

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut para pelaku bisnis untuk bersaing sangat ketat dalam memasarkan produk yang ditawarkannya. Globalisasi memudahkan para pelaku bisnis untuk memasarkan produknya di seluruh dunia tanpa adanya batasan-batasan antar negara. Hill *et al* (2014: 6) mengatakan bahwa globalisasi merujuk pada perubahan ekonomi dunia yang lebih terintegrasi dan saling bergantung. Dampak dari globalisasi ini menyebabkan ancaman baru bagi bisnis yang terbiasa mendominasi pasar khususnya pasar domestik karena semakin banyak pesaing baru yang berasal dari luar.

Definisi paling umum yang digunakan pada bisnis internasional adalah globalisasi ekonomi. Globalisasi ekonomi adalah kecenderungan terhadap integrasi internasional dalam barang, teknologi, informasi, tenaga kerja dan modal, atau proses dalam membuat integrasi ini terjadi (Ball *et al*, 2014:3).

Menurut Hill *et al* (2014:6)

“Globalisasi terdiri dari dua aspek yaitu globalisasi pasar dan globalisasi produksi. Globalisasi pasar merujuk pada penggabungan perbedaan sejarah dan pasar negara yang terpisah menjadi satu pangsa pasar global yang besar. Perusahaan tidak harus dalam bentuk multinasional yang telah sukses, perusahaan kecil atau menengah dapat memfasilitasi dan meraih manfaat dari pasar globalisasi. Globalisasi produksi mengacu pada pengambilan sumber barang dan jasa dari lokasi di seluruh dunia untuk mengambil keuntungan dari perbedaan negara dalam hal biaya dan kualitas atau yang disebut dengan faktor-faktor produksi.”

Salah satu dampak lain adanya globalisasi adalah munculnya perdagangan internasional yang menyebabkan adanya pasar global (*global market*). Perdagangan internasional adalah perdagangan antar penduduk dari dua negara, penduduk tersebut dapat berupa individu, perusahaan, organisasi nirlaba, atau bentuk asosiasi lainnya (Griffin, *et al.*, 2015: 144). Perdagangan internasional mempunyai peran yang cukup besar untuk meningkatkan atau menurunkan perekonomian nasional suatu negara tersebut. Kegiatan ekspor-impor antar negara satu dengan yang lainnya menjadi salah satu penyebab dari adanya perdagangan internasional. Pelaku bisnis biasanya memasarkan produknya dengan cara mengekspor karena keuntungan yang besar dan risiko yang kecil.

Ekspor menjadi pilihan yang paling tepat bagi para pebisnis untuk menempatkan dirinya di pasar global karena hanya membutuhkan biaya dan usaha minimum (Zimmerer, *et al.*, 2009:366). Ekspor juga menjadi alasan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis yaitu untuk meningkatkan keuntungan dan penjualan, atau untuk melindungi keuntungan dan penjualan dari penurunan (Ball, *et al.*, 2014: 132). Menurut UU kepabeanan No.17/2006, yang dimaksud ekspor adalah mengeluarkan barang dari dalam ke luar wilayah pabean, sedangkan impor adalah memasukan barang dari luar ke dalam wilayah pabean.

Perdagangan internasional yang semakin marak menyebabkan persaingan antar pelaku bisnis menjadi semakin ketat dalam mencari keuntungan di berbagai aspek khususnya di pasar global. Adanya persaingan global

menyebabkan para pelaku bisnis dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menjalankan perusahaannya agar mampu bertahan di pasar global terutama bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pengertian dari kreatif itu sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:599) kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan, perilah berkreasi dan kekreatifan. Pengertian Inovasi menurut Peng (2009:133) adalah jantung dari pola pikir *entrepreneurship*. Strategi inovasi adalah bentuk khusus dari strategi differensiasi (pembeda). Menurut Suryani (2008:304)

“Inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk, inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun objek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami”.

Perusahaan yang mampu menerapkan jiwa kreatif dan inovatif akan memiliki keunggulan bersaing untuk bertahan di pasar global. Keunggulan bersaing muncul bila terdapat sebuah kesesuaian antara kompetensi-kompetensi khusus (*distinctive competencies*) dengan faktor-faktor kritis untuk sukses di dalam industrinya (Keegan, *et al.*, 2005: 507).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang telah melakukan ekspor. Badan Pusat Statistik (BPS) menyebut, ekspor Indonesia sepanjang Desember 2016 mencapai US\$13,77 miliar, meningkat 2% dibandingkan bulan sebelumnya sebesar US\$13,5 miliar (CNN Indonesia, 2016). Menurut kepala BPS Suhariyanto, untuk ekspor non migas meski volume menurun dibanding pada 2015 masih terbantu karena nilainya ekspor meningkat. Hal tersebut menandakan bahwa secara umum harga ekspor non migas di pasar

ekspor internasional mulai meningkat (Tempo, 2016). Hal ini ditunjukkan melalui data dari BPS mengenai perkembangan sektor migas dan nonmigas, ekspor pada tahun 2012 sampai dengan 2016 pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perkembangan Ekspor Indonesia Berdasarkan Sektor (Tahun 2012-2016)

