

**PROFIL KEBERHASILAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN
ROTAN DALAM MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL (Studi
Kasus Pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo)**



SKRIPSI

OLEH :

ANIS SUSILOWATI

NIM K7403051

P. EKONOMI / BKK PTN

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

**PROFIL KEBERHASILAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN ROTAN
DALAM MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL (Studi Kasus Pada
Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo)**

**OLEH :
ANIS SUSILOWATI
NIM K7403051
P. EKONOMI / BKK PTN**

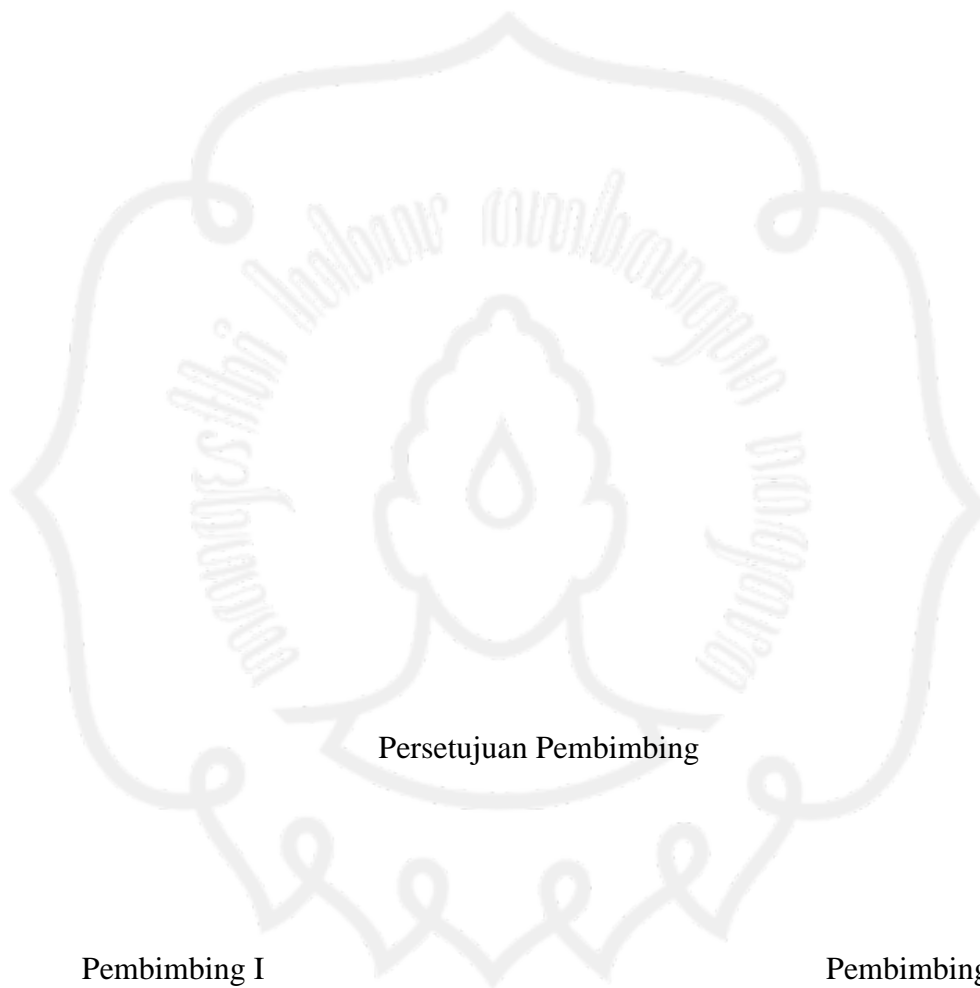
SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana
Pendidikan Program Pendidikan Ekonomi BKK PTN
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Kristiani, M.Si

NIP. 131 859 876

Sudarno, S.Pd, M.Pd

NIP. 132 039 491

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta dan diterima untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Pada hari :

Tanggal :

Tim Penguji Skripsi :

Nama Terang

Tanda Tangan

Ketua : Dra. Mintasih Indriayu, M.Pd

Sekretaris : Fery Setyo Wibowo, SE, MM

Anggota I : Dra. Kristiani, M.Si

Anggota II : Sudarno, S.Pd, M.Pd

Disahkan Oleh

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret

Dekan,

Prof. Dr. H.M. Furqon Hidayatullah, M.Pd.

NIP : 131 658 563

ABSTRAK

Anis Susilowati. PROFIL KEBERHASILAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN ROTAN DALAM MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL (Studi Kasus Pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo). Skripsi, Surakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret Surakarta, April 2009.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Latar belakang usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture, (2) Perkembangan usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture (3) Strategi Surya Abadi Furniture dalam menembus pasar internasional, (4) Kendala yang dihadapi Surya Abadi Furniture dalam memasuki pasar internasional, (5) Upaya yang dilakukan Surya Abadi Furniture dalam menghadapi kendala yang dihadapi.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dan strategi penelitian tunggal terpancang. Penelitian dilakukan pada perusahaan Surya Abadi Furniture dengan pemilik serta karyawan Surya Abadi Furniture sebagai sumber informannya. Teknik sampling yang digunakan adalah Sampling Bertujuan (*Purposive Sampling*) dan Bola Salju (*Snowball*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Validitas data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Teknik analisis data secara kualitatif dengan model interaktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: (1) Latar belakang usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture adalah adanya peluang yang sangat potensial untuk produk kerajinan rotan di pasar internasional dan peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pemilik Surya Abadi Furniture untuk merintis usaha di bidang ekspor rotan. Lokasi usaha yang sangat menunjang keberhasilan usaha kerajinan rotan dalam menembus pasar internasional. Pengalaman bekerja di perusahaan ekspor dan orang tua yang mempunyai usaha sebagai perajin rotan juga telah memotivasi para pemilik Surya Abadi Furniture memasuki pasar internasional menjual produk kerajinan rotan yang dihasilkannya dan berhasil hingga saat ini. (2) Perkembangan usaha Surya Abadi Furniture terus meningkat yaitu ditinjau dari segi perkembangan pendapatan perusahaan, peningkatan jumlah karyawan, perluasan wilayah

pemasaran, dan perkembangan jenis dan jumlah produk yang dihasilkan perusahaan. (3) Strategi memasuki pasar internasional yang diterapkan oleh Surya Abadi Furniture untuk menembus pasar internasional adalah analisis kondisi pasar negara tujuan yang dilakukan dengan melakukan riset pasar di internet mengenai kondisi sosial politik negara tujuan, mengetahui selera dan kebutuhan konsumen di negara tujuan. Surya Abadi Furniture juga menetapkan pasar potensial dan segmen pasar negara tertentu yaitu pasar negara yang tidak menjadi produsen kerajinan rotan dan melayani semua segmen pasar. Surya Abadi Furniture menentukan sistem promosi yang tepat yaitu dengan melalui internet, pameran dagang, kunjungan langsung dan menyediakan *showroom*. Strategi lain yang diterapkan Surya Abadi Furniture adalah menyediakan brosur dan daftar harga yang disajikan secara online dalam situs internet maupun dalam bentuk CD. (4) Kendala yang dihadapi Surya Abadi Furniture adalah permasalahan dana/ modal, kelangkaan bahan baku, persaingan dan proteksi yang diterapkan di negara tujuan. (5) Upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menanggulangi kendala yang dihadapi adalah mengajukan pinjaman pada supliyer bahan baku dan bank, mengkombinasikan produk dengan bahan baku lain, meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga sesuai harga pasar, dan memenuhi persyaratan dokumen fumigasi yang diterapkan di negara tujuan.

ABSTRACT

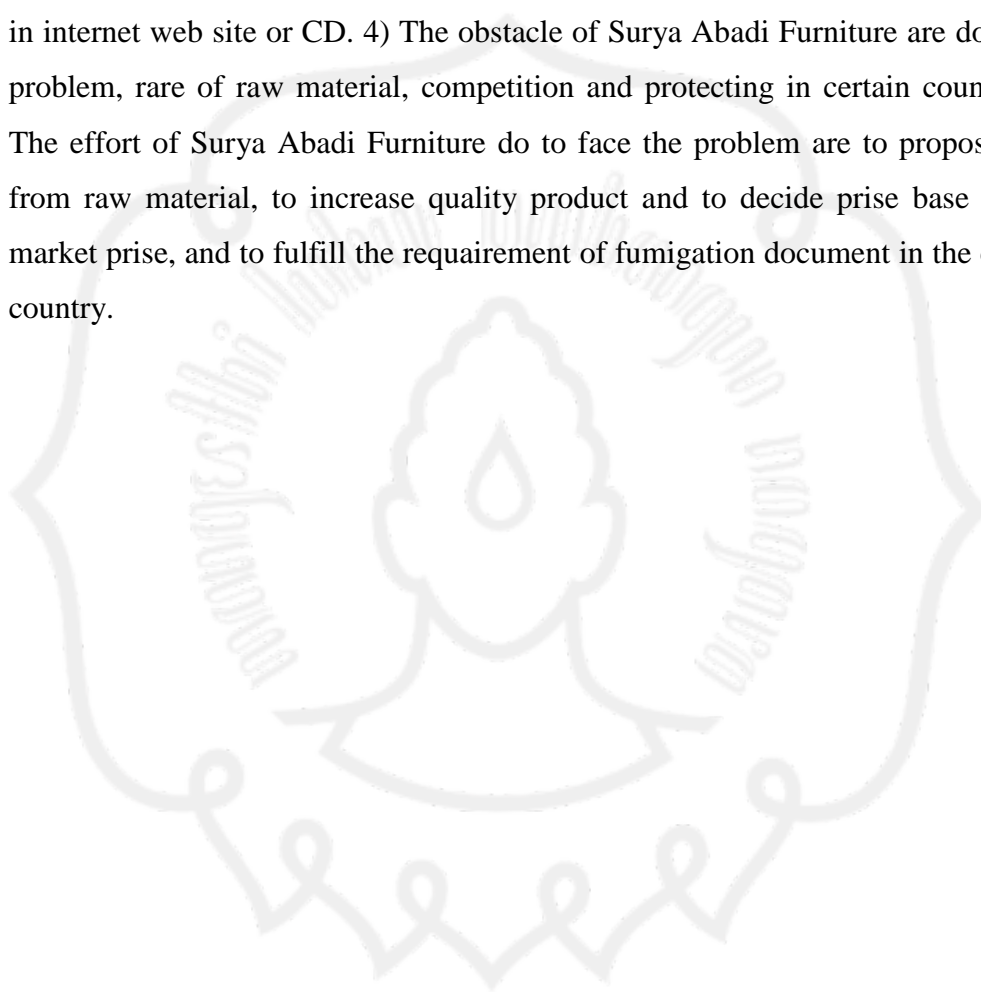
Anis Susilowati. THE SUCCESSFUL PROFILE OF RATTAN IN TRADE INDUSTRY GO INTERNATIONAL (CASE STUDY IN SURYA ABADI FURNITURE GATAK SUKOHARJO). Scription, Surakarta: Teacher Training And Education Faculty. Sebelas maret university of surakarta, march 2009.

The object of this study is to know: 1) The background of rattan handicraft trade industry in Surya Abadi Furniture, 2) The development of rattan handicraft trade industry in Surya Abadi Furniture, 3) The strategy of Surya Abadi Furniture go to international, 4) The obstacle of Surya Abadi Furniture go international, 5) The effort of Surya Abadi Furniture do to face the problem. 6) The factor of succesfull

This study uses descriptive qualitative research and the research strategy is “tunggal terpancang”. This study take place in Surya Abadi Furniture company and the owner with staff to be informan. The sampling technique of this study are purposive sampling and snowball. The technique of collecting data is done by interview, observation, and documentation. The data validity uses of triangulation technique in source. The technique and analisis data is qualitative research with interactive model.

Base on this study, the writer concludes that: 1) The background of rattan handicraft trade industry in Surya Abadi Furniture are potential chance for rattan handicraft product in international market and the chance can be used well by the owner of Surya Abadi Furniture to start in trading of rattan export. The location of trading which support the success of rattan handicraft trade go international. The working experience in export company and parents as rattan worker also have been motivation for the owner of Surya Abadi Furniture go to the international market to sell product of rattan handicraft. 2) The development of Surya Abadi Furniture trade increase when it this observed from developing of income company aspect, increasings of employee, expansion of marketing area and developing king and product from company. 3) Strategy in entering of international market which done by Surya Abadi Furniture to go international is analysis of certain country market condition which done by doing market research

in internet about certain country social politic condition, knowing of taste and consumer needing in certain country. Surya Abadi Furniture also decide potencial market which is not to be porducers of rattan handicratf and give service in all segmen market. The deciding promotion system of Surya Abadi Furniture are through internet, trade showing, direct visiting and prepare showroom. The other strategy of Surya Abadi Furniture is preparing brochure and price list with online in internet web site or CD. 4) The obstacle of Surya Abadi Furniture are donation problem, rare of raw material, competition and protecting in certain country. 5) The effort of Surya Abadi Furniture do to face the problem are to propose loan from raw material, to increase quality product and to decide prise base on the market prise, and to fulfill the requairement of fumigation document in the certain country.



MOTTO

“Dan barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangka. Dan barangsiapa bertawakkal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya”.

(QS. Ath-Thalaq: 2-3)

“Aku bukan orang pandai. Tidak begitu pintar, bahkan aku sering berbuat kesalahan. Namun ketidaktahuanku dan kesalahan-kesalahan yang ku perbuat telah membuatku belajar. Sesungguhnya hakekat kebahagiaan orang yang belajar bukan karena ingin disebut pintar maupun pandai, tapi ketika dia mengerti.”

(Penulis)

“Siapa saja yang menginginkan sukses di dunia, maka raihlah dengan ilmu. Siapa saja yang menginginkan sukses di akhirat, maka raihlah dengan ilmu. Dan siapa saja yang menginginkan sukses di dunia dan di akhirat, maka raihlah keduanya dengan ilmu”.

(Hadist Nabi SAW)

“Sesuatu yang dikerjakan seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”.

(Evelyn Underhill)

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada :

Ibu dan Bapak tersayang, maaf belum memberi yang terbaik, namun cinta dan kasih sayang yang terpatri kan terus memacu diri ini untuk selalu melakukan yang terbaik.

Kakakku Eko Prasetyo, dirimu kan selalu jadi kakak kebanggaanku.

Sahabat-sahabat yang kusayang, semoga Allah SWT memberkahi dan merahmati persaudaraan kita.

Teman-teman seperjuangan di PTN angkatan 2003, kubersyukur Allah telah mempertemukan kita, terima kasih atas kebersamaannya selama ini. Aku banyak belajar dari kalian.

Almamater.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah rabbil ‘alamiin, penulis haturkan atas limpahan nikmat dan karunia Allah SWT, berbagai pertolongan serta ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Profil Keberhasilan Usaha Industri Kerajinan Rotan Dalam Menembus Pasar Internasional (Studi Kasus Pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo)”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kami, nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para shahabat, para thabi’in dan orang-orang sholeh yang mengikuti risalah Beliau hingga akhir jaman.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas dan melengkapi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga pengerjaan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak di bawah ini dan hanya dapat mendoakan semoga Allah membalas dengan lebih banyak kebaikan kepada yang terhormat :

1. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, yang telah memberikan ijin penyusunan skripsi.
2. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UNS, yang telah menyetujui penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Program Pendidikan Ekonomi FKIP UNS, yang telah memberikan ijin penyusunan skripsi.
4. Ketua BKK Pendidikan Tata Niaga FKIP UNS, yang telah memberikan ijin atas penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Kristiani, M.Si selaku Pembimbing I atas bimbingan, pengarahan, ilmu serta motivasi yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Sudarno, S.Pd, M.Pd selaku Pembimbing II yang juga telah memberi bimbingan, pengarahan, ilmu serta motivasi yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh Dosen Program Pendidikan Ekonomi BKK Pendidikan Tata Niaga FKIP UNS, yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis belajar di bangku kuliah.
8. Haryanto, SE dan Rining Nurfalida SP selaku pemilik Surya Abadi Furniture yang telah memberikan izin dan berbagai informasi yang berharga sehingga penulis dapat dengan lancar mengerjakan skripsi ini.
9. Seluruh staf dan karyawan Surya Abadi Furniture atas informasinya yang sangat berharga telah banyak membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Semua teman yang telah membantu dan memberikan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, bagi penulis sendiri serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi untuk masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang.

Surakarta, April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Keberhasilan Usaha	6
2. Industri Kerajinan Rotan	13
3. Pasar Internasional	17
B. Kerangka Berpikir	
BAB III METODOLOGI	24
A. Tempat dan Waktu Penelitian	26
B. Bentuk dan Strategi Penelitian	26
C. Sumber Data	26
D. Teknik Sampling	29

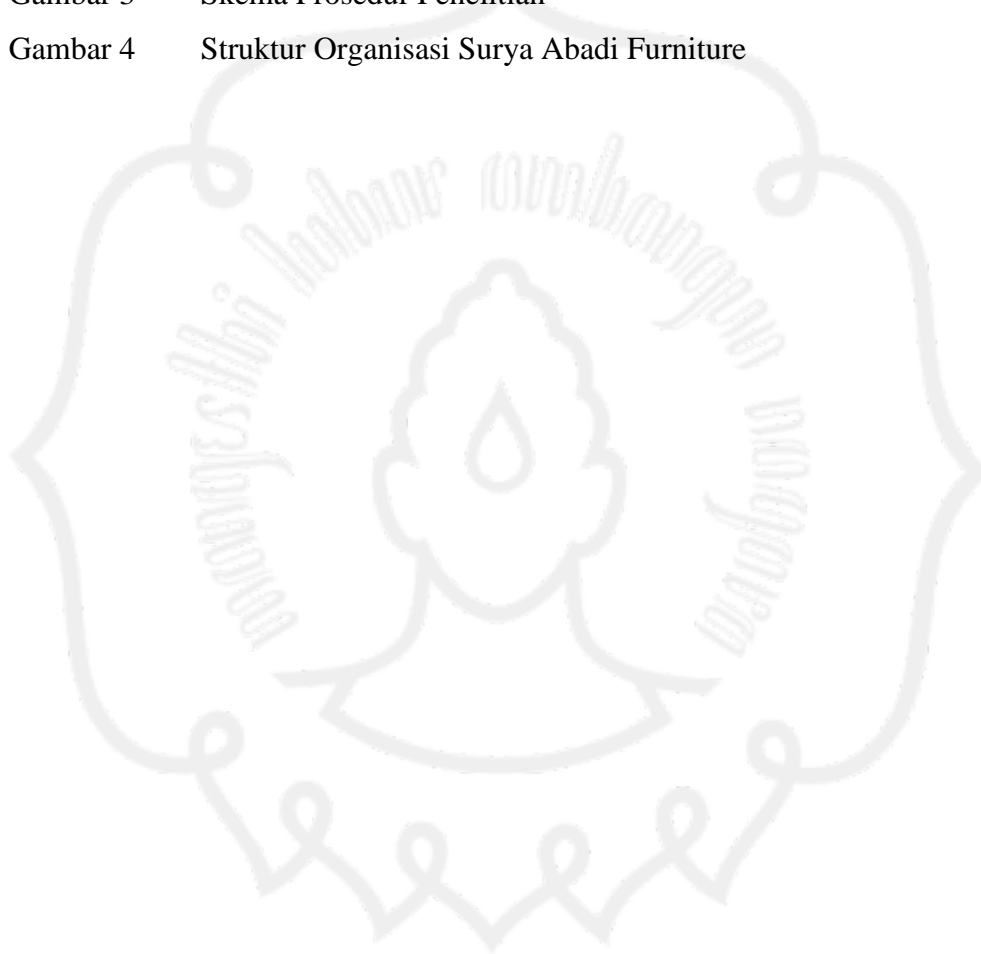
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Validitas Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
H. Prosedur Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	41
1. Sejarah Berdirinya Surya Abadi Furniture	41
2. Proses Produksi	42
3. Struktur Organisasi Surya Abadi Furniture	43
B. Deskripsi Hasil Penelitian	43
1. Latar Belakang Usaha Surya Abadi Furniture	44
2. Perkembangan Usaha Surya Abadi Furniture	45
3. Strategi Surya Abadi Furniture Dalam Menembus Pasar Internasional	48
4. Kendala/ Hambatan Surya Abadi Furniture Dalam Memasuki Pasar Internasional	55 56
5. Upaya Surya Abadi Furniture Mengatasi Kendala Yang Dihadapi	57 58
C. Temuan Studi yang Dihubungkan Dengan kajian Teori	
1. Strategi memasuki Pasar Internasional	64
2. Kendala/ Hambatan Surya Abadi Furniture Dalam Memasuki Pasar Internasional	65
3. Upaya Surya Abadi Furniture Mengatasi Kendala Yang Dihadapi	69
4. Ukuran Keberhasilan Usaha Perusahaan	70
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	70
A. Simpulan	71
B. Implikasi	
1. Implikasi Teoritis	72
2. Implikasi Praktis	72
C. Saran	

1. Bagi Surya Abadi Furniture	73
2. Bagi Perkembangan Industri Kerajinan Rotan di Kecamatan Gatak	74
3. Bagi Pemerintah	76
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 2 Skema Model Analisis Data Interaktif	38
Gambar 3 Skema Prosedur Penelitian	40
Gambar 4 Struktur Organisasi Surya Abadi Furniture	48



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Data produk surya abadi furniture yang telah memasuki pasar internasional	3
Tabel 2	Data perkembangan pendapatan Surya Abadi Furniture	47
Tabel 3	Data perkembangan jumlah karyawan dan kondisi perusahaan	49
Tabel 4	Data perkembangan produk yang dihasilkan Surya Abadi Furniture	51
Tabel 3	Data tingkat keuntungan yang diperoleh Surya Abadi Furniture	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman	
Lampiran 1	Jadwal Penyusunan Skripsi	78
Lampiran 2	Pedoman Wawancara	79
Lampiran 3	Daftar Pribadi Informan	83
Lampiran 4	Daftar Fieldnote 1	84
Lampiran 5	Daftar Fieldnote 2	92
Lampiran 6	Daftar Fieldnote 3	99
Lampiran 7	Daftar Fieldnote 4	105
Lampiran 8	Daftar Fieldnote 5	108
Lampiran 9	Daftar Fieldnote 6	111
Lampiran 10	Daftar Fieldnote 7	113
Lampiran 11	Daftar Fieldnote 8	115
Lampiran 12	Validitas Data	117
Lampiran 13	Dokumentasi	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor industri sebagai suatu kegiatan pembangunan diharapkan dapat memperlancar perekonomian dan membantu memecahkan masalah ketenagakerjaan. Salah satu sektor industri yang telah berkembang saat ini dan telah berhasil menembus pasar internasional adalah industri kerajinan rotan. Produk furniture barbahan baku rotan dari Indonesia banyak diminati oleh konsumen luar negeri. Barang-barang kerajinan rotan umumnya banyak diperdagangkan baik di tingkat lokal maupun internasional. Produk yang dijual ke luar negeri merupakan produk kualitas ekspor, proses pengerjaannya pun membutuhkan keterampilan khusus dan biaya yang cukup besar.

