyawan bagian pengepresan, bagian oven, pimpinan perusahaan maupun berbagai sumber dokumenter yang berkaitan dengan sejarah perusahaan, jumlah produksi, poses produksi, dan bagian pemasaran.

I. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

B. Tujuan Penelitian

C. Latar Belakang Masalah

- D. Pokok Permasalahan
- E. Kerangka Dasar Teori
- F. Hipotesa
- G. Jangkauan Penelitian
- H. Metode Pengumpulan Data
- I. Sistematika Penulisan

**BAB II PROFIL INDUSTRI ARANG BRIKET PT. KURNIA BUMI
PERTIWI**

Akan dibahas mengenai profil yang meliputi aspek sejarah ,
produksi, pemasaran serta profil PT. KURNIA BUMI
PERTIWI.

BAB III POLITIK MEMASUKI PASAR INTERNASIONAL

Akan dibahas strategi memasuki pasar internasional, cara
memasuki pasar internasional, kegiatan pemasaran
perusahaan, negara tujuan ekspor perusahaan, hambatan-
hambatan yang dialami perusahaan dalam memasarkan
produknya dan peranan pemerintah dalam ekspor arang
briket.

**BAB IV UPAYA PT. KURNIA BUMI PERTIWI DALAM
MENGATASI HAMBATAN PEMASARAN
PRODUKNYA**

Akan dibahas tentang bagaimana upaya yang dilakukan oleh
PT. KURNIA BUMI PERTIWI dalam meningkatkan