SEKTOR	2012	2013	2014	2015	2016	Peran Th. 2016 (%)
I. MIGAS	36.977.261,4	32.633.031,3	30.331.863,8	18.551.929,6	13.105.454,1	9,07%
1. Industri Pengolahan	4.172.515,8	4.309.677,7	3.627.826,9	1.766.386,0	916.385,2	0,63%
2. Pertambangan	32.804.745,6	28.323.353,6	26.704.036,9	16.785.543,5	12.189.068,9	8,44%
II. NON MIGAS	153.043.004,7	149.918.763,4	145.960.796,5	131.730.327,3	131.384.371,7	90,93%
1. Pertanian	3.597.679,8	3.598.497,8	3.373.241,8	3.725.342,7	3.436.233,5	2,38%
2. Industri Pengolahan	118.115.188,9	115.158.610,5	119.753.706,4	108.598.960,8	109.797.311,7	75,99%
3. Pertambangan	31.322.920,7	31.154.290,3	22.827.379,1	19.400.115,5	18.145.962,6	12,56%
4. Lainnya	7.215,3	7.364,8	6.469,2	5.908,3	4.863,9	0,00%
TOTAL	190.020.266,0	182.551.794,7	176.292.660,3	150.282.256,9	144.489.825,8	100,00%

Sumber: BPS, data diolah (2016)

Indonesia mengalami penurunan ekspor pada tahun 2015 hingga tahun 2016. Walaupun Indonesia mengalami penurunan jumlah ekspor nasional, tetap dapat dilihat bahwa industri pengolahan pada sektor non migas sejak tahun 2012 hingga tahun 2016 memiliki peran yang sangat besar terhadap jumlah ekspor nasional. Industri rotan merupakan salah satu dari industri pengolahan yang ikut menyumbangkan pengaruhnya pada ekspor nasional, walaupun industri rotan masih berada pada urutan ke tiga belas seperti yang dijelaskan pada tabel 1.2. Industri rotan menyumbang sebesar 3,41% di tahun 2016 dari jumlah keseluruhan ekspor industri pengolahan. Industri rotan di Indonesia merupakan salah satu industri kreatif yang sedang dikembangkan oleh pemerintah. Menurut Abdul Sobur Wakil Ketua Umum Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (Himki) mengatakan bahwa

“pengolahan rotan di Indonesia masih minim, yaitu hanya 12% dari total pengolahan produk hutan, sementara kayu sudah 65%. Produksi rotan ditingkatkan menjadi 25% dan diyakini ekspor rotan bisa mencapai US\$500 juta pada 2020, apalagi dengan potensi Indonesia sebagai bahan baku terbanyak di dunia yang mencapai 85% (Industri.Bisnis, 2016)”.

Tabel 1.2 Peran Ekspor Kelompok Hasil Industri Terhadap Total Ekspor Hasil Industri (Tahun 2012-2016)

NO.	Kelompok Hasil Industri	2012	2013	2014	2015	2016	Peran (%) 2016
1	Industri Makanan	28.105.312,8	26.477.920,1	29.582.126,5	26.448.093,5	26.274.668,6	23,93%
2	Industri Bahan Kimia Dan Barang Dari Bahan Kimia	11.251.284,1	11.472.314,6	12.191.380,1	9.008.431,9	10.246.411,8	9,33%
3	Industri Logam Dasar	10.501.046,1	9.578.170,7	9.851.912,6	8.607.003,0	8.241.642,5	7,51%
4	Industri Pakaian Jadi	7.226.559,3	7.429.701,5	7.399.995,6	7.318.256,1	7.212.597,3	6,57%
5	Industri Karet, Barang Dari Karet Dan Plastik	11.820.210,7	10.737.709,5	8.474.758,9	7.156.423,8	6.855.377,2	6,24%
6	Industri Pengolahan Lainnya	2.078.473,0	2.238.750,8	4.208.170,7	5.307.747,9	6.131.400,1	5,58%
7	Industri Komputer, Barang Elektronik Dan Optik	8.928.805,8	7.821.107,7	7.460.603,1	6.404.332,9	5.861.701,7	5,34%
8	Industri Kendaraan Bermotor, Trailer Dan Semi Trailer	4.300.241,3	4.152.220,2	4.809.749,0	4.757.035,7	5.141.422,0	4,68%
9	Industri Kertas Dan Barang Dari Kertas	5.541.578,6	5.681.411,4	5.553.187,6	5.383.853,2	5.066.742,8	4,61%
10	Industri Kulit, Barang Dari Kulit Dan Alas Kaki	3.864.463,1	4.220.614,6	4.469.760,6	4.853.691,0	5.014.492,1	4,57%
11	Industri Tekstil	5.286.810,7	5.295.374,1	5.378.798,3	4.999.603,1	4.660.023,3	4,24%
12	Industri Peralatan Listrik	4.927.470,7	5.119.255,9	5.027.926,4	4.522.722,9	4.572.011,8	4,16%
13	Industri Kayu, Barang Dari Kayu Dan Gabus (tidak termasuk Furnitur) Dan Barang Anyaman Dari Bambu, Rotan Dan sejenisnya	3.433.831,8	3.598.678,5	3.996.148,0	3.897.777,0	3.748.440,0	3,41%