Industri kecil atau industri kerajinan mempunyai peranan yang strategis dalam perekonomian suatu negara, baik ditinjau pada aspek pemerataan kesempatan berusaha sehingga menumbuhkan banyak wiraswasta, aspek pemerataan penyebaran lokasi usaha yang mendorong pembangunan daerah, aspek pemerataan kesempatan kerja, maupun dalam menunjang program ekspor non migas dan melestarikan seni budaya bangsa sehingga secara nasional pengembangan usaha ini akan memberikan dampak positif terhadap pemanfaatan sumber daya alam Indonesia secara optimal sekaligus dapat menambah pendapatan devisa negara.

Banyak daerah yang mengembangkan industri kerajinan rotan ini dan berorientasi ekspor. Selain Cirebon, daerah lain yang mengembangkan industri kerajinan rotan adalah Sukoharjo yang berpusat di desa Trangsan kecamatan Gatak. Saat ini perusahaan mebel dan kerajinan yang aktif di kecamatan Gatak ada sekitar 450 unit usaha yang memproduksi berbagai jenis mebel, seperti kursi, meja, lemari, sketsel, perabotan rumah, dan sebagainya. Yang termasuk kedalam kategori skala menengah/ atas ada 15 unit usaha, menengah ada 20 unit usaha, sedangkan selebihnya adalah dalam skala kecil (UKM). Sentra industri ini mengekspor mebel dan kerajinan sekitar 120-an kontainer per bulan, terutama ke

negara-negara Eropa, seperti Spanyol, Belanda dan Inggris, disamping ke Amerika Serikat, Australia dan ke beberapa negara Asia. (<http://AMKRI.com.html>)

Menurut Kantor Bank Indonesia Semarang, dalam 10 tahun terakhir ekspor mebel rotan rata-rata mencapai tiga juta dolar AS per tahun atau sekitar empat persen dari total nilai ekspor mebel rotan nasional. Nilai produksi tahun 2005 mencapai 5,9 juta dolar AS dengan menghasilkan nilai investasi berkisar 875 ribu dolar AS. Menurut Pemimpin Kantor Bank Indonesia Semarang, Amril Arief, dengan potensi ekonomi tersebut, banyak perbankan yang telah menyalurkan kredit usaha di Trangsan. Plafon kredit untuk usaha mebel itu mencapai Rp 15,1 miliar pada 2007. Kucuran kredit itu diberikan sembilan bank yang telah mengikat akad kredit usaha. (<http://www.sukoharjokab.go.id>). Perkembangan yang cukup pesat dari industri kerajinan rotan yang ada di Gatak Sukoharjo ini senantiasa mengalami pasang surut. Kondisi perekonomian dalam negeri yang fluktuatif membuat para pengusaha harus pintar-pintar mengelola usahanya agar kelangsungan usaha terus berjalan.

Dalam rangka mengetahui lebih dalam mengenai seluk beluk mengenai usaha kerajinan rotan di kecamatan Gatak, maka peneliti mengambil salah satu perusahaan yang telah berhasil memasuki pasar internasional sebagai obyek penelitian. Surya Abadi Furniture merupakan salah satu industri penghasil kerajinan rotan yang ada di desa Trangsan kecamatan Gatak kabupaten Sukoharjo. Berdiri dari tahun 2000 silam, perusahaan ini telah membuktikan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan di dunia industri kerajinan rotan dan di saat roda perekonomian dalam negeri masih dilanda krisis ekonomi. Perusahaan tersebut adalah salah satu industri kerajinan rotan yang telah berhasil memasarkan produknya ke pasar internasional. Kemampuan pemasaran internasional yang diterapkan oleh pemilik Surya Abadi Furniture yang cukup sederhana namun telah mampu mendapat kepercayaan dan banyak menerima pesanan dari konsumen luar negeri.

Surya Abadi Furniture hampir setiap hari memproduksi produk-produk furniture untuk memenuhi pesanan dari konsumen luar negeri dan hampir setiap

minggu mengirim produk 1 kontainer sekali kirim. Produk-produk yang dipesan dikirim per fit kontainer ke negara-negara pemesan seperti Amerika, Eropa, Australia maupun Asia. Berikut ini adalah data-data produk Surya Abadi Furniture yang telah memasuki pasar internasional.

Tabel 1. Data produk Surya Abadi Furniture yang telah memasuki pasar internasional.

Tahun	Jenis Produk	Pasar Tujuan	Volume Penjualan
2002	Sofa, meja, kursi	Amerika, Eropa	15 kontainer
2003	Sofa, meja, kursi	Amerika, Eropa	16 kontainer
2004	Sofa, meja, kursi	Amerika, Australia, Eropa	26 kontainer
2005	Sofa, meja, kursi,	Amerika, Australia, Eropa, Asia	52 kontainer
2006	Sofa, meja, kursi,	Amerika, Australia, Eropa	57 kontainer
2007	Sofa, Meja, Kursi, bed (tempat tidur)	Amerika, Australia, Eropa, Asia	56 kontainer

Sumber : Hasil wawancara dengan pemilik Surya Abadi Furniture

Keputusan perusahaan untuk fokus memasarkan produknya ke pasar internasional dengan strategi pemasaran yang sederhana adalah hal yang sangat menarik minat peneliti untuk mengadakan penelitian pada perusahaan Surya Abadi Furniture. Oleh karena itu, peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“PROFIL KEBERHASILAN USAHA INDUSTRI KERAJINAN ROTAN DALAM MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL (Studi Kasus Pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo)”**.

B. Perumusan Masalah

Berpedoman pada latar belakang masalah maka diperlukan adanya suatu perumusan masalah agar dapat terfokus pada lingkungan permasalahan yang telah ditetapkan untuk diteliti. Adapun rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana latar belakang usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture?

2. Bagaimana perkembangan usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture setelah berhasil menembus pasar internasional?
3. Apa saja strategi yang diterapkan oleh Surya Abadi Furniture dalam menembus pasar internasional?
4. Apakah hambatan/kendala yang dihadapi oleh Surya Abadi Furniture dalam memasuki pasar Internasional?
5. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang dihadapi tersebut?
6. Apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha Surya Abadi Furniture?

C. Tujuan Penelitian

Pada suatu penelitian tidak akan lepas dari suatu tujuan, mengapa penelitian tersebut dilakukan, agar hasil dari suatu penelitian dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui latar belakang usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo.
2. Untuk mengetahui perkembangan usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture dari awal usahanya hingga berhasil menembus pasar internasional.
3. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh Surya Abadi Furniture untuk dapat menembus pasar internasional.
4. Untuk mengetahui hambatan / kendala yang dihadapi oleh Surya Abadi Furniture dalam menembus pasar Internasional.
5. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala/ hambatan yang dihadapi tersebut.
6. untuk mengetahui faktor keberhasilan usaha Surya Abadi Furniture.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Terdapat beberapa manfaat yang secara teoritis peneliti harapkan dari penelitian ini, yaitu :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan di bidang ekonomi khususnya mengenai strategi dan pemasaran internasional.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sarana untuk memperdalam ilmu pengetahuan di bidang ekonomi internasional khususnya mengenai keberhasilan usaha dalam menembus pasar internasional.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan bermanfaat bagi penelitian ini yaitu :

- a. Bagi Surya Abadi Furniture dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengembangan usaha dan meningkatkan keberhasilan usaha khususnya dalam pemasaran internasional.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi kepada para wirausaha yang mencoba merintis industri kerajinan khususnya industri kerajinan rotan.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan diskusi, bahan informasi dan referensi bagi mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI

Landasan teori dalam suatu penelitian berisi pengkajian terhadap pengetahuan ilmiah yang sudah ada. Pengkajian dapat berbentuk asumsi dan konsep dalam lingkup studi yang diteliti.

A. Tinjauan Pustaka

Pengkajian suatu variabel penelitian diperlukan teori-teori yang relevan dan teori-teori tersebut akan dikaji dalam tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka pada dasarnya merupakan pengkajian terhadap pengetahuan tentang konsep, hukum, dan prinsip yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Ditinjau dari penelitian ini maka tinjauan pustaka yang dikaji adalah sebagai berikut.

1. Industri Kerajinan Rotan

Industri kerajinan rotan merupakan salah satu industri kebanggaan Indonesia. Karena Indonesia merupakan salah satu penghasil rotan terbesar di dunia. Keberadaan industri ini tidak hanya sebagai pelestari sumber daya alam Indonesia, namun juga sebagai wadah pembantu pemerintah di bidang ekonomi.

a. Pengertian Industri

Sektor industri sebagai salah satu kegiatan pembangunan diharapkan dapat memperlancar perekonomian dan membantu memecahkan masalah ketenagakerjaan. Dalam usaha memajukan industri, maka industri kecil perlu dibina dan dikembangkan karena industri kecil dapat membantu memecahkan masalah kesempatan kerja dan memberikan nilai tambah di sektor industri.

Menurut Dumairy seperti yang dikutip oleh Eva Ul Khusna (2005: 18) menjelaskan istilah industri mempunyai dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan yang sejenis. Kedua, industri dapat pula merujuk ke suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Menurut Suyadi Prawirosentono (2001: 1) memberikan pengertian industri adalah “Kelompok perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang sejenis atau jasa yang sejenis”.

Berdasar uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa industri adalah sekumpulan perusahaan sejenis yang mempunyai kegiatan dalam mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

b. Klasifikasi Industri

Klasifikasi industri dibagi menjadi beberapa macam. Pembagian industri menurut Departemen Perindustrian yang diikuti oleh Lincoln Arsyad (1999), dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar yaitu :

- 1) Industri Dasar, yang meliputi kelompok Industri Mesin Dan Logam Dasar (IMLD) serta kelompok Industri Kimia Dasar (IKD).
- 2) Industri kecil, yang meliputi industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, dan barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbit barang-barang karet, plastik, dan lain-lain), industri galian bukan logam dan industri logam (mesin-mesin listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dari logam dan sebagainya).
- 3) Industri Hilir yaitu kelompok Aneka Industri (AI) yang meliputi; industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah sumber daya pertanian secara luas dan lain-lain.

Suyadi Prawirosentono (2002: 26) mengklasifikasikan industri berdasarkan skala atau besar kecilnya usaha, yaitu :

- 1) Industri Skala Usaha Kecil (*Small Scale Industri*), bila modal usahanya lebih kecil dari Rp. 100.000.000,00.
- 2) Industri Skala Usaha Menengah (*Medium Scale Industri*), bila modal usahanya antara Rp. 100.000.000,00 sampai dengan Rp. 500.000.000,00.
- 3) Industri Skala Usaha Besar (*Large Scale Industri*), bila modal usahanya diatas Rp. 500.000.000,00.

Berdasarkan beberapa klasifikasi industri di atas maka dapat disimpulkan bahwa industri kerajinan rotan termasuk industri menengah dan termasuk industri hilir (kelompok aneka industri).

c. Perkembangan Industri Rotan Di Indonesia

Sektor industri sebagai suatu kegiatan pembangunan diharapkan dapat memperlancar perekonomian dan membantu memecahkan masalah ketenagakerjaan. Dalam usaha memajukan industri, maka industri kecil perlu dibina dan dikembangkan karena industri kecil dapat membantu memecahkan masalah kesempatan kerja dan memberikan nilai tambah di sektor industri.

Industri pengolahan barang jadi dari rotan masih terbatas pada industri rakyat (*home industry*) seperti furniture, kerajinan dan lain-lainnya. Industri yang bersifat mekanis masih sangat terbatas dan umumnya penghasil barang setengah jadi. Industri yang bersifat mekanis ini antara lain terdapat di Padang, Jambi, Banjarmasin, Ujung Pandang dan Surabaya. Sedangkan di kota lainnya, misalnya Medan, Palembang, Jakarta, Semarang, Bandung, terbatas pada industri nonmekanis seperti peralatan rumah tangga.

Barang-barang dari rotan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan umumnya dihasilkan melalui proses industri, yaitu kerajinan. Ciri khas hasil kerajinan yang berbentuk karya seni yang dihasilkan melalui keterampilan. Di Indonesia, orang-orang yang terampil membuat kerajinan disebut perajin yang jumlahnya cukup banyak dan peralatan yang digunakan sangat sederhana.

Perkembangan peradaban manusia pada saat ini dicirikan dengan kemajuan di bidang teknologi termasuk industri. Walaupun demikian, pertumbuhan kerajinan relatif tidak banyak dipengaruhi oleh teknologi industri. Dalam arti, proses pembuatan kerajinan itu masih tetap banyak yang menggunakan keterampilan tangan. Pengaruh teknologi industri hanya dirasakan dalam segi pengadaan bahan baku. Karena keterbatasan penggunaan teknologi industri ini, maka pengembangan kerajinan rotan akan tetap banyak menyerap tenaga kerja. Modal utama industri kerajinan rotan di Indonesia adalah keterampilan dan kreativitas seni yang dapat dikembangkan melalui latihan-latihan. Masyarakat Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar di bidang seni kriya rotan. Hal ini dapat dilihat dari hasil kerajinan rotan dengan bentuk dan desain yang beraneka ragam.

d. Jenis-Jenis Industri Kerajinan Rotan.

Industri kerajinan rotan yang banyak terdapat di beberapa daerah di Indonesia umumnya mempunyai ciri-ciri seperti yang dikemukakan oleh Januminro (2000: 57) sebagai berikut.

1) Industri Nonmekanis

Industri nonmekanis terdiri atas industri kerajinan rakyat dan industri barang jadi yang pertumbuhannya tidak tergantung pada ketersediaan bahan baku di satu daerah saja, tetapi lebih tergantung pada keterampilan dan keahlian tenaga kerja. Industri kerajinan rotan yang mengandalkan keterampilan dan keahlian tenaga kerja ini tumbuh dan berkembang di pusat-pusat kerajinan seperti Cirebon, Tasikmalaya, Yogyakarta, dan Banjarmasin. Dengan perkembangan sarana dan prasarana, para pengrajin rotan kini mulai pindah menuju sumber-sumber bahan bakunya. Hasil industri kerajinan rotan nonmekanis antara lain sebagai berikut :

- a) Lampit dan tikar yang berkembang di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Timur.
- b) Peralatan rumah tangga dengan desain sederhana terdapat hampir di semua wilayah, tetapi untuk desain yang modern terdapat di Jakarta, Palembang, Semarang, Surabaya dan Cirebon.
- c) Kerajinan tas, kipas, payung dan lainnya berkembang di Jawa, misalnya di Cirebon, Tasikmalaya, Yogyakarta, dan Medan.

2) Industri Mekanis

Industri mekanis tumbuh di pusat-pusat produksi rotan, misalnya Padang, Jambi, Banjarmasin, Ujung Pandang, dan Surabaya. Hasil produksi industri mekanis adalah barang bahan setengah jadi. Misalnya :

- a) Kulit rotan berbagai ukuran untuk bermacam-macam keperluan, terutama untuk bahan baku anyaman.
- b) Hati rotan berbagai ukuran untuk bermacam-macam keperluan, misalnya stick, payung, bahan kerajinan, dan furniture.
- c) Rotan bulat berbagai ukuran untuk bermacam-macam keperluan, terutama untuk bahan baku furniture.

2. Pasar Internasional

Mengeluti bidang usaha industri kerajinan, pilihan memasuki pasar internasional merupakan pilihan penting. Daya beli konsumen dalam negeri yang rendah terhadap produk dalam negeri, para pengusaha dituntut untuk lebih kreatif menghasilkan ide-ide segar yang dapat mendukung terhadap kelangsungan hidup usahanya.

a. Pengertian Manajemen Pemasaran Internasional

Keputusan manajemen dalam menembus pasar internasional perlu bekal akan kemampuan manajerial yang memadai. Tidak hanya berani mengambil keputusan, namun diperlukan strategi dan manajemen yang baik untuk dapat memasuki pasar internasional dan dapat menunjukkan eksistensi pada pasar internasional di tengah persaingan yang ketat dan perubahan selera konsumen luar negeri sesuai dengan perubahan mode.

Istilah manajemen berasal dari bahasa latin “*manus*” dan “*giare*” yang kemudian tergabung menjadi *managiare* yang berarti melakukan, menangani, melaksanakan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang mempunyai arti identik dengan itu adalah “*to manage*” yang di dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi mengurus, membimbing, dan mengawasi. Soemardji Hartoyo (2000: 1) memberi pengertian manajemen sebagai “Proses kegiatan (pimpinan) untuk mengendalikan suatu usaha guna mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Manajemen sangat dibutuhkan untuk mengelola berbagai jenis organisasi untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas kerja perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efisiensi berarti perbandingan terbaik antara input dengan output, sedangkan efektivitas berarti kemampuan untuk melakukan suatu pekerjaan secara tepat dan sebaik-baiknya agar diperoleh hasil yang sebesar-besarnya.

Manajemen merupakan suatu aktivitas pencapaian tujuan organisasi yang dilakukan secara terus-menerus tanpa henti melalui serangkaian fungsi-fungsi pokok manajemen, karena fungsi tersebut sangat penting bagi manajemen. Perencanaan (*planning*) merupakan fungsi manajemen dalam menentukan hal-hal yang akan dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan fungsi manajemen untuk mengelompokkan dan menentukan berbagai kegiatan penting yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Melalui fungsi ini manajer bila mengadakan pembagian tugas ke dalam satuan tertentu atau kedalam bagian-bagian khusus, pembatasan kekuasaan dan tanggung jawab beserta

pengaturan hubungan antar bagian di dalam lembaga atau badan yang bersangkutan. Kepemimpinan (*leading*) merupakan fungsi manajemen tentang bagaimana mempengaruhi orang untuk melakukan suatu kegiatan. Pengawasan merupakan fungsi manajemen dalam mengontrol pelaksanaan kegiatan sampai sejauh mana kegiatan tersebut dapat dicapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya dan memecahkan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi.

Dalam suatu industri bisnis, haruslah selalu ada manajemen pemasarannya. Karena pemasaran merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha suatu perusahaan. Henry Simamora (2000: 4) mendefinisikan “Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan orang/ kelompok lain”.

Henry Simamora (2000: 4) juga mendefinisikan “Pemasaran internasional (*international marketing*) adalah pelaksanaan aktivitas-aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa kepada konsumen atau pemakai pada lebih dari satu negara dengan suatu keuntungan”. Sedangkan Gregorius Chandra (2004: 15) mendefinisikan “Pemasaran internasional merupakan perluasan dari pemasaran domestik yang bisa disebabkan oleh adanya pesanan dari pelanggan luar negeri atau adanya faktor kejenuhan pasar domestik”.

Henry Simamora (2000: 6) menjelaskan “Manajemen pemasaran internasional bertanggung jawab atas pembuatan, penerapan, pemeliharaan, dan pengendalian segala aktivitas yang dibutuhkan perusahaan untuk melewati batas-batas nasional, mendukung aktivitas-aktivitas pemasaran asing, dan mengevaluasi kinerja pemasaran asing”.

Berdasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para pakar di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran internasional adalah pembuatan, penerapan, pemeliharaan, dan pengendalian segala aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pemenuhan barang/ jasa yang dibutuhkan kepada lebih dari satu negara.

Dimensi lain dari manajemen pemasaran internasional adalah koordinasi dan integrasi program pemasaran nasional perusahaan ke dalam suatu program multinasional yang efektif. Bentuk pemasaran internasional meliputi, perdagangan ekspor-impor hingga pemberian lisensi, usaha patungan, anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya, *turnkey operations*, dan kontrak-kontrak manajemen. Pemasaran internasional sangat mempertahankan prinsip baku pemasaran, yaitu kepuasan.

b. Strategi Memasuki Pasar Internasional

Suatu perusahaan yang akan memasuki pasar internasional harus mengetahui informasi mengenai pasar yang akan dituju. Hal tersebut dikarenakan konsumen di setiap negara mempunyai selera yang berbeda-beda. Masalah perbedaan kultur, bahasa, dan mata uang tentu harus betul-betul diperhatikan oleh perusahaan. Menurut Amir M.S (2004) terdapat sepuluh strategi dalam memasuki pasar internasional, yaitu :

1) Keputusan manajemen dalam memasuki pasar internasional

Keputusan manajemen perusahaan dalam menembus pasar internasional merupakan faktor strategis yang dapat dilakukan oleh manajemen. Keberanian mengambil keputusan memasuki pasar internasional sangat tergantung pada visi manajemen puncak setiap perusahaan.

Pola pikir para pengusaha yang cenderung bertahan di pasar domestik haruslah dirubah. Karena adanya AFTA (*Asean Free Trade Area*) seharusnya dijadikan oleh para pengusaha sebagai suatu kesempatan dan peluang untuk melakukan penetrasi pasar internasional, di samping memperkuat kedudukan di pasar domestik. Henry Simamora (2000: 343) mendefinisikan “Penetrasi atau konsentrasi pasar adalah pamilihan secara sedikit pasar untuk mengembangkan dengan lebih intensif”. Strategi ini ditandai oleh tingkat pertumbuhan yang perlahan-lahan dan bertahap jumlah pasar yang dilayani. Keunggulannya meliputi spesialisasi, skala ekonomis dan pertumbuhan melalui penetrasi”.

2) Menentukan komoditi yang akan dijual

Menentukan komoditi yang akan diekspor sangatlah penting. Karena hal tersebut sangat menentukan apakah barang yang akan kita jual ke pasar

internasional akan diminati atau tidak. Komoditi yang akan dijual ke pasar internasional hendaklah komoditi yang dapat dipasok oleh produsen. Jika tidak diperoleh produsen pemasok dalam negeri maka dapat menjalin kerja sama dengan produsen lain yang bersedia memasok komoditi yang diperlukan oleh perusahaan.

Komoditi yang umumnya laku adalah komoditi yang mempunyai daya saing tinggi. Menurut Amir MS (2004: 13) menjelaskan “Komoditi yang mempunyai daya saing tinggi adalah komoditi yang mutunya (desain, tipe, spesifikasi teknis), kegunaan (*function*), daya tahan (*durability*), harganya (*price*), waktu penyerahan (*shipment-date*), dan pelayanan purna jual (*after sales service*) sesuai dengan selera dan daya beli pembeli di negara tujuan”.

Para ekonom menyebutkan bahwa komoditi yang mempunyai daya saing tinggi adalah komoditi yang mempunyai keunggulan mutlak, keunggulan komparatif, dan keunggulan kompetitif.

3) Analisa kondisi pasar tujuan

Sebelum menjatuhkan pilihan negara yang akan dijadikan sasaran dalam usaha memasuki pasar internasional, maka perlu dilakukan penelitian awal tentang kondisi pasar tujuan, seperti populasi suatu negara termasuk agama, tradisi, kondisi politik, ekonomi, sosial, iklim, peraturan ekspor-impor, perpajakan, perbankan, keuangan, transportasi, dan lain sebagainya. Tujuan melakukan penelitian awal ini agar dapat menentukan pasar potensial dan segmen pasar yang akan dimasuki.

4) Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar

Hal yang perlu diperhatikan ketika akan memasuki pasar internasional adalah kebiasaan di kalangan segmen pasar negara tujuan. Kebiasaan atau tradisi merupakan hal yang sangat penting diketahui karena pasar suatu negara bisa saja menolak produk yang diekspor jika tidak sesuai dengan kebiasaan masyarakat setempat. Dengan mengetahui pasar potensial negara tujuan, maka kemungkinan barang yang kita ekspor diterima masyarakat negara tujuan sangat besar.

5) Menentukan strategi operasional bersama mitra usaha

Pasar internasional adalah pasar yang penuh dengan persaingan. Persaingan yang datang tidak hanya dari pengusaha dalam negeri, namun juga pengusaha manca negara yang memperdagangkan komoditi yang sama, di segmen pasar yang sama, di negara yang sama pula. Oleh karena strategi operasional akan diterapkan di negara tujuan maka cara yang efektif adalah dengan mengikutsertakan mitra dagang yang ada di negara tujuan. Karena mitra itulah yang lebih banyak mengetahui kondisi persaingan setempat.

Strategi yang perlu diterapkan menyangkut unsur-unsur persaingan dari komoditi yang akan diperdagangkan, seperti pemilihan jenis komoditi yang cocok untuk wilayah sasaran ekspor, mutu komoditi yang sesuai dengan “selera” konsumen setempat, harga yang sesuai dengan “daya beli” segmen pasar sasaran, waktu penyerahan barang yang sesuai dengan tradisi setempat, pelayanan purna jual yang memudahkan calon pembeli, syarat pembayaran yang sesuai dengan kondisi ekonomi negara tujuan.

6) Menentukan sistem promosi dan pemilihan media massa

Komoditi yang akan diekspor perlu diperkenalkan terlebih dahulu kepada calon pembeli dengan tujuan agar pembeli berminat pada komoditi yang dijual. Jika sudah berminat, maka yang harus dilakukan adalah mendorong konsumen untuk menyukainya. Untuk memperkenalkan komoditi kepada calon pembeli maka harus dilakukan promosi. Kegiatan promosi akan lebih efektif dan efisien jika melalui media penyalur. Media yang bisa digunakan adalah pameran dagang internasional, brosur, iklan melalui media cetak, media elektronik, seperti televisi, internet, melalui etase perdagangan, kamar dagang indonesia, badan pengembangan ekspor indonesia, lembaga penunjang ekspor, dan media promosi lainnya.

7) Mempelajari peta pemasaran komoditi tertentu

Peta pemasaran perlu dipelajari sebelum memasuki pasar internasional. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan mengumpulkan data impor dari komoditi yang akan direncanakan untuk diekspor. Negera-negara yang

mempunyai data impor tinggi maka dapat disimpulkan sebagai pasar potensial dan segmen pasar yang layak untuk dimasuki.

8) Mempelajari nama dan alamat lengkap badan-badan promosi

Untuk dapat memudahkan pemasaran, maka perlu untuk mengumpulkan secara nyata nama dan alamat lengkap dari media promosi yang dipilih, khususnya yang berada di wilayah nagara tujuan. Informasi mengenai nama dan alamat lengkap ini untuk memudahkan melancarkan kegiatan promosi dari komoditi yang akan dijual.

9) Menyiapkan brosur dan daftar harga

Brosur merupakan gambaran mengenai produk-produk yang akan dijual. Bentuk-bentuk brosur dapat berupa foto, sketsa, lukisan yang dilengkapi dengan data teknis seperti keterangan lain termasuk *intruction manual* (cara pemasangan) untuk barang-barang yang akan dijual dalam bentuk CKD (*Completely Knocked Down*) atau SKD (*Semi Knocked Down*). Tujuan pembuatan brosur adalah agar calon pembeli mendapat gambaran mengenai bentuk visual dari komoditi yang ditawarkan. Daftar harga barang (*price list*) juga perlu dicantumkan agar calon pembeli dapat mempertimbangkan harga tersebut dibandingkan dengan harga komoditi yang sama dari negara lain. Daftar harga tersebut sebaiknya dibuat atas dasar FOB.

10) Menyiapkan surat perkenalan usaha dan komoditi

Promosi dapat dilakukan dengan membuat surat perkenalan yang dikirim kepada asosiasi importir di negara tujuan ekspor, atau atase perdagangan asing serta calon pembeli lainnya. Surat perkenalan ini dilengkapi dengan brosur dan daftar harga dari komoditi yang diperkenalkan.

c. Hambatan-Hambatan Dalam Memasuki Pasar Internasional

Berbagai rintangan/ hambatan dialami pengusaha yang akan memasuki pasar internasional. Amir M.S (2004 : 84) membagi hambatan-hambatan dalam memasuki pasar internasional karena dua faktor, yaitu:

- 1) Hambatan yang berasal dari dalam negeri
Hambatan yang berasal dari dalam negeri diantaranya yaitu :
 - a) Birokrasi yang bertele-tele, yang menghambat kelencaran perizinan.

- b) Pungutan liar (pungli) yang mengakibatkan ekonomi biaya tinggi yang melemahkan daya saing.
- c) Rendahnya disiplin nasional yang menghancurkan produktivitas, integritas, bonavitas eksportir nasional.
- 2) Hambatan yang berasal dari negara tujuan ekspor
 - Hambatan memasuki pasar internasional yang berasal dari negara tujuan ekspor yaitu:
 - a) *Common External Tariff* atau tarif bea masuk yang tinggi yang dipasang oleh negara-negara anggota Pasar Bersama Eropa yang diberlakukan terhadap negara luar termasuk Indonesia.
 - b) *British Commonwealth Preference* yaitu tarif bea masuk impor yang khusus diberikan Inggris kepada negara-negara bekas dominion Inggris seperti Australia, Malaysia, Singapore, Kanada, dan lain-lain, yang dengan sendirinya tidak dapat dinikmati oleh negara luar seperti Indonesia.
 - c) Kuota sistem yang ditetapkan untuk impor hasil pertanian dan industri seperti kuota untuk kopi dan untuk produk tekstil, yang merupakan pembatasan bagi perkembangan ekspor kita.
 - d) Keharusan sertifikasi dan prosedur impor yang berlebihan untuk mempersulit impor yang diberlakukan oleh negara-negara maju seperti Amerika Serikat dengan FDA (*Federal Drug Administration*) dan aneka sertifikat yang diminta oleh bea cukai Jepang.

3. Keberhasilan Usaha

Tujuan seseorang ketika terjun dalam dunia bisnis adalah untuk mencapai keberhasilan. Keberhasilan akan diperoleh apabila seseorang melakukan usaha terbaiknya. Usaha terbaik tercermin dari prestasi yang didapat oleh seseorang. Prestasi merupakan hasil yang sangat gemilang yang dapat dicapai oleh orang yang berusaha dengan segala daya dan upaya yang dilakukannya. Sedangkan pengusaha yang berhasil ialah mereka yang mampu bertahan mengembangkan usahanya serta mendiversifikasikan bidang usaha yang digelutinya.

Keberhasilan usaha dalam bidang ekonomi berarti tercapainya penjualan yang maksimal dan diperolehnya laba/ keuntungan. Menurut Salim Siagian dan Asfahani seperti yang dikutip oleh Eva Ul Khusna (2006) menyatakan bahwa keberhasilan usaha dapat diukur oleh beberapa hal berikut ini :

a. Kelangsungan hidup perusahaan

Setiap perusahaan dalam melakukan aktivitas memproduksi barang atau jasa, selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen juga bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Semua pihak yang berada dalam perusahaan menginginkan agar perusahaan memiliki kelangsungan hidup.

Robert M. Grant alih bahasa Thomas Secokusumo (1999: 53) menyatakan, “Kelangsungan hidup perusahaan mengharuskan bahwa dalam jangka panjang perusahaan harus memperoleh tingkat pengembalian yang dapat menutupi biaya modalnya”. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Suyadi Prawirosentono (2001: 167), “Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung kepada berhasil atau tidaknya memperoleh tingkat keuntungan yang wajar”.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelangsungan hidup perusahaan akan tercapai apabila perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang bisa menutup semua biaya modal yang telah dikeluarkan dalam produksi. Keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk mempertahankan hidup perusahaan, menumbuh kembangkan perusahaan serta memberikan kepuasan kepada semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan.

b. Penyediaan lapangan kerja

Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sementara lapangan kerja semakin terbatas. Sektor pertanian yang selama ini menjadi tumpuan bagi penyerapan tenaga kerja semakin terbatas seiring dengan berkurangnya lahan pertanian di daerah pedesaan. Hal inilah yang mengakibatkan pengangguran semakin bertambah.

Salah satu alternatif untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan membuka lapangan kerja sendiri. Seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja sendiri adalah wirausaha. Suryana (2003: 50) “Para wirausahalah yang berhasil menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi”.

Wirausaha mempunyai peran penting dalam mengurangi jumlah pengangguran. Melalui kegiatan usaha yang dilakukannya, wirausaha mampu menyediakan lapangan kerja bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan. Pandji Anoraga & H. Djoko Sudantoko (2002: 138) berpendapat “.....hasil karya seorang wirausaha, dapat kita lihat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk baru dan membuka lapangan kerja baru”. Selain itu usaha kecil/industri kecil yang didirikan oleh para wiusahawan ini mampu memberikan kesempatan kerja bagi mereka yang tidak memiliki keterampilan atau keahlian yang dibutuhkan oleh lapangan kerja di daerah perkotaan.

Industri kecil yang didirikan oleh para pengusaha ini berhasil menyediakan kesempatan kerja yang lebih besar daripada sektor lainnya. Mudrajat Kuncoro dalam RD. Djatmiko (2004: 62) menjelaskan peranan industri kecil dan rumah tangga terhadap penyerapan tenaga kerja adalah sebagai berikut :

Industri kecil dan rumah tangga (IKRT) memiliki peranan yang cukup besar dalam sektor manufaktur dilihat dari sisi jumlah unit usaha dan daya serapnya terhadap tenaga kerja, namun lemah dalam menyumbang nilai tambah. Dari total usaha manufaktur di Indonesia pada tahun 1997 sebanyak 2.611 juta, ternyata 99,2 persen merupakan unit usaha IKRT. IKRT dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 20 orang, mampu menyediakan kesempatan kerja sebesar 60,4 persen dari total kesempatan kerja.

c. Meningkatkan kualitas hidup para pemakai produk

Bisnis/ usaha merupakan kegiatan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam dunia bisnis, semua industri/ pengusaha menghadapi persaingan diantara perusahaan-perusahaan bisnis lainnya. Perusahaan akan mampu menghadapi persaingan bahkan memenangkan persaingan jika perusahaan dapat menyediakan / memenuhi barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. RD. Jatmiko (2004: 3) menyatakan “Perusahaan yang berhasil harus mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen yang baru dan selalu berusaha memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen tersebut”. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Pandji Anoraga yang dikutip oleh Eva Ul Khusna (2005: 25) “Pebisnis yang baik dan berhasil akan selalu

memperhatikan perilaku pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut”.

Perusahaan yang mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen berarti dapat meningkatkan kualitas hidup konsumennya. Suatu barang atau jasa dikatakan dapat meningkatkan kualitas hidup para pemakai produk (konsumen) apabila barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas. Adanya kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas tersebut inilah yang membuat perusahaan sulit untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas dan kepuasan pelanggan. Kualitas dan kepuasan tidak dapat dipisahkan karena dengan produk yang berkualitas maka dapat memberikan kepuasan.

Perusahaan dapat meningkatkan kualitas hidup konsumennya tidak hanya melalui kualitas, kuantitas dan kepuasan pelanggan saja, akan tetapi juga bisa dilakukan dengan memperhatikan kualitas lingkungan. Philip Kotler alih bahasa AB. Suseno (2000: 206) “Kualitas hidup tidak hanya berarti kuantitas dan kualitas barang atau jasa tetapi juga kualitas lingkungan”.

d. Meningkatkan kesejahteraan

Seseorang melakukan kegiatan usaha/ bisnis untuk mempertahankan hidup. Melalui kegiatan usaha/ bisnis ini pengusaha atau produsen dapat menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa, pengusaha atau produsen bertujuan mencapai kesejahteraan hidup. MB. Hendrie Anto (2003: 5) menyatakan bahwa “Tujuan dari manusia dalam memenuhi kebutuhannya atas barang dan jasa adalah untuk mencapai kesejahteraan”.

Manusia menginginkan kebahagiaan dan kesejahteraan dalam hidupnya dan untuk inilah ia berjuang dengan segala cara untuk mencapainya. Dalam menjalankan aktivitas usahanya tersebut, pengusaha atau produsen berharap usahanya itu dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Heri Sudarso (2002:

65) memberikan pengertian “Kesejahteraan adalah keadaan yang secara materi, masyarakat mendapatkan keuntungan seoptimal mungkin dengan cara apapun.

Para produsen dalam menjalankan usahanya akan mencapai kesejahteraan jika dia dapat mendapatkan keuntungan yang optimal dari usahanya. T. Sunaryo (2001: 11) mengemukakan “Tingkat kesejahteraan produsen diukur dengan surplus produsen”. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa seorang produsen atau pengusaha dikatakan berhasil dalam usahanya apabila usahanya itu mampu memberikan keuntungan optimal yang dapat memenuhi kebutuhannya”.

e. Memperbaiki kualitas lingkungan dari lokasi usahanya

Setiap perusahaan mempunyai aktivitas memproduksi barang atau jasa selain untuk memenuhi kebutuhan manusia juga untuk mendapatkan keuntungan. Dalam menjalankan aktivitasnya tersebut, perusahaan sangat mempengaruhi lingkungannya. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mempunyai rasa tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan masyarakat serta dapat memberikan kesejahteraan bagi lingkungan/masyarakat sekitarnya.

Salah satu tanggung jawab sosial dari pengusaha adalah berkaitan dengan masalah kualitas lingkungan di sekitar pabrik. Otto Soemarwoto (2004: 23) “Kualitas lingkungan dapatlah diartikan dalam kaitannya dengan kualitas hidup yaitu dalam kualitas lingkungan yang baik terdapat potensi untuk berkembangnya kualitas hidup yang tinggi”. Lingkungan fisik merupakan salah satu lingkungan ekstern yang mempengaruhi kehidupan pengelolaan dan kelangsungan hidup (*survival*) dari suatu bisnis perusahaan. Lingkungan fisik sering mengalami kerusakan-kerusakan akibat dari kegiatan-kegiatan industri yang dilakukan oleh perusahaan besar. Oleh karena itu lingkungan fisik perlu mendapat perhatian dari perusahaan jika perusahaan ingin bertahan hidup dan diterima masyarakat.

Perusahaan dituntut bertanggungjawab agar kualitas lingkungan bersih dari polusi dan limbah yang diakibatkan oleh proses produksi. Philip Kotler alih bahasa AB. Suseno (2000: 9) mengemukakan bahwa “Perusahaan dituntut lebih bertanggungjawab akan limbah sampingan, bahan pembungkus, penanganan

limbah dan lain-lain, yang mempengaruhi lingkungan hidup dalam proses produksi dan pemasarannya”.