Sumber: BPS, data diolah (2016)

Pelaku bisnis industri rotan di Indonesia sebagian besar merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM di Indonesia pada saat ini jumlahnya semakin bertambah dari tahun ke tahun. Pernyataan ini didukung oleh data statistik terakhir dari BPS mengenai perkembangan UMKM Indonesia. Hingga tahun 2013 jumlah UMKM di Indonesia adalah 57,8 juta. UMKM di Indonesia pun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sejak awal orde baru. Gubernur Bank Indonesia Agus Martowardojo mengatakan bahwa pemerintah dan bank sentral telah berkomitmen untuk menjadikan UMKM sebagai sumber pertumbuhan ekonomi, mengingat sektor tersebut relatif kuat dalam menghadapi ancaman krisis ekonomi (Tempo, 2016).

Berikut ditampilkan data perkembangan UMKM periode 2009-2013 pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Perkembangan UMKM Indonesia Periode 2009-2013

No.	Indikator	Satuan	2009	2010	2011	2012	2013
1	Jumlah UMKM	Unit	52764603	53823732	55206444	56534592	57895721
2	Pertumbuhan jumlah UMKM	Persen	2.64	2.01	2.57	2.41	2.41
3	Jumlah tenaga kerja UMKM	Orang	96211832	99201775	101722458	107657509	114244082
4	Pertumbuhan jumlah tenaga kerja UMKM	Persen	2.33	3.32	2.33	5.83	6.03
5	Sumbangan PDB UMKM (harga konstan)	Rp. Miliar	1212599.30	1282571.80	1369326.00	151260.20	1536918.80
6	Pertumbuhan sumbangan PDB UMKM	Persen	4.02	5.77	6.76	6.00	5.89
7	Nilai ekspor UMKM	Rp. Miliar	262254.52	275894.89	287241.82	266526.50	282212.70
8	Pertumbuhan nilai ekspor UMKM	Persen	-8.85	8.41	6.56	-11.10	9.29

Sumber: BPS, data diolah (2016)

Perkembangan industri rotan 5 tahun terakhir ini sangat didukung oleh pemerintah Indonesia. Sebagian besar bahan baku rotan terdapat di Indonesia oleh karena itu pemerintah sangat mengharapkan para pelaku bisnis dapat memaksimalkan potensi yang ada. Pelaku bisnis di industri rotan juga dituntut untuk selalu melakukan inovasi di bidang desain dan juga jenis produknya sehingga lebih diminati pasar global. Hal ini ditunjukkan melalui data dari Direktorat Jendral Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) pada tabel 1.4 mengenai urutan negara dengan produksi rotan terbesar di dunia.

Tabel 1.4 List of Exporters Rattan Furniture (HS 940151 and HS 940381)

No	Countries	Exported value (US Dollar thousand)					"Trend" (10-14)"	Growth% (13-14)	Share% (2014)
		2010	2011	2012	2013	2014			
1	Indonesia	172,565	138,976	115,680	101,196	95,662	-13.9	-5.47	36.08
2	China	54,520	69,557	53,869	60,086	66,521	2.55	10.71	25.09
3	Vietnam	14,826	16,131	15,201	15,058	20,270	5.72	34.61	7.65
4	Italy	20,337	20,525	18,318	18,028	18,168	-3.49	0.78	6.85
5	Spain	15,837	15,375	14,914	13,297	9,459	-11.09	28.86	3.57

Sumber: DJPEN Kemendag, 2016

Salah satu pelaku bisnis industri rotan di Indonesia adalah PT Kharisma Rotan Mandiri, Sukoharjo, Jawa Tengah. PT Kharisma Rotan Mandiri adalah pengeksport rotan berbadan usahan kelas menengah yang telah memiliki pasar sebagian besar di Amerika, Eropa, sebagian Asia dan Australia. PT Kharisma Rotan Mandiri merupakan salah satu dari lima perusahaan eksportir olahan rotan yang sangat berpengaruh pada peringkat Indonesia di dunia menurut data dari DJPEN Kementerian Perdagangan Indonesia Tahun 2015.