Dengan demikian, perusahaan yang memperhatikan kelestarian lingkungan berarti dapat memperbaiki kualitas lingkungan. Memperbaiki kualitas lingkungan dari lokasi usaha merupakan salah satu ukuran keberhasilan seorang pengusaha, karena masyarakat akan bersedia menerima kehadiran perusahaan jika perusahaan tersebut memperhatikan lingkungan sekitar.

f. Mendapatkan keuntungan (laba)

Umumnya seseorang menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan menjadi dorongan pertama bahkan tujuan utama bagi mereka, karena dengan keuntungan inilah yang akan memberikan pendapatan. Pandji Anoraga & H. Djoko Sudantoko (2002: 188) mengemukakan “Keuntungan merupakan dasar untuk hidupnya suatu perusahaan.”

T. Sunaryo (2001: 145) “Keuntungan didefinisikan sebagai total pendapatan dikurangi biaya”. Sedangkan RD. Jatmiko (2004: 45) mendefinisikan “Laba adalah selisih antara pendapatan yang diterima para pengusaha dari hasil penjualan barang dan jasa dengan biaya-biaya untuk produksi dan mendistribusikan barang dan jasa tersebut”.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa laba/keuntungan adalah semua pendapatan yang diterima oleh seseorang dikurangi dengan semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi. Keuntungan dalam usaha bisa berupa keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan/laba mempunyai peranan penting dalam setiap usaha. Perusahaan maupun seseorang yang melakukan kegiatan usaha akan berusaha memperoleh laba yang maksimal, karena dengan laba maksimal itu perusahaan akan memiliki eksistensi dan kontinuitas serta pertumbuhan usaha dalam jangka panjang sehingga perusahaan akan terus dapat beroperasi/ menjalankan usahanya.

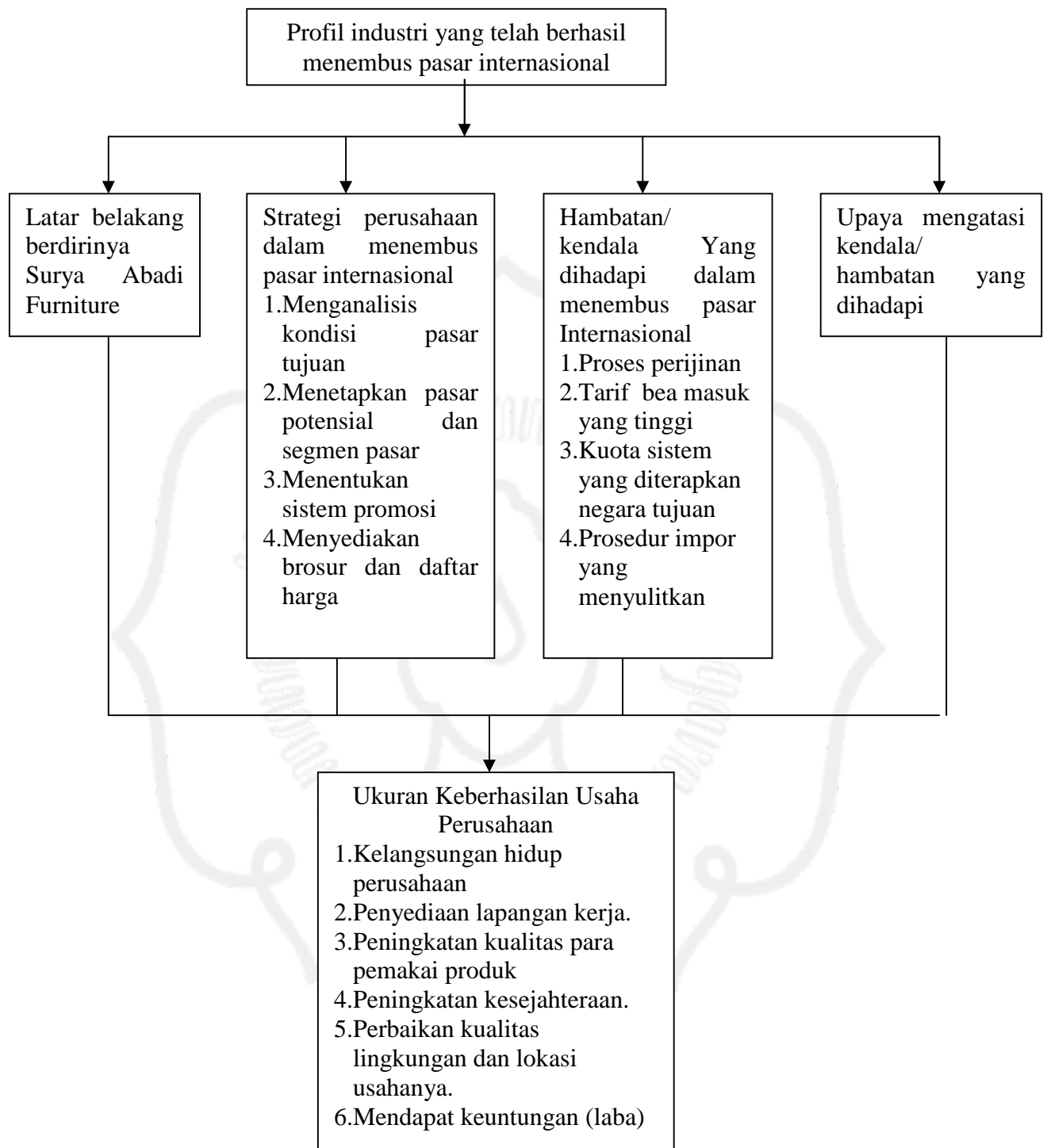
B. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan alur berpikir yang digunakan dalam penelitian ini, yang digambarkan secara menyeluruh dan sistematis setelah mempunyai teori yang mendukung penelitian.

Keberhasilan usaha industri kerajinan rotan dalam menembus pasar internasional dilihat dari latar belakang berdirinya industri kerajinan rotan khususnya pada Surya Abadi Furniture sebagai obyek penelitian. Untuk apa dan mengapa pengusaha rotan memilih usaha tersebut untuk dikembangkan. Hal tersebut untuk mengetahui seberapa besar prospek usaha pada bisnis kerajinan rotan. Perkembangan usaha akan dilihat dari awal usaha tersebut berdiri hingga berhasil dalam menembus pasar internasional. Perusahaan harus mempunyai strategi dalam menembus pasar internasional. Strategi yang dapat diterapkan diantaranya, yaitu: menganalisis kondisi pasar tujuan, menetapkan pasar potensial dan segmen pasar, menentukan sistem promosi dan pemilihan media massa, dan menyediakan brosur serta daftar harga.

Suatu usaha yang dikatakan berhasil menembus pasar internasional, tidak terlepas dari kemampuan perusahaan menghadapi hambatan dan rintangan yang dihadapi. Hambatan tersebut dapat berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk itu perlu diketahui upaya-upaya yang bisa dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

Secara umum keberhasilan usaha pada industri kecil dapat dilihat/diukur melalui kelangsungan hidup perusahaan, penyediaan lapangan kerja, peningkatan kualitas hidup para pemakai produk, meningkatkan kesejahteraan, memperbaiki kualitas lingkungan dari lokasi usahanya dan mendapatkan keuntungan (laba). Secara sistematis akan digambarkan melalui bagan seperti di bawah ini :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini penulis laksanakan pada salah satu industri kerajinan rotan yang ada di kecamatan Gatak kabupaten Sukoharjo yaitu Surya Abadi Furniture, yang merupakan perusahaan penghasil kerajinan rotan yang telah berhasil menembus pasar Internasional. Lokasi penelitian bertempat di desa Trangsari RT 01/ RW 05 kecamatan Gatak kabupaten Sukoharjo. Alasan lain pemilihan lokasi tersebut adalah dekatnya lokasi perusahaan dengan tempat tinggal peneliti.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian. Penelitian ini direncanakan dari penyusunan proposal sampai penulisan laporan penelitian mulai bulan November 2007 sampai dengan selesainya laporan ini.

B. Bentuk dan Strategi Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Pengkajian suatu permasalahan secara utuh dan lengkap diperlukan suatu pendekatan melalui bentuk penelitian yang tepat. Bentuk penelitian yang tepat akan mencerminkan kedalaman materi permasalahan yang disajikan. Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yang akan ditekankan pada masalah dan makna persepsi, maka bentuk penelitian ini adalah *penelitian deskriptif kualitatif*. Analisis deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini, dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Winarno Surakhmad (1998: 139) berpendapat bahwa “Metode deskriptif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut : a) Memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual, b) Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan

dan dianalisa”. Menurut Mardalis (2002: 26), “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku”. Penelitian deskriptif hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti.

Menurut Lexy J. Moleong (2006: 6) penelitian kualitatif adalah :

Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Menurut Bogdan dan Taylor seperti yang dikutip Lexy J. Moleong (2006: 4) mendefinisikan “Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Noeng Muhadjir (2000: 44) mengemukakan bahwa :

Data kualitatif yang dimaksud di bagian pertama buku ini adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal, bukan angka. Data dalam bentuk kata verbal sering muncul dalam kata yang berbeda dengan maksud yang sama atau sebaliknya, sering muncul dalam kalimat panjang lebar, yang lain singkat melainkan perlu dilacak kembali maksudnya dan banyak lagi ragamnya.

Selain penekanan pada teori, penelitian kualitatif juga mementingkan proses daripada hasil. Seperti yang dijelaskan oleh Lexy J. Moleong (2006: 11) bahwa “Penelitian kualitatif lebih banyak mementingkan segi proses dari pada hasil”.

Lexy J. Moleong (2006: 9) menjelaskan bahwa “Metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan diantaranya :

- 1) Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak.
- 2) Metode ini menyajikan secara lugas hakikat hubungan antara peneliti dan responden.
- 3) Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Lebih lanjut Lexy J. Moleong (2006: 34) mengemukakan bahwa “Penelitian kualitatif cenderung untuk mencari, menemukan dan menyimpulkan hipotesis. Hipotesis dilihat sebagai sesuatu yang tentatif, berkembang dan didasarkan pada sesuatu studi tertentu”.

Dengan demikian bentuk penelitian deskriptif kualitatif akan menghasilkan data berupa kata-kata tertentu/lisan dari obyek penelitian dengan menggambarkan/melukiskan keadaan yang sebenarnya. Bentuk kualitatif digunakan karena dengan pendekatan tersebut permasalahan yang akan diteliti dapat diungkapkan secara detail dan mendalam.

2. Strategi Penelitian

Agar setiap penelitian dapat mencapai hasil yang maksimal diperlukan suatu strategi penelitian. Strategi penelitian merupakan teknik pengumpulan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta sesuai dengan tujuan penelitian.

H.B. Sutopo (2002: 112) menjelaskan bahwa “Dalam penelitian kualitatif dikenal adanya *studi kasus tunggal* ataupun *studi kasus ganda*. Secara lebih khusus baik studi kasus tunggal maupun studi kasus ganda dibedakan adanya jenis penelitian *terpancang* ataupun *holistik penuh*”.

Berdasarkan pendapat tersebut maka strategi penelitian dapat dibedakan menjadi 3 antara lain :

a) Tunggal terpancang

Penelitian tersebut terarah pada satu karakteristik dan sudah memilih serta menentukan variabel yang menjadi fokus utamanya sebelum memasuki lapangan.

b) Ganda terpancang

Penelitian tersebut mempersyaratkan adanya sasaran lebih dari satu yang memiliki perbedaan karakteristik dan sudah memilih serta menentukan variabel yang menjadi fokus utamanya sebelum memasuki lapangan.

c) Holistik penuh

Peneliti dalam kajiannya sama sekali tidak menentukan fokus sebelum peneliti terjun ke lapangan.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tunggal terpancang. Strategi tunggal terpancang yang digunakan dalam penelitian ini mengandung pengertian: tunggal dalam arti hanya satu ruang lingkup lokasi penelitian yaitu Surya Abadi Furniture. Sedangkan terpancang pada tujuan penelitian maksudnya bahwa apa yang harus diteliti dibatasi pada aspek-aspek yang sudah dipilih sebelum melaksanakan penelitian ke lapangan. Dalam penelitian ini terpancang pada tujuan untuk mengetahui bagaimana keberhasilan usaha Surya Abadi Furniture dalam menembus pasar Internasional.

C. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber suatu data dapat diperoleh. Pemilihan sumber data harus benar-benar berpikir mengenai kemungkinan kelengkapan informasi yang akan dikumpulkan dan karena dapat menentukan validitas suatu data. Menurut Lofland seperti yang dikutip Lexy J. Moleong, “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain”. Menurut H.B Sutopo (2002: 22), “Sumber data penelitian kualitatif dapat berupa manusia, peristiwa, dan tingkah laku, dokumen dan arsip serta berbagai benda lain.

Adapun sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Informan

Informan adalah orang yang dipandang mengetahui permasalahan yang dikaji dalam penelitian dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah orang yang langsung berkaitan dengan masalah yang diajukan peneliti, yaitu pemilik, manajer dan karyawan Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo. Kata dan tindakan informasi akan dijadikan sumber data penelitian baik melalui wawancara maupun observasi.

2. Dokumen atau Arsip

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002: 22) menjelaskan pengertian “Arsip adalah dokumen tertulis (surat, akta, dan sebagainya), lisan (pidato, ceramah, dan sebagainya), dari waktu yang lampau, disimpan dalam

media tulis (kertas), elektronik (pita kaset, video, disket, dan lain sebagainya), biasanya dikeluarkan oleh instansi resmi, disimpan dan dipelihara di tempat khusus untuk referensi”. Pengertian dokumen menurut kamus besar bahasa indonesia (2002: 272) adalah “Surat yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti keterangan (seperti akta kelahiran, surat nikah, surat perjanjian); barang cetakan atau naskah yang dikirim melalui pos; rekaman suara; gambar di film dan sebagainya yang dapat dijadikan bukti keterangan”. Sedang menurut H.B. Sutopo (2002: 51) menyatakan bahwa “Dokumen adalah bahan tertulis atau benda yang bergayut dengan suatu peristiwa atau aktifitas tertentu, sedangkan arsip merupakan catatan rekaman yang sifatnya lebih formal terencana”.

Arsip yang digunakan dalam penelitian ini adalah catatan-catatan perusahaan yang berhubungan dengan data-data maupun strategi dalam menembus pasar internasional. Sedangkan dokumen yang digunakan adalah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, seperti laporan keuangan perusahaan, laporan penjualan produk ke luar negeri, nota pemesanan barang, dan lain sebagainya.

3. Tempat dan Peristiwa

Tempat dan lokasi penelitian merupakan salah satu jenis sumber data yang harus dimanfaatkan oleh peneliti. Tempat penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo sebagai salah satu perusahaan penghasil kerajinan rotan yang telah berhasil menembus pasar Internasional.

D. Teknik Sampling

Teknik sampling digunakan untuk menyeleksi atau memfokuskan permasalahan agar pemilihan sampel lebih mengarah pada tujuan penelitian. Lexy J. Moleong (2006: 223) juga menjelaskan bahwa “Pada penelitian kualitatif tidak ada sampel acak, tetapi sampel bertujuan (*purposive sample*)”. Purposive sampling menurut Lexy J. Moleong (2006: 224) memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Rancangan sampel yang muncul tidak dapat ditentukan atau ditarik terlebih dahulu.
2. Pemilihan sampel secara berurutan dengan tujuan untuk memperoleh variasi yang sebanyak-banyaknya hanya dapat dicapai

apabila pemilihan satuan sampel dilakukan jika satuan sebelumnya sudah dijangkau dan dianalisis. Setiap satuan berikutnya dapat dipilih untuk memperluas informasi yang telah diperoleh terlebih dahulu sehingga dapat dipertentangkan atau diisi adanya kesenjangan informasi yang diterima.

3. Penyesuaian berkelanjutan dari sampel pada mulanya setiap sampel dapat sama kegunaannya. Namun sesudah semakin banyak informasi yang masuk dan makin mengembangkan hipotesis kerja, bahwa sampel makin dipilih atas dasar fokus penelitian.
4. Pemilihan berakhir jika sudah terjadi pengulangan. Pada sampel bertujuan seperti ini jumlah sampel ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan informasi yang diperlukan. Jika maksudnya memperluas informasi dan jika tidak ada lagi informasi yang dijangkau maka penarikan sampel sudah dapat diakui.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* (sampel bertujuan). Suharsimi Arikunto (2005: 97) menjelaskan bahwa “Sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan berdasar atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas tujuan tertentu.

Penelitian kualitatif cenderung menggunakan teknik cuplikan atau sampling yang bersifat selektif dengan menggunakan pertimbangan berdasarkan konsep teoritis yang digunakan. Dengan kata lain teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk menyeleksi atau memfokuskan permasalahan agar pemilihan sampel lebih mengarah pada tujuan penelitian. Suharsimi Arikunto (2002: 14) mengemukakan bahwa teknik sampling yang digunakan dalam penelitian kualitatif ada empat yaitu :

- 1) Accidental sampling, yaitu mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu yang tidak dirancang pertemuannya terlebih dahulu.
- 2) Purposive sampling, yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal.
- 3) Cluster-quota sampling, yaitu memilih sejumlah responden dari wilayah tertentu sampai batas yang diinginkan terpenuhi.
- 4) Snowball sampling, yaitu peneliti memilih responden secara berantai.

Berdasarkan uraian di atas maka pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan) karena sampel yang diambil tidak mutlak jumlahnya, artinya sampel yang diambil disesuaikan dengan

kebutuhan penelitian. Penentuan jumlah informan dilakukan dengan teknik bola salju (*snowball sampling*) yaitu dengan cara menunjuk informan yang terpilih (*key informan*), kemudian *key informan* tersebut dapat menunjuk informan lain yang lebih mengetahui sehingga diperoleh data yang mendalam sampai informasi yang diperlukan mencukupi dan data yang dikumpulkan benar-benar mendukung tercapainya hasil penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan menggunakan alat-alat tertentu. Untuk memecahkan permasalahan dengan tuntas, dalam melaksanakan penelitian diperlukan data yang valid dan reliabel. Untuk dapat mendapatkan data yang valid dan reliabel, maka diperlukan suatu teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti pergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang dimaksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian kegiatan, motivasi, perasaan, dan sebagainya, yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*). Wawancara menurut Lexy J. Moleong (2006: 186) adalah “Percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”.

Pembagian wawancara menurut Patten yang dikutip Lexy J. Moleong (2006: 186) ada tiga yaitu: a) wawancara pembicaraan informal, b) pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, c) wawancara baku terbuka.

Jenis wawancara lain juga dikemukakan oleh Guba dan Lincoln yang telah dikutip oleh Lexy J. Moleong (2006: 188) yaitu: a) wawancara oleh tim atau paris, b) wawancara tertutup atau terbuka, c) wawancara riwayat secara lisan, dan d) wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

Pada penelitian ini peneliti sebagai pewawancara menggunakan teknik wawancara terstruktur dan mendalam (*in dept interviewing*) yaitu teknik wawancara yang dilakukan secara terstruktur dengan memberikan pertanyaan yang bersifat terbuka (*open-ended*) dan mengarah pada kedalaman informasi guna menggali pandangan subyek yang diteliti tentang banyak hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar bagi penggalian informasi secara lebih lengkap, jauh dan mendalam.

2. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, dan benda serta rekaman. Sehingga dapat dikatakan bahwa observasi merupakan hal yang dapat dilakukan secara langsung terhadap obyek penelitian, mencatat fenomena yang diselidiki melalui penglihatan dan pendengaran.

Teknik observasi dalam penelitian ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung seperti ungkapan Spardley yang dikutip H.B Sutopo (2002: 65) menjelaskan “Peran dalam observasi dapat dibagi menjadi (a) tidak berperan sama sekali, (b) berperan yang terdiri dari berperan aktif dan berperan pasif dan (c) berperan penuh”.

Penjelasan dari uraian di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Tidak berperan sama sekali, peneliti sama sekali tidak hadir untuk melakukan observasi dan tidak diketahui oleh subyek yang diamati.
- b. Berperan pasif, peneliti hanya mendatangi lokasi, tetapi sama sekali tidak berperan sebagai apapun selain sebagai pengamat pasif.
- c. Berperan aktif merupakan cara khusus karena peneliti tidak berperan pasif sebagai pengamat, tetapi mencerminkan peran dalam penelitian, dengan pertimbangan akses yang bisa diperolehnya yang bisa dimanfaatkan bagi pengumpulan data.
- d. Observasi berperan penuh, bahwa peneliti memang memiliki peran dalam lokasi studinya sehingga benar-benar terlibat dalam suatu kegiatan yang ditelitinya.

Pada penelitian ini peneliti tergolong dalam kategori ketiga yaitu observasi dengan berperan aktif. Peneliti aktif mendatangi lokasi penelitian dan mengadakan pengamatan di lapangan untuk mendapatkan data secara akurat.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data yang memiliki posisi penting dalam penelitian kualitatif. Dokumen bisa memiliki beragam bentuk, dari yang tertulis sederhana sampai yang lebih lengkap, dan bahkan bisa berupa benda-benda lainnya sebagai peninggalan masa lampau. Metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data resmi yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Lexy J. Moleong (2006: 216) “Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film lain dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik”. Teknik ini juga digunakan untuk pertimbangan sebagai berikut :

- a. Dokumen merupakan sumber data yang sangat penting dalam penelitian data kualitatif, karena dapat digunakan untuk menguji, menafsirkan, serta meramalkan.
- b. Dokumen dapat digunakan sebagai sumber data sebab datanya stabil dan kaya akan informasi.
- c. Lebih murah dan mudah didapatkan.
- d. Lebih mudah dalam kajian isi karena tidak bersifat reaktif.
- e. Berguna sebagai bukti kebenaran dalam suatu pengujian.

Keberhasilan suatu penelitian tergantung pada tepat atau tidaknya data yang dikumpulkan dan digunakan dalam analisa data dengan subyek penelitian, sehingga diperlukan instrumen pengumpulan data yang tepat pula. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga macam teknik yaitu : metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi.

F. Validitas Data

Data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian, harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Validitas

(keabsahan) dilakukan dengan tujuan agar hasil penelitiannya benar-benar dapat dipertanggung jawabkan, karena validitas data menunjukkan mutu dari seluruh proses pengumpulan data dalam penelitian.

Untuk mendapatkan data yang benar-benar valid, maka pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yaitu pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut. Menurut Patton dalam H.B Sutopo (2002: 78), terdapat empat macam teknik triangulasi, yaitu 1) triangulasi data, 2) triangulasi metode, 3) triangulasi peneliti, 4) triangulasi teori. Adapun penjelasan masing-masing teknik triangulasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Triangulasi Data

Triangulasi data juga disebut triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan paneliti agar dalam mengumpulkan data peneliti wajib menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Artinya, data yang sama atau sejenis, akan lebih mantap kebenarannya bila digali dari berbagai sumber data yang berbeda. Pada teknik ini tekanannya pada perbedaan sumber data, bukan pada teknik pengumpulan data atau yang lain.

2. Triangulasi Metode

Jenis triangulasi ini bisa dilakukan oleh seorang peneliti dengan mengumpulkan data sejenis tetapi dengan menggunakan teknik atau metode pengumpulan data yang berbeda. Dalam teknik triangulasi metode, ditekankan pada penggunaan metode pengumpulan data yang berbeda dan bahkan lebih jelas untuk diusahakan mengarah pada sumber data yang sama untuk menguji kemantapan informasinya. Dengan menggunakan metode yang berbeda untuk suatu informasi yang sama, peneliti dapat menarik kesimpulan atas data yang digali secara lebih mantap.

3. Triangulasi Peneliti

Yang dimaksud dengan cara ini adalah hasil peneliti baik data ataupun kesimpulan mengenai bagian tentang atau keseluruhannya bisa diuji validitas dari beberapa peneliti. Dari pandangan dan tafsir yang dilakukan oleh beberapa peneliti terhadap semua informasi yang berhasil digali dan dikumpulkan berupa

catatan, diharapkan bisa terjadi pertemuan pendapat yang pada akhirnya bisa lebih memantapkan hasil penelitian.

4. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan yang dikaji dari beberapa perspektif yang digunakan dapat diperoleh pandangan yang lebih lengkap, tidak hanya sepihak, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh. Hal ini karena setiap pandangan teori selalu memiliki teori-teori yang digunakan dan keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti sehingga mampu menghasilkan simpulan yang lebih mantap dan benar-benar memiliki makna yang kaya perspektifnya.

Jenis triangulasi yang digunakan untuk mencapai validitas data dalam penelitian ini adalah triangulasi data atau triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber adalah pengumpulan data sejenis dengan menggunakan berbagai sumber data yang diperoleh di lapangan, diambil beberapa obyek penelitian yang berbeda-beda, kemudian dibandingkan hasil wawancara antara informan satu dengan informan yang lain. Sedangkan triangulasi metode membandingkan lebih dari satu metode penelitian agar data yang didapatkan lebih akurat.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses urutan data dengan mengorganisir data ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Penelitian kualitatif mengenal analisis data di lapangan walaupun analisis data secara intensif barulah dilakukan sesudah berakhirnya pengumpulan data. Bogdan dan Taylor seperti dikutip Lexy J. Moleong (2006: 280) mendefinisikan “Analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja (ide) seperti yang dirasakan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu”. Lexy J. Moleong (2006: 280) mengatakan bahwa “Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan

uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti disarankan oleh data”.

Analisis data pada penelitian kualitatif menggunakan analisis data secara induktif. Seperti yang dikemukakan oleh Lexy J. Moleong (2006: 10) bahwa :

Analisis induktif digunakan karena beberapa alasan : *pertama*, proses induktif lebih dapat menemukan kenyataan-kenyataan jamak sebagai yang terdapat dalam data; *kedua*, analisis induktif lebih dapat membuat hubungan peneliti-responden menjadi eksplisit, dapat dikenal dan akuntabel; *ketiga*, analisis demikian lebih dapat menguraikan latar secara penuh dan dapat membuat keputusan-keputusan tentang dapat tidaknya pengalihan kepada suatu latar lainnya; *keempat*, analisis induktif lebih dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan; dan *kelima*, analisis demikian dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik.

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pola penelitian induktif yang diolah dengan teknik saling terjalin atau interaksi saling mengalir. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif yaitu model analisis yang menyatu dengan proses pengumpulan data dalam suatu rangkaian tertentu atau merupakan suatu siklus. Proses analisa data dengan model interaktif meliputi tiga komponen yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi.

Proses analisa data dalam penelitian kualitatif ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan selama data yang dibutuhkan belum memadai, dan akan dihentikan apabila data-data yang diperlukan telah memadai untuk mengambil keputusan. Data kualitatif terutama terdiri dari kata-kata dan bukan angka. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi tersebut dikumpulkan menjadi satu untuk diproses lebih lanjut.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci. Laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dan dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola atau temanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan disingkatkan, direduksi, disusun lebih sistematis, ditonjolkan pokok-pokok yang penting, sehingga lebih mudah

dikendalikan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam, juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan.

3. Penyajian Data

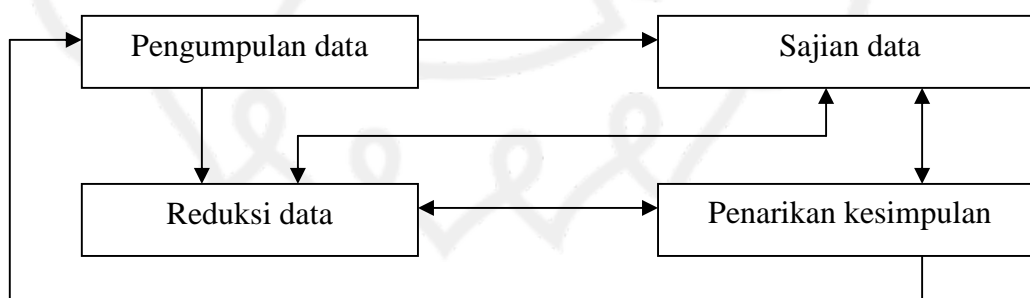
Data yang tertumpuk, akan sukar untuk ditangani, sukar mencari hubungan antara data yang satu dengan data yang lain dan sukar pula melihat gambaran keseluruhan untuk melihat kesimpulan. Oleh karena itu, agar dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian perlu dibuat penyajian data.

4. Menarik Kesimpulan Atau Verifikasi

Sejak semula peneliti berusaha mencari data yang dikumpulkan, kemudian mencari pola, tema hubungan, persamaan hal-hal yang sering muncul dan sebagainya. Jadi dari data yang diperoleh kemudian dibuat suatu kesimpulan.

Kesimpulan ini mula-mula bersifat tentatif, kabur, diragukan, akan tetapi dengan bertambahnya data, kesimpulan itu akan lebih *grounded*. Jadi kesimpulan senantiasa harus verifikasi selama penelitian berlangsung.

Untuk lebih jelasnya kegiatan analisis kualitatif tersebut dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut :



Gambar 2 : Skema Model Analisis Interaktif

Sumber : H.B. Sutopo (2002: 96)

H. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan rangkaian kegiatan (tahapan) yang harus ditempuh dari awal hingga akhir penelitian. Kegiatan ini dimulai sejak pembuatan

proposol penelitian, mengurus perijinan, pelaksanaan penelitian di lapangan, analisa data dan pembuatan laporan, serta penggandaan laporan. Analisa data dimulai dari awal analisa awal, kemudian analisa data akhir dan kemudian penarikan kesimpulan.

1. Tahap Persiapan Penelitian

Tahap ini kegiatannya adalah merencanakan segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian, dimulai pengajuan judul, pembuatan proposol dan mengurus perijinan untuk memperlancar jalannya penelitian.

2. Tahap Pengumpulan Data

Setelah semua persiapan penelitian sudah cukup, kemudian peneliti terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang akan mendukung tujuan penelitian. Dalam melaksanakan pengumpulan data ini peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu : a) Pengamatan (observasi), b) Wawancara, c) Dokumentasi. Ketiga teknik tersebut digunakan untuk saling melengkapi satu dengan yang lain, sehingga data yang dikumpulkan benar-benar valid.

3. Tahap Analisis Data Awal

Analisa data awal dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga dapat diketahui data-data yang diperlukan dan data-data yang tidak diperlukan. Hal ini dilakukan agar data yang sangat diperlukan dapat terpisah dari data yang tidak berguna.

4. Tahap Analisis Data Akhir

Data yang dianalisis dalam tahap ini adalah seluruh data yang diperoleh dalam pengumpulan data yang sangat mendukung tujuan penelitian. Karena data ini sudah dianalisis awal, maka merupakan data yang valid. Setelah tahap analisis data selesai, maka dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang sedang diteliti.

5. Tahap Penarikan Kesimpulan

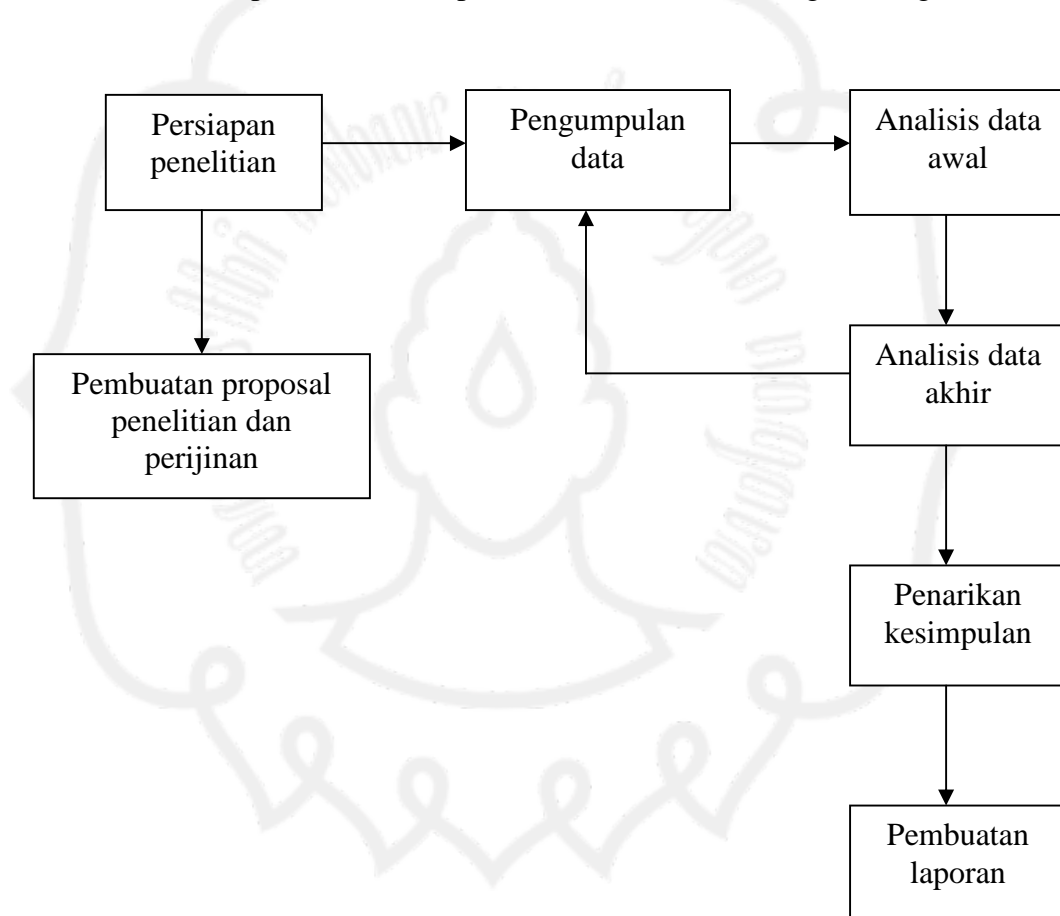
Setelah semua data dianalisis dengan teknik analisis yang sesuai dengan penelitian data yang kualitatif, untuk tahap selanjutnya adalah menarik kesimpulan/ verifikasi dari apa yang dihasilkan dari data tersebut. Penarikan

kesimpulan harus didasarkan pada tujuan penelitian yang didukung oleh data yang valid, sehingga hasil penelitian tersebut dapat dipertanggung jawabkan.

6. Tahap Penulisan Dan Penggandaan Laporan

Tahap penulisan dan penggandaan laporan ini semua kegiatan yang berhubungan dengan penelitian dan hasil yang dicapai ditulis dan dilaporkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan bentuk laporan harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Prosedur penelitian ini dapat dibuat dalam sebuah bagan sebagai berikut:



Gambar 3 : Skema Prosedur Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Deskripsi lokasi penelitian merupakan gambaran umum mengenai perusahaan Surya Abadi Furniture sebagai objek penelitian. Gambaran umum tersebut berupa sejarah berdirinya surya abadi furniture, proses produksi, prosedur pemesanan, proses pengiriman, sistem pembayaran dan struktur organisasi Surya Abadi Furniture.

1. Sejarah Berdirinya Surya Abadi Furniture

Surya Abadi Furniture resmi berdiri pada tahun 2000 tepatnya pada bulan April. Berawal dari sebuah gagasan dan keinginan sepasang suami istri, Haryanto, SE dan Rining Nurfalida, SP untuk menjalani bisnis di bidang ekspor kerajinan rotan. Haryanto, SE dan Rining Nurfalida, SP yang merupakan pendiri sekaligus pemilik Surya Abadi Furniture mengawali karir sebagai supplier yang menerima pekerjaan mengolah bahan baku hingga menjadi barang setengah jadi dari perusahaan mebel lain. Haryanto, SE melihat adanya prospek yang sangat potensial bagi bisnis kerajinan mebel rotan di pasar internasional. Ketatnya persaingan tak membuat surut keinginan direktur Surya Abadi Furniture tersebut untuk melebarkan sayap dikancah persaingan ekspor kerajinan mebel rotan di pasar internasional. Produk pertama mereka telah berhasil membuat *buyer*/ pembeli dari Argentina tertarik. Pesanan pertama yang didapat adalah 1 kontainer dengan variasi produk meja dan kursi. Dengan modal awal Rp 30 juta Surya Abadi Furniture mulai memasuki pasar internasional dengan melayani *buyer* dari Argentina.

Awal pemesanan oleh *buyer* dari Argentina itulah yang memacu Surya Abadi Furniture untuk lebih mengembangkan usahanya. Untuk mengerjakan pesanan dari *buyer*, perusahaan mempekerjakan 12 orang karyawan. Tempat produksi dan pergudangan pada waktu itu masih menyewa tempat lain. Namun pada tahun 2004, perusahaan Surya Abadi Furniture telah mampu membeli lahan

dan mendirikan pabrik sebagai tempat memproduksi, penyimpanan barang serta kantor sebagai tempat pelaksanaan administrasi perusahaan.

Surya Abadi Furniture sejak berdirinya hingga saat ini lebih memfokuskan pada pemasaran produk ke pasar internasional. Meskipun tak menutup kemungkinan untuk melayani konsumen dalam negeri jika ada pesanan dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Produk yang diekspor adalah berbagai macam furniture dari bahan kerajinan rotan yang dikombinasikan dengan bahan lain seperti kayu jati maupun mahoni, pelepah pisang, enceng gondok, dan pandan laut serta berbagai bahan penunjang lain yang berkualitas. Produk yang dijual awalnya hanya kursi baik besar maupun kecil, sofa, dan meja.

2. Proses Produksi

Sistem produksi pada Surya Abadi Furniture adalah berdasarkan pesanan dari konsumen. Perusahaan hanya akan memproduksi jika ada pesanan/ *order* dari *buyer*. Konsumen dapat memesan produk yang ditawarkan perusahaan maupun dapat memesan produk yang didesain oleh konsumen sendiri. Adapun proses produksi produk kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini.

a. Pemotongan Rotan.

Rotan dibeli dari *supplier* rotan yang sudah menjadi langganan, yaitu dari Kalimantan dan Surabaya. Rotan yang dibeli dalam bentuk bulatan kemudian dipress agar lebih pipih serta mudah untuk dibentuk dan dianyam. Proses pemotongan rotan ini dilakukan secara terpisah dari lokasi pabrik dan terletak dengan lokasi penganyam, namun masih di wilayah desa Trangsan.

b. Pembentukan Rangka/ *Sambling*

Rotan yang telah dipotong kemudian disteam (dipanaskan) agar mudah untuk dibentuk dan dilengkungkan. Biasanya untuk membuat kaki kursi, kaki meja dan kerangka produk. Proses pemanasan rotan atau *steam* ini juga dimaksudkan untuk membuat rotan lebih halus. Serat rotan yang halus akan mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Sebelum pembentukan rangka dan anyam, rotan akan diberi bahan anti gores/ zat lentrek dengan

tujuan agar tidak berbibuk. Rotan yang tidak berbibuk tidak mudah rusak sehingga tidak akan beresiko jika dikirim ke luar negeri.

c. Proses Penganyaman.