Perusahaan yang telah berdiri sejak 1992 ini mulai memasarkan produknya di pasar global sejak awal perusahaan ini didirikan saat masih dalam bentuk UKM perseorangan. Produk dari perusahaan ini memiliki brand merek “*Uniquance*” yang berarti produknya memiliki keunikan yang khas. Lamanya pengalaman serta wilayah pasar yang dikuasai mencerminkan bagaimana perusahaan mampu menerapkan strategi untuk bertahan di pasar global yaitu dengan strategi inovasi khususnya inovasi produk. Inovasi produk yang selalu dikembangkan dan *up to date* sehingga perusahaan mampu bersaing dan bertahan di pasar global.

Persaingan dari para pesaing baik dalam maupun luar negeri yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk mampu bertahan dan selalu mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif agar produknya selalu menjadi unggulan di pasar. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Implementasi Strategi Inovasi Produk sebagai Usaha Bertahan di Pasar Global (Studi Kasus pada PT Kharisma Rotan Mandiri, Sukoharjo, Jawa Tengah)”**.

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak pada identifikasi masalah maka dapat ditarik perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana PT Kharisma Rotan Mandiri mengimplementasi strategi inovasi untuk bertahan di pasar global?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi PT Kharisma Rotan Mandiri dalam mengimplementasikan strategi inovasi produk untuk bertahan di pasar global?
3. Bagaimana dampak strategi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing PT Kharisma Rotan Mandiri di pasar global?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan pada perumusan masalah diatas adalah:

1. Menjelaskan strategi inovasi yang diimplementasikan oleh PT Kharisma Rotan Mandiri untuk dapat bertahan di pasar global.
2. Menjelaskan hambatan-hambatan yang dihadapi oleh PT Kharisma Rotan Mandiri untuk dapat bertahan di pasar global.
3. Menjelaskan dampak strategi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing PT Kharisma Rotan Mandiri di pasar global.

D. Kontribusi Penelitian

Kontribusi yang diharapkan dengan adanya penelitian ini antara lain:

1. Kontribusi Akademis

Kontribusi teoritis dari penelitian ini adalah dengan adanya penelitian ini diharapkan akan dapat digunakan sebagai wacana untuk penelitian sejenis selanjutnya dan menambah referensi bagi penelitian-penelitian mengenai strategi yang digunakan perusahaan untuk bertahan di pasar global.

2. Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis dari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dan masukan bagi perusahaan yang berorientasi ekspor dalam mempertimbangkan atau memecahkan masalah yang dihadapi berkenaan mengenai strategi inovasi produk dalam bersaing di pasar global.

E. Sistematika Penulisan

Agar memperoleh gambaran menyeluruh mengenai isi skripsi serta memudahkan memahami seluruh materi dari pokok permasalahan skripsi ini maka perlu adanya sistematika pembahasan yang dikelompokkan dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini meliputi penjelasan mengenai latar belakang yang mendasari pemilihan judul, perumusan masalah

yang ingin diteliti, tujuan yang ingin dicapai yaitu berusaha untuk memperoleh jawaban atas rumusan masalah dari penelitian tersebut, kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan dari penelitian. Latar belakang yang menjadi dasar penelitian bertitik tolak dari adanya globalisasi yang menyebabkan perdagangan bebas dan perdagangan internasional sehingga menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat di pasar global. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan membutuhkan strategi inovasi produk untuk dapat mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi persaingan global khususnya pada pasar industri rotan yang dilakukan oleh PT Kharisma Rotan Mandiri.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari kajian kepustakaan konseptual yang terdiri dari teori-teori konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan globalisasi, strategi produk, inovasi, dan *competitive advantage*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menerangkan mengenai cara-cara atau metode yang digunakan dalam penelitian meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber daya, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan metode analisis data. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Data utama penelitian bersumber dari hasil wawancara dan dokumentasi dengan pihak perusahaan. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari keterangan atau fakta-fakta secara tidak langsung mengenai studi pustaka dengan masalah yang diteliti. Analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian dengan menggunakan metode analisis data interaktif yang terdiri dari reduksi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta menggambarkan dan memverifikasi kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*).

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mengemukakan tentang kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, serta saran terkait dengan hasil penelitian yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.