Rotan yang telah dipress dan menjadi lebih pipih, kemudian dianyam sesuai dengan desain yang dipesan oleh *buyer*. Penganyaman ini biasanya untuk membuat bantalan kursi, alas meja, maupun pembungkus kerangka sofa dan kursi bulat. Untuk membuat produk kerajinan rotan lebih halus dan rapi maka dilakukan proses pembakaran dengan alat penyemprot api. Rotan yang telah selesai dianyam, kemudian masuk pada proses pewarnaan agar warnanya tidak kehitam-hitaman. Proses pewarnaan ini menggunakan bahan H₂O, detergen dan soda api.

d. Penyelesaian/ Finishing

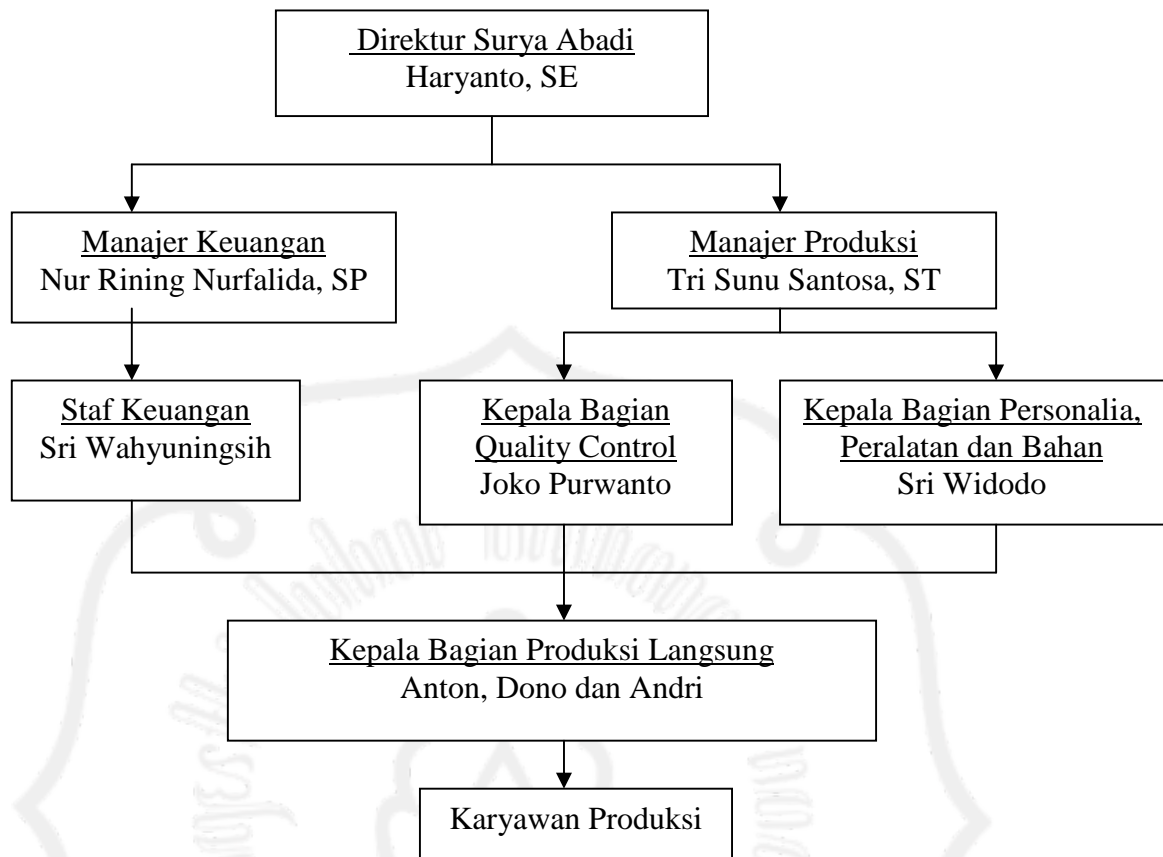
Pada tahap *finishing*, produk diberi lapisan luar (*plitur*) dan kemudian dicat/ diberi warna. Untuk membuat produk lebih kuat, maka dilakukan pengeleman/ perekatan produk.

e. Pengepakan/ Packing

Tahap pengepakan dilakukan agar produk terlindung dari goresan-goresan dengan benda lain selama proses pengangkutan hingga sampai ke tangan *buyer*. Pengepakan dilakukan per unit produk dengan menggunakan kertas *single face*. Setelah produk selesai dipak maka produk telah siap dimasukkan ke kontainer untuk dikirim ke pelabuhan.

3. Struktur Organisasi Surya Abadi Furniture

Surya Abadi Furniture masih tergolong industri menengah. Struktur organisasinya pun masih tergolong sederhana. Sistem pembagian tugas dan wewenang untuk karyawan secara spesialisasi. Karyawan hanya mengerjakan tugas yang menjadi bagian yang harus dikerjakannya. Adapun Struktur organisasi Surya Abadi Furniture meliputi skema dan pembagian kerja (*job description*). Skema/ bagan struktur organisasi Surya Abadi Furniture adalah sebagai berikut.



Gambar 4. Struktur Organisasi Surya Abadi Furniture

Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian di perusahaan Surya Abadi Furniture adalah sebagai berikut:

a. Direktur

Tugas dan tanggung jawab direktur Surya Abadi Furniture:

- 1) Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap perusahaan baik ekstern maupun intern.
- 2) Mengkoordinasi, mengatur, dan mengawasi bawahannya.
- 3) Memberikan keputusan akhir terhadap permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.
- 4) Mengawasi dan mengatur langsung kegiatan ekspor impor dengan berbagai pihak yang terkait, termasuk kegiatan pemasaran ke pasar internasional.

b. Manajer Administrasi dan Keuangan

Tugas dan tanggung jawab manajer administrasi dan keuangan Surya Abadi Furniture:

- 1) Melakukan pengawasan langsung terhadap arus masuk dan keluarnya uang perusahaan.
- 2) Membuat skala gaji yang adil sesuai dengan tugas dan tanggung jawab karyawan dalam perusahaan.

c. Staf Administrasi dan Keuangan

Tugas dan tanggung jawab staf administrasi dan keuangan:

- 1) Mencatat arus masuk dan keluar kas serta membuat rekap keuangan perusahaan.
- 2) Menjalankan kebijakan manajer dalam hal keuangan perusahaan, yaitu menyangkut pembagian gaji yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan.

d. Manajer Produksi

Tugas dan tanggung jawab manajer produksi:

- 1) Melakukan pengawasan produk dan proses produksi.
- 2) Mengadakan penelitian dan inovasi produk.
- 3) Melakukan perencanaan dan pengendalian terhadap bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi.

e. Kepala Bagian Quality Control

Tugas dan tanggung jawab kepala bagian quality control:

- 1) Mengontrol dan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap semua hasil produksi sebelum di pak atau dikemas yang akan dimasukkan ke dalam kontainer.
- 2) Mengontrol dan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap hasil produksi dan menentukan kelayakan jual hasil produksi.

f. Kepala Bagian Personalia, Peralatan, dan Bahan.

Tugas dan tanggung jawab kepala bagian personalia, peralatan dan bahan:

- 1) Bertugas mengadakan dan mengontrol bahan yang akan digunakan untuk proses produksi

- 2) Mengadakan dan mengontrol peralatan/ mesin-mesin yang digunakan untuk menunjang proses produksi.
- 3) Menyeleksi tenaga kerja yang akan menjadi karyawan perusahaan.

g. Kepala Bagian Produksi Langsung.

Tugas dan tanggung jawab kepala bagian produksi langsung:

- 1) Mengawasi dan mengontrol langsung proses produksi yang dikerjakan karyawan.
- 2) Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap proses produksi dari mulai pengolahan bahan baku hingga menjadi barang setengah jadi dan barang jadi.

h. Karyawan Produksi

Tugas dan tanggung jawab karyawan produksi:

- 1) Mengerjakan instruksi langsung yang diberikan oleh kepala bagian produksi langsung selama proses produksi.
- 2) Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap produk yang dikerjakan.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Banyak faktor yang membuat suatu usaha mencapai kesuksesan/ keberhasilan. Namun setiap perusahaan mempunyai karakteristik tersendiri untuk membuat usahanya tetap *survive* dan berkembang. Profil usaha Surya Abadi Furniture ditinjau dari latar belakang usaha, perkembangan usaha, strategi dalam menjalankan usaha, kemampuan perusahaan mengenali kendala dan upaya dalam mengatasi kendala yang dihadapi. Deskripsi hasil penelitian Surya Abadi Furniture dapat dijelaskan dalam uraian di bawah ini.

1. Latar Belakang Usaha Surya Abadi Furniture

Keberhasilan suatu usaha tidak terlepas dari tujuan awal usaha itu berdiri. Untuk itu perlu diketahui hal-hal yang melatarbelakangi keberhasilan usaha tersebut. Latar belakang usaha Surya Abadi Furniture adalah sebagai berikut.

a. Peluang di Pasar Internasional

Latar belakang berdirinya Surya Abadi Furniture adalah pemilik Surya Abadi Furniture melihat adanya peluang/ prospek yang sangat potensial untuk produk mebel kerajinan rotan di pasar internasional. Para *customer* di luar negeri khususnya Amerika, Eropa dan Australia sangat menggemari produk kerajinan rotan asal Indonesia. Hal itu berbeda dengan konsumen dalam negeri yang kurang berminat terhadap produk kerajinan rotan khususnya mebel. Keluasan pasar internasional merupakan tantangan bagi para pemilik Surya Abadi Furniture untuk dapat menembusnya. Seperti yang dijelaskan oleh Direktur sekaligus pemilik Surya Abadi Furniture, Haryanto SE, “Sampai saat ini kerajinan rotan khususnya mebel masih sangat diminati oleh konsumen asing dan ini merupakan bisnis yang cukup menjanjikan selain itu merupakan tantangan bagi kami memasuki pasar yang berbeda.”(wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

b. Lokasi Usaha

Keberadaan Trangsan sebagai sentra industri kerajinan rotan dimanfaatkan secara baik oleh pemilik Surya Abadi karena lebih memudahkan dalam mendapatkan *buyer* serta mendapat kepercayaan dari *buyer*. Seperti yang diutarakan oleh pemilik sekaligus manajer keuangan Surya Abadi Furniture, Rining Nurfalida, SP, “Berbekal pengalaman yang kami punya dan karena Trangsan ini adalah pusatnya industri kerajinan rotan jadi kami memanfaatkan peluang itu untuk merintis bisnis ini”(wawancara: Rining nurfalida, SP, 20 April 2008).

c. Pengalaman dan Motivasi Usaha

Latar belakang pengalaman usaha para pemiliknya juga berpengaruh terhadap keberhasilan Surya Abadi Furniture dalam memasuki pasar internasional. Pengalaman tersebut telah memacu para pemilik Surya Abadi untuk mendirikan usaha di bidang ekspor kerajinan rotan untuk produk mebel dan furnitur. Para pemilik Surya Abadi Furniture yang tinggal di desa Trangsan berasal dari keluarga perajin rotan dan adanya pengalaman kerja di perusahaan pengeksport mebel. Pengalaman itulah yang menjadi dasar serta motivasi para pemilik Surya Abadi Furniture untuk menembus pasar internasional melalui produk mebel

kerajinan rotan yang dihasilkan. Tri Sunu Santosa, ST selaku menejer produksi dan merupakan kakak dari ibu Rining menyatakan, “Kami mempunyai pengalaman di bidang anyam rotan mbak. Kami berawal sebagai perajin, lalu adek saya bersama suaminya merintis bisnis ini dan mulai ekspor. Bisnis kerajinan rotan ini kan peluangnya masih bagus di pasar internasional”. (wawancara: Tri Sunu Santosa, ST, 25 April 2008). Salah satu karyawan yang merupakan mandor pada bagian produksi juga menjelaskan hal yang sama,

“Pengalaman pak hary dan bu rining yang berasal dari keluarga perajin. Kalau bu rining punya pengalaman kerja di perusahaan ekspor milik pamannya pak hary sebagai sekretaris. Jadi mulai dari pengalaman itulah Surya Abadi ini mulai didirikan. Selain itu pak hary juga seorang sarjana ekonomi, jadi istilahnya menerapkan ilmu yang diperoleh.”(wawancara: Sudiby, 28 Juni 2008).

2. Perkembangan Usaha Surya Abadi Furniture

Perkembangan usaha Surya Abadi Furniture dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Peningkatan perusahaan ditinjau dari segi pendapatan/ omzet penjualan per tahun, jumlah karyawan, dan perluasan wilayah pemasaran.

a. Perkembangan Pendapatan Perusahaan

Pada awal pendirian perusahaan, modal awal Surya Abadi Furniture sebesar Rp. 30.000.000,00. Pada awal pendirian usaha telah mampu memenuhi pesanan dari *buyer* di Argentina sebanyak 1 fit kontainer dengan harga per kontainer Rp. 70.000.000,00. Keuntungan yang diperoleh perusahaan per kontainer adalah sebesar 25%. Omzet penjualan per tahun dari tahun 2004-2007 mencapai 2-4 milyar rupiah dengan kuota pengiriman pesanan sebanyak 25-50 fit kontainer per tahun. Dengan pendapatan sekitar 2-4 milyar per tahun kondisi perusahaan relatif stabil. Rining Nurfalida, SP, menyatakan mengenai perkembangan perusahaan:

Perkembangan usaha kami relatif stabil, dalam satu bulan kami mendapat order 3-4 kontainer. Dan selama pesanan tetap ada, kami optimis usaha ini akan terus berlangsung. Untuk karyawan, awalnya kami memperkejakan 12 karyawan, dan sekarang ada sekitar 70 karyawan yang bekerja pada perusahaan kami”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008)

Dijelaskan pula oleh Haryanto, SE mengenai perkembangan usaha Surya Abadi Furniture:

Dari tahun ke tahun usaha kami bisa dikatakan meningkat. Usaha kami setiap tahun meningkat artinya pesanan terus ada dan dalam kuota yang cukup besar. Paling besar kami mendapat order hingga 27 kontainer, itu terjadi tahun 2006. itu sekali order. Selama tahun 2005-2006 merupakan masa kejayaan, istilahnya bagi perusahaan kami. Harga kami hitung per kontainer jadi setiap kontainer kami hargai Rp 70-80 juta. Dengan keuntungan 25% per kontainer. Karyawan juga terus bertambah. Karena kan untuk mengerjakan pesanan buyer kami membutuhkan banyak karyawan, sekarang kami punya sekitar 70 karyawan. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

Tingkat pendapatan dan volume penjualan Surya Abadi Furniture dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. Penjualan produk mebel kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture per tahun

Tahun	Jumlah barang yang dipesan	Pendapatan kotor per tahun	Keuntungan yang diperoleh
2002	15 kontainer	Rp.1.155.000.000,00	Rp.281.250.000,00
2003	16 kontainer	Rp. 1.210.000.000,00	Rp.300.000.000,00
2004	26 kontainer	Rp.2.288.000.000,00	Rp.520.000.000,00
2005	52 kontainer	Rp.4.422.000.000,00	Rp.1.040.000.000,00
2006	57 kontainer	Rp.4.521.000.000,00	Rp.1.140.000.000,00
2007	56 kontainer	Rp.4.477.000.000,00	Rp.1.112.000.000,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2008

b. Peningkatan Jumlah Karyawan

Perkembangan Surya Abadi Furniture juga ditinjau dari peningkatan jumlah karyawan. Pada awal pendiriannya perusahaan mempekerjakan 12 karyawan dan masih menggunakan alat-alat yang sederhana. Seiring dengan perkembangan perusahaan, yang ditandai dengan semakin meningkatnya order/

pesanan, kondisi perusahaan terus mengalami perbaikan. Untuk mendukung proses produksinya, jumlah karyawan juga mengalami peningkatan dan kini jumlah karyawan perusahaan telah mencapai 70 orang karyawan tetap. Penambahan karyawan belum termasuk karyawan tidak tetap yang akan dipekerjakan perusahaan jika terjadi *over order*. Penambahan penggunaan mesin dan peralatan pendukung juga terjadi seiring dengan perkembangan usaha sehingga hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas perusahaan baik secara kualitas maupun kuantitas. Pertumbuhan pendapatan dapat dilihat secara fisik, yaitu penambahan fasilitas kantor dan fasilitas pribadi serta perluasan lokasi usaha. Tabel penambahan karyawan Surya Abadi Furniture dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel. 3. perkembangan jumlah karyawan dan perkembangan usaha Surya Abadi Furniture.

Tahun	Jumlah karyawan	Kondisi perusahaan
2000	12 orang perajin	<ul style="list-style-type: none"> • Awal usaha menjadi supliyer produk kerajinan rotan bagi perusahaan besar. • Meneruskan usaha orang tua sebagai perajin rotan.
2002	24 karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Mulai mendapat <i>buyer</i> dan awal memasuki pasar internasional. • Masih menyewa tempat lain untuk tempat produksi.
2004	60 karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Berdirinya pabrik sebagai tempat produksi, gudang dan kantor.
2005	70 karyawan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperluas wilayah pemasaran dan segmen pasar yang dilayani.

Sumber: data primer yang diolah

c. Perluasaan Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran Surya Abadi Furniture juga mengalami peningkatan. Jika awalnya hanya pasar internasional, memasuki tahun 2004 mulai mendapat pesanan oleh konsumen dalam negeri. Prosentase pasar internasional dan pasar domestik adalah 90% untuk pasar internasional dan 10% untuk pasar domestik. Pasar internasional yang telah berhasil di tembus oleh Surya Abadi Furniture adalah Argentina, yang merupakan *buyer* pertama bagi perusahaan hingga berhasil menembus pasar lain seperti Texas, Canada, Dallas, LA, Miami (Amerika), Spanyol, Swiss, Italia, Bulgaria, Albania, Suriname (Eropa), New Zealand, Australia (Australia), dan Taiwan, Malaysia (Asia). Tri Sunu Santosa, ST menyatakan bahwa, “Awalnya kami mendapat pesanan 1 kontainer dari buyer kami di Argentina, setelah itu kami mulai merambah pasar di Canada, Texas, dan Italia”. Rining Nurfalida, SP menjelaskan “Pasar negara tujuan antara lain Amerika (Dallas, LA, Miami, Argentina, Canada), Eropa (Spanyol, Swiss, Italia, Bulgaria, Prancis, Inggris), Australia (New Zealand, Sydney, Australia) dan Asia (Taiwan)”.

d. Perkembangan Produk Yang Dihasilkan

Perkembangan usaha Surya Abadi Furniture juga ditinjau dari segi perkembangan variasi jenis produk yang dihasilkan perusahaan. Surya Abadi Furniture selama mendirikan usaha hingga saat ini telah menghasilkan berbagai jenis produk dengan desain yang bervariasi yang diklasifikasikan menjadi lima jenis:

- 1) *Big chair and sofa* (kursi besar dan sofa)
- 2) *Special product* (produk spesial)
- 3) *Dining chair* (kursi makan)
- 4) *Table* (meja)
- 5) *Miscellaneous* (produk campuran)

Data perkembangan produk yang dihasilkan perusahaan dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel. 4. data produk yang dihasilkan Surya Abadi Furniture

Tahun	Jenis produk yang dihasilkan	Jumlah produk yang dihasilkan
2002	Kursi, meja dan sofa	10 item
2003	Kursi, meja dan sofa	25 item
2004	Kursi, meja, sofa dan almari/ rak	40 item
2005	Kursi, meja, sofa, almari/ rak, guci hias, kursi tamu, kursi makan	70 item
2006	Kursi, meja, sofa, almari/ rak, guci hias, kursi tamu, kursi makan	95 item
2007	Kursi, meja, sofa, almari/ rak, guci hias, kursi tamu, kursi makan	105 item

Sumber: data primer yang diolah.

3. Strategi Surya Abadi Furniture Dalam Menembus Pasar Internasional

Suatu usaha tidak akan berlangsung lama jika tidak mempunyai strategi untuk bisa menarik minat konsumen. Untuk memasuki pasar internasional diperlukan strategi untuk mendapatkan buyer dan mengembangkan usaha serta mempertahankan usaha yang dijalani.

a. Analisis Kondisi Pasar Negara Tujuan

Analisis kondisi pasar negara tujuan dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar peluang produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen di negara tujuan. Analisis kondisi pasar negara tujuan juga bermanfaat untuk meminimalisir resiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan ketika berhubungan dengan *buyer* terutama untuk *buyer* baru yang ingin membeli produk perusahaan.

Analisis kondisi pasar negara tujuan yang dilakukan Surya Abadi Furniture dengan melakukan riset pasar terhadap produk yang diminati oleh

konsumen di negara tujuan. Riset pasar yang dilakukan melalui internet yaitu menggali informasi mengenai kondisi ekonomi dan politik negara tujuan, respon-respon konsumen mengenai produk kerajinan rotan dan tren produk yang sedang berkembang di negara tujuan. Haryanto, SE, direktur Surya Abadi menyatakan:

Analisis kondisi pasar negara tujuan yang langsung terjun ke pasar tidak kami lakukan. Yang kami lakukan melakukan riset pasar melalui internet. Dari informasi internet kita bisa tahu kondisi ekonomi dan politik di negara tujuan, respon-respon *buyer* di sana dan kebutuhan dan selera pasar kita bisa tahu dari situ. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

Surya Abadi Furniture dalam menganalisis kondisi pasar negara tujuan juga melakukan analisa mengenai selera dan kebutuhan konsumen. Analisa selera dan kebutuhan konsumen bermanfaat untuk dapat memuaskan konsumen yang dilayani. Rining Nurfalida, SP yang menyatakan:

Analisa pasar yang kami lakukan adalah dengan mengetahui selera dan kebutuhan konsumen di tiap-tiap negara. Kami harus tahu selera serta kebiasaan konsumen, kan beda-beda tiap negara. Misalnya, Italy banyak menggunakan apartemen, maka kami membuat produk yang ukurannya disesuaikan dengan tempat tinggal orang-orang Italia. Berbeda dengan orang-orang Amerika yang tinggal di rumah, tentu kita membuat produk yang sesuai dengan ukuran rumah dan desain yang sesuai pula. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008)

Analisa selera dan kebutuhan konsumen yang dilakukan Surya Abadi Furniture adalah dengan melakukan riset pasar terhadap produk yang diminati oleh konsumen di negara tujuan. Selera dan kebutuhan konsumen di masing-masing negara berbeda-beda, untuk itu perlu dibuat produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen di setiap negara yang dilayani. Perusahaan membuat desain produk yang berbeda di tiap negara dan disesuaikan dengan kebiasaan tempat tinggal konsumen di negara tujuan. Dijelaskan pula oleh Tri Sunu Santosa, ST manajer produksi Surya Abadi Furniture mengenai analisis kondisi pasar negara tujuan yang dilakukan perusahaan:

Analisa pasar yang kita lakukan adalah dengan menganalisa kebutuhan dan selera mereka. Kita mencari pasar yang tertarik dengan produk yang kita jual. Umumnya *costomer* kami menyukai produk kerajinan karena lebih artistik dan untuk memberi kesan modern kami ciptakan produk mebel dengan desain modern tanpa mengesampingkan nilai artistik yang

ada dan yang pasti berkualitas. Kualitas adalah prioritas bagi para *buyer*. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

Perbedaan iklim juga berpengaruh terhadap produk yang dikirim ke negara tujuan. Untuk itu Surya Abadi Furniture memilih produk kerajinan rotan sebagai komoditi eksportnya karena lebih tahan terhadap perbedaan musim di negara tujuan. Selain itu produk kerajinan rotan hingga saat ini masih sangat diminati oleh konsumen di pasar internasional.

b. Menetapkan Pasar Potensial dan Segmen Pasar Tertentu

Keluasan pasar internasional telah menantang para produsen untuk dapat menembusnya. Untuk dapat memasuki pasar internasional maka perusahaan harus menetapkan pasar potensial dan segmen pasar tertentu untuk produk yang dijual. Dalam menetapkan pasar potensial Surya Abadi Furniture melihat negara yang tidak menjadi produsen untuk produk kerajinan rotan sehingga peluang memasuki pasar negara tersebut terbuka bagi perusahaan. Pasar potensial bagi produk Surya Abadi Furniture adalah Amerika, Eropa dan Australia. Pasar Amerika merupakan pangsa pasar terbesar bagi perusahaan selama ini dengan prosentase sebesar 70%. Haryanto, SE menyatakan, “Pasar paling potensial adalah pasar yang tidak memproduksi kerajinan rotan. Yang termasuk didalamnya adalah Amerika dan Eropa. Sekitar tujuh puluh persen produk kita masuk ke pasar Amerika. Selebihnya Italy, Bulgaria, kami banyak mendapat *order* dari sana”. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

Tri Sunu Sentosa, ST yang merupakan manajer produksi Surya Abadi Furniture juga menjelaskan mengenai pasar potensial untuk produk kerajinan rotan,

Untuk menetapkan pasar potensial kita harus mencari pasar yang tidak memproduksi kerajinan rotan. Amerika, Eropa, Australia itu masih sangat potensial. Sampai saat ini produk kerajinan rotan asal Indonesia masih diminati oleh konsumen di Amerika dan Eropa. *Customer* kita kebanyakan dari sana. Kebanyakan pelanggan kita berasal dari sana”. (wawancara: Tri Sunu S, ST, 25 April 2008).

Dalam menetapkan segmen pasar tertentu, Surya Abadi Furniture membidik kalangan menengah ke bawah hingga menengah atas. Surya Abadi

Furniture melayani pembelian dengan partai besar yang dilakukan oleh pedagang besar (agen) di luar negeri dan juga melayani pembelian secara retail (eceran) untuk konsumen yang ingin membeli per unit produk. Untuk segmen pasar menengah atas, perusahaan menerapkan strategi pemberian garansi untuk produk selama setengah tahun. Dengan adanya pemberian garansi tersebut maka produk yang dihasilkan lebih berkualitas dan harga yang ditetapkan juga lebih tinggi. Garansi/ jaminan produk tersebut diberikan perusahaan jika terjadi komplain oleh konsumen karena barang rusak/ bermasalah maka perusahaan akan mengganti produk yang rusak tersebut. Rining Nurfalida, SP menjelaskan bahwa, “Selama ini kami melayani berbagai segmen pasar, ada yang membeli dalam partai besar maupun secara retail/ eceran akan kami layani”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008). Haryanto, SE direktur Surya Abadi Furniture juga menjelaskan:

Kami masuk ke semua segmen pasar, dengan variasi harga yang kami tawarkan. Kualitas juga kami bedakan. Untuk produk yang berkualitas bagus, akan kami berikan jaminan/ garansi selama setengah tahun. Jadi kalau ada komplain akan kami ganti. Untuk konsumen yang membeli produk yang murah tidak kami beri garansi. Selama ini yang menjadi pelanggan kami umumnya *wholesaller* (pedagang besar) jadi mereka yang menjual produk kami pada konsumen di negaranya. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008)

c. Menentukan Sistem Promosi dan Pemilihan Media Massa

Promosi dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk kepada konsumen. Sedangkan media massa digunakan sebagai sarana promosi agar produk perusahaan dikenal oleh khalayak yang lebih luas.

Promosi yang dilakukan Surya abadi Furniture adalah melalui beberapa cara:

1) Internet

Media promosi yang dilakukan oleh Surya Abadi Furniture salah satunya adalah melalui internet. Surya Abadi Furniture dalam *websitenya* www.banana-furniture.com, memperkenalkan perusahaan dengan menampilkan profil, berbagai produk yang dijual serta cara pemesanan/ order dengan mengirim email pada

perusahaan dengan alamat sales@banana-furniture.com. Media internet merupakan sarana paling efektif dan efisien dalam menarik buyer dengan akses yang lebih luas dan dapat dijangkau oleh berbagai negara di seluruh penjuru dunia. Haryanto, SE menyatakan bahwa, “Sasaran kita kan pasar luar negeri, jadi media promosi yang pas menurut kami adalah internet. Apalagi untuk negara maju dimana internet merupakan akses termudah untuk menjangkau informasi dan melakukan bisnis. Promosi lain adalah pameran”. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008). Ditambahkan oleh Rining Nurfalida, SP mengenai promosi yang dilakukan perusahaan, “Untuk promosi kami menggunakan internet, sekarang dengan internet akses keseluruhan negara juga mudah. Kami membuka situs dengan alamat www.banana-furniture.com. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008)

Dalam memperluas jaringan promosi, perusahaan menjalin kerjasama dan menjadi anggota dengan beberapa media promosi di internet baik dalam maupun luar negeri, seperti *Export Bureau*, furniture.indiabizclub.com, *free trade front*, *NAFED indonesia exporter*, *the office of commercial attache (the embassy of indonesia in ottawa canada)*, dan *krazy market*.

2) Pameran dagang

Kegiatan promosi lain yang dilakukan Surya Abadi Furniture adalah dengan mengikuti pameran dagang. Para pemilik telah beberapa kali mengikuti pameran dagang Jakarta seperti PPE (pameran perdagangan Ekspor) dan IFFINA (international Furniture and Craft Fair). Pameran bermanfaat untuk berkenalan dengan *buyer* baru dan mendapat inspirasi untuk menciptakan desain produk baru. Sudiby, karyawan bagian umum menjelaskan, “Kegiatan promosi perusahaan dilakukan dengan media internet, kadang juga pak hary dan bu rining mengikuti pameran dagang selain itu juga ada *showroom* di rumah pak hary, jadi kalau ada buyer datang kesini bisa ditunjukkan produk-produk yang dihasilkan”. (wawancara: Sudiby, 28 Juni 2008).

3) Kunjungan Langsung

Surya Abadi Furniture sangat menjaga hubungan baik dengan para buyer. Jalinan komunikasi yang positif diwujudkan dengan mengundang *buyer* ke

perusahaan. *Buyer* yang datang biasanya setelah melihat pameran di Jakarta atau diundang secara khusus oleh perusahaan. Tri Sunu Santosa, ST menjelaskan, “Kadang kami mengundang *buyer* untuk meyakinkan bahwa perusahaan kami ini benar-benar ada. Kadang *buyer* perlu diyakinkan dengan cara diundang ke sini”. (wawancara: Tri Sunu Santosa, 25 April 2008). Sudibyو juga menjelaskan, “*Buyer* memang kadang datang ke sini. Biasanya dari Jakarta, terus diundang ke sini.” (wawancara: Sudibyو, 28 Juni 2008)

4) Tempat pameran (*Showroom*)

Surya Abadi Furniture juga menyediakan tempat pameran (*showroom*) yang bertempat di kediaman pemilik Surya Abadi Furniture. Tempat pameran tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menunjukkan pada *buyer* berbagai produk yang dihasilkan pada saat *buyer* datang berkunjung. Tempat pameran tersebut dijadikan lahan promosi oleh perusahaan karena para pemilik dapat secara langsung menjelaskan mengenai keunggulan produk yang dihasilkan sehingga tercipta hubungan saling percaya antara *buyer* dan perusahaan.

d. Menyediakan Brosur dan Daftar Harga

Penyediaan brosur/ katalog produk dimaksudkan untuk memperkenalkan jenis-jenis produk yang dihasilkan perusahaan. Keberadaan brosur dan daftar harga memudahkan konsumen mengetahui jenis produk dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Surya Abadi Furniture juga menerapkan strategi dalam menyediakan brosur baik dalam bentuk dokumen maupun secara *online* dalam situs internet. Konsumen yang melihat situs internet dapat melihat langsung berbagai jenis produk yang ditawarkan perusahaan. Daftar harga tidak secara langsung dicantumkan karena sifatnya yang setiap saat bisa berubah sesuai dengan perubahan harga bahan baku dan bahan-bahan pendukung produk. Untuk produk baru tidak secara umum dicantumkan dalam *website* namun akan ditunjukkan oleh perusahaan melalui CD (*Compact Disk*) jika ada *buyer* yang tertarik/ ingin membeli. Rining nurfalida, SP menyatakan, “Kami membuat brosur dalam situs kami. Di sana ada berbagai item produk perusahaan kami, namun untuk produk

baru tidak kami cantumkan karena untuk menjaga keoriniginalitas produk kami. Daftar harga tidak kami cantumkan karena sifatnya yang naik turun, mengikuti harga bahan bakunya, kan sering terjadi kenaikan harga”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008). Ditambahkan pula Tri Sunu Santosa ST yang menyatakan mengenai brosur dan daftar harga:

Brosur yang kami buat berisi mengenai bentuk/desain produk, jenis produk, serta keunggulan produk, sehingga konsumen akan mendapat gambaran mengenai produk kami dan kami harapkan konsumen banyak yang tertarik. Daftar harga tidak kami cantumkan karena harga produk naik turun mengikuti harga bahan baku dan harga BBM. (wawancara: Tri Sunu Santosa, 25 April 2008).

Daftar harga tidak dicantumkan dalam brosur karena sifatnya yang berubah-ubah mengikuti perubahan harga bahan baku dan bahan-bahan penunjang proses produksi. Daftar harga akan diberikan oleh perusahaan jika buyer menyatakan keinginannya membeli maka akan dikirimkan brosur dan daftar harga yang dikemas dalam bentuk CD. Harga yang ditetapkan dapat dinegosiasikan antara *buyer* dan perusahaan.

4. Kendala/ Hambatan Memasuki Pasar Internasional

Suatu usaha yang terus berkembang bukan berarti tanpa kendala/ hambatan. Namun kemampuan perusahaan untuk terus mengadakan evaluasi serta pemecahan masalah yang tepat yang membuat perusahaan tersebut terus bertahan bahkan dapat berkembang dengan baik. Kendala yang dihadapi Surya Abadi Furniture dalam menembus pasar internasional, yaitu:

a. Dana/ Modal

Kendala utama Surya Abadi Furniture adalah kesulitan dana/ modal untuk produksi. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh buyer adalah baru akan dilunasi jika barang yang dikirim telah sampai ke tangan buyer. Masalahnya, perusahaan membutuhkan dana yang seharusnya dibayar oleh buyer untuk mengerjakan pesanan dari buyer lain. Untuk itulah Surya Abadi Furniture sering mengalami permasalahan dana/ modal. Kendala modal/ dana ini dijelaskan oleh direktur Surya Abadi, Haryanto, SE yang menyatakan:

Kendalanya modal, karena untuk memproduksi dan mengerjakan pesanan konsumen kita membutuhkan dana. Sedangkan untuk pinjam pada bank bunganya cukup besar dan pendapatan perusahaan tidak pasti. Terkadang ada masalah pembayaran, kadang sepi order, padahal kami harus membayar angsuran. Jadi kesulitannya di situ mbak. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008).

Hal yang sama dijelaskan oleh manajer produksi Surya Abadi, Tri Sunu Santosa, ST yang menyatakan:

Kendala utama kami adalah masalah dana mbak, apalagi jika costomer membayar dengan cara L/C. Otomatis kami membutuhkan dana untuk memenuhi pesanan *buyer*. Sedangkan mereka baru akan membayar dua bulan setelah barang sampai ke tangan mereka. Apalagi kalau *costomer* memilih pembayaran L/C kan kami baru dibayar setelah barang sampai pada costomer bahkan sampai berbulan-bulan baru dibayar, padahal kan kita juga harus membayar karyawan. (wawancara: Tri Sunu Santosa, ST, 25 April 2008).

b. Kelangkaan Bahan Baku

Kelangkaan bahan baku menyebabkan harga bahan baku mengalami kenaikan. Akibatnya harga produk juga akan mengalami kenaikan. Kenaikan harga produk akan berpengaruh pada keengganan konsumen membeli produk perusahaan dan dapat beralih pada produsen lain. Hal itu menjadi kendala karena konsumen merasa keberatan dengan kenaikan harga produk. Haryanto, SE dalam penjelasannya mengenai kendala perusahaan, “Kendalanya jika terjadi kenaikan harga bahan-bahan baku, apalagi jika *costomer* tidak mau terjadi kenaikan harga maka harus kami harus pintar-pintar melakukan negosiasi dengan para *buyer*”. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008). Ditambahkan oleh Rining Nurfalida, SP yang menyatakan, “Perusahaan tidak mengalami kendala yang berarti dalam memasuki pasar internasional. Hanya masalah kenaikan harga rotan sehingga menyebabkan harga produk naik. Konsumen akan keberatan jika harga produk naik”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008). Sudiby, yang merupakan mandor di bagian produksi Surya Abadi Furniture yang menjelaskan mengenai kendala yang dihadapi perusahaan mengungkapkan bahwa:

“Masalah kami hanya pada saat harga bahan-bahan baku naik, otomatis kami harus menaikkan harga produk. Padahal konsumen tidak mau harga

naik, sedangkan masalah pungli, prosedur impor yang menyulitkan memang kami alami tapi hal itu sudah menjadi biasa dalam usaha kami dan kami tidak menganggapnya sebagai sesuatu yang merugikan dan menghambat bisnis kami”. (wawancara: Sudibyo, 28 Juni 2008)

c. Pesaing

Bisnis mebel kerajinan rotan di pasar internasional mempunyai banyak pesaing. Pesaing yang ada tidak hanya dengan pengusaha dalam negeri namun juga dengan produsen dari negara lain. Produsen dari luar negeri, seperti Cina, Vietnam dan Malaysia dapat menjual produk dengan harga yang lebih murah sebagai akibat dari adanya kebijakan ekspor bahan baku rotan yang dilakukan oleh pemerintah. Akibat dari ekspor bahan baku rotan tersebut menyebabkan produsen dari luar negeri bisa dengan mudah memperoleh bahan baku dengan harga yang lebih murah pula. “Kendala lain adalah persaingan, terutama bersaing dengan negara lain yang menjual komoditi yang sama padahal bahan baku rotan dari Indonesia, itu sebagai dampak dari ekspor rotan yang dilakukan pemerintah”. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008). Persaingan tidak hanya terjadi dengan produsen asing namun juga produsen dari dalam negeri seperti eksportir dari Cirebon dan Surabaya.

d. Sistem Proteksi yang diterapkan di Negara Tujuan.

Pasar yang sulit ditembus karena menerapkan persyaratan yang cukup banyak dan rumit adalah pasar Australia. Australia menetapkan standar khusus yang disebut dengan *standar aqis* untuk produk impor ke negaranya. Dokumen seperti sertifikat mutu barang dan sertifikat fumigasi yang menyatakan bahwa produk yang dikirim aman, berkualitas dan bebas dari segala bahan yang membayakan seperti penyakit dan jamur harus ada dan disertakan. Akibatnya biaya yang dikeluarkan juga lebih tinggi untuk mengurus dokumen-dokumen tersebut.

5. Upaya Surya Abadi Furniture Mengatasi Kendala Yang Dihadapi

Kendala/ hambatan yang dihadapi oleh perusahaan merupakan masalah yang harus dipecahkan dan dicari penyelesaiannya, agar usaha terus berjalan dan konsumen juga terus melakukan pemesanan produk kepada perusahaan.

a. Upaya Mengatasi Kesulitan Modal

Permasalahan modal/ dana dapat diatasi oleh perusahaan dengan melakukan peminjaman/ kredit pada bank sebesar 50% dan supliyer untuk bahan baku sebesar 50%. Untuk itu perusahaan harus membangun kepercayaan dengan pihak bank dan juga para supliyer untuk mendapatkan kredit tersebut.

b. Upaya Mengatasi Kelangkaan Bahan Baku

Kenaikan harga bahan baku dan harga BBM merupakan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Apalagi jika konsumen merasa keberatan dengan kenaikan harga produk. Untuk mensiasati agar perusahaan tidak mengalami kerugian dapat dilakukan komunikasi yang baik disertai penjelasan yang konkret alasan mengapa harga produk mengalami kenaikan sereta dijelaskan pula mengenai kualitas produk yang tetap terjaga. Dengan komunikasi yang baik, konsumen akan mengerti dan tidak keberatan dengan kenaikan harga produk tersebut. Namun jika konsumen tetap merasa keberatan dengan kenaikan harga produk yang ditawarkan perusahaan, mereka dapat membatalkan transaksi dan beralih ke perusahaan lain.

c. Upaya Mengatasi Persaingan

Persaingan merupakan sesuatu yang wajar dalam dunia perdagangan. Para konsumen sangat sensitif dengan harga. Untuk itu Surya Abadi Furniture dalam menetapkan harga disesuaikan dengan harga produk di pasaran agar produknya mampu bersaing dengan produsen lain. Inovasi desain produk juga terus dilakukan untuk menarik minat konsumen. Untuk dapat mendapat kepercayaan dari konsumen, upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dapat dengan cara membuka situs internet dan membuka situs perdagangan, toko furniture mana saja yang dapat diajak kerjasama.

d. Upaya Mengatasi Sistem Proteksi di Negara Tujuan

Upaya yang dilakukan Surya Abadi Furniture dalam mengatasi sistem proteksi yang dilakukan Australia untuk produk-produk ekspor ke negaranya adalah dengan memenuhi persyaratan dokumen tambahan yang harus disertakan. Perusahaan akan membebankan biaya pemenuhan dokumen yang diinginkan pada produk yang dijual dengan tetap menerapkan negosiasi harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

C. Temuan Studi yang Dihubungkan Dengan Kajian Teori

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan di atas, temuan studi yang dihubungkan dengan teori yaitu mengenai :

1. Strategi Surya Abadi Furniture Dalam Menembus Pasar Internasional

a. Analisis Kondisi Pasar Tujuan

Sebelum menjatuhkan pilihan negara yang akan dijadikan sasaran dalam usaha memasuki pasar internasional, maka perlu dilakukan penelitian awal tentang kondisi pasar tujuan, seperti populasi suatu negara termasuk agama, tradisi, kondisi politik, ekonomi, sosial, iklim, peraturan ekspor-impor, perpajakan, perbankan, keuangan, transportasi, dan lain sebagainya. Tujuan melakukan penelitian awal ini agar dapat menentukan pasar potensial dan segmen pasar yang akan dimasuki.

Surya Abadi Furniture juga menerapkan strategi yang sama yaitu meneliti kondisi pasar tujuan dengan maksud mengetahui kondisi ekonomi dan politik di negara tujuan, respon-respon pasar pada produk kerajinan rotan dan menganalisa selera serta keinginan konsumen. Strategi analisa kondisi pasar tujuan juga bermanfaat kondisi ekonomi, peraturan ekspor-impor, dan keuangan konsumen sehingga dapat memperkecil resiko yang mungkin terjadi.

b. Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar tertentu

Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar tertentu adalah dengan melihat kebiasaan di kalangan segmen pasar negara tujuan. Kebiasaan atau tradisi

merupakan hal yang sangat penting diketahui karena pasar suatu negara bisa saja menolak produk yang diekspor jika tidak sesuai dengan kebiasaan masyarakat setempat. Dengan mengetahui pasar potensial negara tujuan, maka kemungkinan barang yang kita ekspor diterima masyarakat negara tujuan sangat besar.

Berdasar hasil penelitian, Surya Abadi Furniiture juga menerapkan strategi yang sama yaitu menetapkan pasar potensial dan segmen pasar tertentu untuk masing-masing produk yang dihasilkan.

c. Menentukan Sistem Promosi dan Pemilihan Media Massa

Komoditi yang akan diekspor perlu diperkenalkan terlebih dahulu kepada calon pembeli dengan tujuan agar pembeli berminat pada komoditi yang dijual. Jika sudah berminat, maka yang harus dilakukan adalah mendorong konsumen untuk menyukainya. Untuk memperkenalkan komoditi kepada calon pembeli maka harus dilakukan promosi. Kegiatan promosi akan lebih efektif dan efisien jika melalui media penyalur. Media yang bisa digunakan adalah pameran dagang internasional, brosur, iklan melalui media cetak, media elektronik, seperti televisi, internet, melalui etase perdagangan, kamar dagang indonesia, badan pengembangan ekspor indonesia, lembaga penunjang ekspor, dan media promosi lainnya.

Strategi promosi yang dijalankan oleh Surya Abadi Furniture adalah penggunaan *web-site* untuk mempermudah konsumen dari berbagai negara mengaksesnya. Dengan keberadaan *web-site* yang dimiliki perusahaan diharapkan segmen pasar menjadi lebih luas dan tingkat pendapatan perusahaan akan terus meningkat. Media penyalur promosi yang digunakan Surya Abadi Furniture melalui internet dan telah beberapa kali mengikuti pameran dagang internasional di Jakarta.

d. Mempelajari peta pemasaran komoditi tertentu

Berdasar studi pustaka yang dilakukan perusahaan perlu mempelajari peta pemasaran untuk komoditi yang akan dijual ke pasar internasional. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan mengumpulkan data impor dari komoditi yang akan direncanakan untuk diekspor. Negara-negara yang mempunyai data impor

tinggi maka dapat disimpulkan sebagai pasar potensial dan segmen pasar yang layak untuk dimasuki.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa Surya Abadi Furniture tidak menerapkan strategi mempelajari peta pemasaran komoditi yang akan dijual. Surya Abadi Furniture tidak mempelajari data impor pada negara tujuan untuk produk kerajinan rotan yang dijualnya.

e. Menyiapkan Brosur dan Daftar Harga

Brosur merupakan gambaran mengenai produk-produk yang akan dijual. Bentuk-bentuk brosur dapat berupa foto, sketsa, lukisan yang dilengkapi dengan data teknis seperti keterangan lain termasuk *intruction manual* (cara pemasangan) untuk barang-barang yang akan dijual dalam bentuk CKD (*Completely Knocked Down*) atau SKD (*Semi Knocked Down*)". Tujuan pembuatan brosur adalah agar calon pembeli mendapat gambaran mengenai bentuk visual dari komoditi yang ditawarkan. Daftar harga barang (*price list*) juga perlu dicantumkan agar calon pembeli dapat mempertimbangkan harga tersebut dibandingkan dengan harga komoditi yang sama dari negara lain.

Surya Abadi Furniture juga membuat brosur yang berupa foto yang disertakan dalam *web-site* perusahaan. Tujuan pembuatan brosur adalah untuk memberi informasi kepada konsumen mengenai bentuk/ desain produk yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang tercantum di atas. Daftar harga tidak dicantumkan karena harga bersifat fluktuatif apalagi jika kondisi ekonomi dalam negeri mengalami kenaikan harga. Namun konsumen dapat melakukan penawaran harga hingga tercapai kesepakatan harga bagi kedua belah pihak.

2. Kendala/ Hambatan Surya Abadi Furniture Dalam Memasuki Pasar Internasional

Suatu usaha yang berkembang dengan baik bukan tanpa hambatan/kendala. Berbagai rintangan/ hambatan dialami perusahaan yang akan memasuki pasar internasional. Menurut Amir M.S (2004), hambatan-hambatan dalam memasuki pasar internasional disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya yaitu: birokrasi yang berbelit-belit yang menghambat kelancaran perizinan, adanya

pungutan liar (pungli) yang mengakibatkan ekonomi biaya tinggi sehingga dapat melemahkan daya saing, *Common External Tariff* atau tarif bea masuk yang tinggi yang dipasang oleh negara-negara anggota Pasar Bersama Eropa yang diberlakukan terhadap negara luar termasuk Indonesia, kuota sistem yang ditetapkan untuk impor hasil pertanian dan industri seperti kuota untuk kopi dan untuk produk tekstil yang merupakan pembatasan bagi perkembangan ekspor, keharusan sertifikasi serta prosedur impor yang berlebihan untuk mempersulit impor yang diberlakukan oleh negara-negara maju seperti Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil penelitian, kendala/ hambatan yang dihadapi oleh perusahaan adalah kesulitan modal, kelangkaan bahan baku, banyaknya pesaing dan sistem proteksi yang diterapkan di negara tujuan.

Perbandingan antara hasil penelitian dan teori yang ada menyimpulkan bahwa perusahaan juga menemui sebagian kendala yang disebutkan dalam teori namun hal itu tidak menjadi kendala yang berarti bagi perusahaan.

3. Upaya Surya Abadi Furniture Mengatasi Kendala Yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi dalam dunia bisnis terutama industri biasanya berupa kendala modal, persaingan, pemasaran, lokasi usaha, faktor alam, peraturan pemerintah dan lain-lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi oleh perusahaan adalah kesulitan modal/ dana, kelangkaan bahan baku, ketatnya persaingan dan sistem proteksi di negara tujuan. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi kendala yang dihadapi lebih aplikatif sesuai dengan kondisi yang terjadi. Kenaikan harga bahan baku dan harga BBM mengakibatkan harga produk naik, untuk itu perusahaan akan mengkomunikasikan dan menjelaskan kepada konsumen bahwa kondisi ekonomi dalam negeri sedang mengalami kenaikan harga. Dengan demikian konsumen akan paham dengan kondisi yang dialami perusahaan. Persaingan yang ketat akan disikapi dengan penciptaan persaingan yang sehat. Perusahaan lebih mementingkan keunggulan produk daripada menjatuhkan pihak lain dengan membanting harga namun dapat merugikan usaha sendiri. Untuk sistem proteksi dapat diatasi perusahaan dengan

memenuhi beberapa dokumen tambahan yang dipersyaratkan agar produk perusahaan tetap bisa masuk ke pasar negara tujuan.

4. Ukuran Keberhasilan Usaha Perusahaan

Suatu usaha dapat dikatakan berhasil jika dapat memenuhi ukuran/ tolok ukur keberhasilan suatu usaha. Seperti yang dikutip oleh Eva Ul Khusna dalam Salim Siagian dan Asfahani (2006) yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dapat diukur oleh beberapa hal berikut ini :

a. Kelangsungan hidup perusahaan

Kelangsungan hidup perusahaan dapat diukur dari kemampuan perusahaan menjalankan usaha/ bisnisnya dan sejauh mana dapat bertahan serta berkembang, dan juga sejauh mana pendapatan perusahaan dapat menutupi serta melebihi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Robert M. Grant alih bahasa Thomas Secokusumo (1999: 53) menyatakan: “Kelangsungan hidup perusahaan mengharuskan, bahwa dalam jangka panjang perusahaan harus memperoleh tingkat pengembalian yang dapat menutupi biaya modalnya”. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Suyadi Prawirosentono (2001: 167) “Kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung kepada berhasil atau tidaknya memperoleh tingkat keuntungan yang wajar”.

Para pemilik Surya Abadi Furniture merasa optimis kelangsungan hidup perusahaan akan terus berlangsung. Kelangsungan hidup perusahaan akan terus berjalan jika perusahaan mampu menjangkau konsumen dan mempunyai modal untuk memproduksi. Dengan banyaknya konsumen yang memesan produk ke perusahaan maka pendapatan perusahaan juga akan meningkat sehingga dapat menutup biaya-biaya produksi dan dengan keuntungan yang lebih tersebut dapat membiayai meningkatkan kesejahteraan perusahaan baik pemilik maupun karyawan. Seperti penuturan dari Tri Sunu Santosa, “Perusahaan kami dapat terus eksis jika kami selalu mempunyai modal untuk terus memproduksi. Dengan keuntungan besar, perusahaan kami bisa terus berkembang, dan itu merupakan kondisi yang menguntungkan bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan”. (wawancara: Tri Sunu Santosa, 25 April 2008). Ditambahkan pula

oleh Haryanto, SE, “Dengan keuntungan sekarang dan kondisi perusahaan yang relatif stabil, kami optimis perusahaan ini akan terus ada dan eksis”.(wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008). Rining Nurfalida, SP juga menyatakan, “Kami optimis kelangsungan hidup perusahaan ini akan terus berlanjut, selama ada konsumen yang memesan produk kami”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP 20 April 2008)

Kelangsungan hidup perusahaan yang dikemukakan oleh para informan dan secara kajian teori dapat disimpulkan adanya perbedaan. Secara teori, kelangsungan hidup perusahaan diukur dari tingkat keuntungan sedangkan menurut para informan kelangsungan hidup perusahaan diukur dari tingkat kestabilan usaha.

b. Penyediaan Lapangan Kerja

Keberadaan industri kecil dapat membantu pemerintah dalam menanggulangi pengangguran. Sifat industri kecil yang padat karya menjadikan industri kecil menyerap banyak tenaga kerja. Industri kecil yang didirikan oleh para pengusaha berhasil menyediakan kesempatan kerja yang lebih besar daripada sektor lainnya.

Surya Abadi Furniture menyediakan lapangan pekerjaan yang cukup besar, terbukti dengan adanya penambahan jumlah karyawan yang terus meningkat dari 10 orang karyawan sekarang telah ada 70 orang karyawan bekerja pada perusahaan Surya Abadi Furniture. Haryanto, SE menjelaskan mengenai jumlah karyawan, “Pada awalnya karyawan yang bekerja pada perusahaan kami hanya 10 orang tapi sekarang mencapai tujuh puluhan orang” (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008). Ditambahkan pula oleh Tri Sunu Santosa, ST, “Karyawan di sini sekitar 60-70 orang, itu belum termasuk pengrajin luar yang kadang diperbantukan perusahaan jika terjadi kenaikan pesanan” (wawancara: Tri Sunu Santosa, ST, 25 April 2008)

Spesifikasi karyawan juga tidak terlalu tinggi, hanya diperlukan karyawan yang terampil dan berpengalaman di bidang pembuatan mebel, jujur serta tidak membutuhkan pendidikan yang tinggi. Hanya karyawan yang menduduki jabatan tinggi yang diutamakan berpendidikan tinggi. Dari uraian di

atas maka dapat dikatakan bahwa Surya Abadi Furniture adalah perusahaan yang berhasil menyediakan lapangan kerja yang cukup besar bagi masyarakat.

Seiring dengan perkembangan usahanya, Surya Abadi Furniture terus menambah jumlah karyawan yang diperkejakan. Jika awalnya hanya 10 orang karyawan, sekarang tercatat 70 orang karyawan bekerja di pabrik Surya Abadi. Jumlah tersebut belum termasuk karyawan yang menjadi pemasok anyam rotan, busa, dan lain sebagainya. Karyawan akan bertambah jika perusahaan mendapatkan banyak pesanan dari konsumen. Berdasar uraian di atas maka dapat dikatakan bahwa Surya Abadi Furniture adalah perusahaan yang berhasil menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat yang tidak berpendidikan tinggi.

c. Meningkatkan Kualitas Hidup Para Pemakai Produk

Peningkatan kualitas hidup para pemakai produk dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Penggunaan produk perusahaan bermanfaat bagi konsumen karena dapat meningkatkan kualitas hidupnya baik dari segi prestis maupun finansial.

Berdasar hasil penelitian dapat dikatakan bahwa Surya Abadi Furniture merupakan perusahaan yang mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berarti dapat meningkatkan kualitas hidup konsumennya. Seperti yang diungkapkan oleh Rining Nurfalida, SP, “Selama ini jarang sekali terjadi komplain dari customer, mereka bahkan sangat menyukai produk kami”. (wawancara: Rining Nurfalida, SP, 20 April 2008). Ditambahkan pula oleh Haryanto, SE,

Konsumen luar negeri cenderung menyukai produk-produk kerajinan yang unik namun tetap modern. Hal ini berbeda dengan konsumen dalam negeri yang menganggap kerajinan rotan terutama mebelnya mahal dan tidak meningkatkan prestis, tapi kalau diluar negeri barang yang unik dan artistik dapat dikatakan meningkatkan prestis para pemakainya. (wawancara: Haryanto, SE, 26 April 2008).

d. Meningkatkan Kesejahteraan

Peningkatan kesejahteraan dapat terjadi pada pemilik perusahaan, karyawan maupun perusahaan itu sendiri. Karena tujuan dari kegiatan perusahaan dalam menciptakan barang atau jasa selain untuk memenuhi kebutuhan hidup

manusia juga untuk mencapai kesejahteraan. Perusahaan dikatakan meningkat kesejahteraannya jika dapat menjalankan roda produksi secara terus-menerus untuk memenuhi pesanan dari konsumen dan dengan hasil yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan para pemilik dan karyawan. Aris, karyawan bagian kayu menyatakan, “Rata-rata karyawan yang bekerja di sini dulunya bekerja sebagai tukang, di sini kami mendapatkan gaji tetap per mingguan sesuai absensi”. (wawancara: Aris, 28 Juni 2008). Dijelaskan pula oleh Sri Wahyuningsih, “Dulu lokasi usahanya tidak di sini, masih di dekat rumah orang tua ibu rining, tapi setelah dua tahun semenjak usaha ini berjalan, pabrik ini mulai berdiri”. (wawancara: Sri Wahyuningsih, 12 Mei 2008)

Berdasar penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa perusahaan, pemilik maupun karyawan Surya Abadi Furniture telah mengalami peningkatan kesejahteraan dengan gaji maupun hasil yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan hasil yang didapat perusahaan dari awal berdiri hingga tumbuh dan berkembang sampai saat ini perusahaan telah mampu mendirikan pabrik untuk memproduksi dan menambah jumlah karyawan.

e. Memperbaiki Kualitas Lingkungan Dari Lokasi Usahanya

Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil jika dapat memperbaiki kualitas lingkungan di sekitar lokasi usahanya. Jika diamati pada awalnya desa Trangsan, dimana lokasi perusahaan berada, merupakan desa biasa yang tak banyak dikenal banyak orang. Namun seiring dengan tumbuh dan berkembangnya industri kerajinan rotan pada daerah tersebut kini desa Trangsan telah dikenal sebagai sentra industri kerajinan rotan yang produknya telah berhasil menembus pasar internasional. Sudibyo menyatakan, “Dulu desa trangsan ini sepi, tapi semenjak industri kerajinan rotan ini mulai ada dan berkembang, di siini sekarang mulai ramai dan kondisi perekonomian masyarakat pun meningkat”. (wawancara: Sudibyo, 28 Juni 2008). Aris, karyawan bagian kayu juga menyatakan, “Sebelum industri kerajinan rotan ini ada, dulu masyarakat bekerja sebagai petani. Namun karena penganyam rotan dapat menambah penghasilan masyarakat beralih menekuni bisnis kerajinan rotan”. (wawancara: Aris, 28 Juni 2008)

Keberadaan Surya Abadi Furniture dapat dikatakan telah mampu memperbaiki kualitas lingkungan dari sekitar lokasi usahanya. Hal tersebut dapat diketahui dari banyaknya karyawan yang bekerja pada Surya Abadi sebagian besar adalah penduduk sekitar dan kini lokasi usaha semakin dikenal oleh konsumen penggemar kerajinan rotan.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mempunyai rasa tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan masyarakat serta dapat memberikan kesejahteraan bagi lingkungan/masyarakat sekitarnya. Salah satu tanggung jawab sosial dari pengusaha adalah berkaitan dengan masalah kualitas lingkungan di sekitar pabrik. Otto Soemarwoto (2004: 23) “Kualitas lingkungan dapatlah diartikan dalam kaitannya dengan kualitas hidup yaitu dalam kualitas lingkungan yang baik terdapat potensi untuk berkembangnya kualitas hidup yang tinggi”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika awalnya desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo merupakan desa biasa namun kini telah berganti menjadi sentra industri kerajinan rotan, hal tersebut menunjukkan bahwa lingkungan sekitar usaha juga mengalami perbaikan. Sedangkan limbah perusahaan dinilai masyarakat tidaklah mengganggu lingkungan sekitar serta tidak mengakibatkan polusi yang mengganggu.

f. Mendapatkan Keuntungan (Laba)

Tujuan utama seseorang menjalankan usaha adalah mendapatkan laba. Laba yang besar dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sesuai dengan pernyataan Pandji Anoraga & H. Djoko Sudantoko (2002: 188) bahwa “Keuntungan merupakan dasar untuk hidupnya suatu perusahaan.” T. Sunaryo (2001: 145) mendefinisikan “Keuntungan sebagai total pendapatan dikurangi biaya”. Sedangkan RD. Jatmiko (2004: 45) mendefinisikan “Laba adalah selisih antara pendapatan yang diterima para pengusaha dari hasil penjualan barang dan jasa dengan biaya-biaya untuk produksi dan mendistribusikan barang dan jasa tersebut”.

Perusahaan juga dikatakan berhasil jika dapat mencapai keuntungan yang besar. Hasil penelitian diperoleh harga jual per kontainer adalah Rp 60 juta dengan keuntungan bersih per kontainer sebesar 25% yaitu sebesar Rp 20 juta, jadi dapat disimpulkan data tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan terhitung dari tahun ke tahun, sebagai berikut.

Tabel 3. Data tingkat keuntungan perusahaan per tahun

Tahun	Keuntungan yang diperoleh per tahun
2002	Rp.281.250.000,00
2003	Rp.300.000.000,00
2004	Rp.520.000.000,00
2005	Rp.1.040.000.000,00
2006	Rp.1.140.000.000,00
2007	Rp.1.112.000.000,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2008

Berdasar data di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah keuntungan perusahaan terus meningkat dari tahun 2002-2006. Bahkan pada tahun 2005 keuntungan perusahaan mengalami peningkatan yang cukup tajam. Namun pada tahun 2007, keuntungan perusahaan mengalami penurunan. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan telah menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Simpulan

Industri kerajinan rotan merupakan industri yang multi guna. Keberadaannya sangat membantu perekonomian negara. Indonesia yang merupakan salah satu negara penghasil rotan terbesar di dunia sangat berpotensi untuk menjadi penghasil mebel rotan terbesar di dunia. Penyerapan tenaga kerja pada industri ini sangat besar. Jika satu industri kecil saja dapat menampung lebih dari 10 karyawan, sedangkan di desa Trangsan yang merupakan sentra industri kerajinan rotan terdapat 400 industri kecil, sedang hingga besar dapat menampung ribuan karyawan yang tidak berpendidikan tinggi. Produk hasil kerajinan rotan juga telah berhasil memasuki pasar internasional. Hasil ekspor ini telah membantu pemerintah menambah pendapatan devisa negara. Surya Abadi Furniture sebagai salah satu perusahaan (industri) menengah di desa Trangsan kecamatan Gatak kabupaten Sukoharjo melalui produk kerajina rotan yang dihasilkan telah berhasil menembus pasar internasional. Profil keberhasilan industri kerajinan rotan dalam menembus pasar internasional pada Surya Abadi Furniture Gatak Sukoharjo dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Latar belakang usaha industri kerajinan rotan pada Surya Abadi Furniture adalah adanya peluang yang sangat potensial untuk porduk kerajinan rotan di pasar internasional dan peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pemilik Surya Abadi Furniture untuk merintis usaha di bidang ekspor rotan. Keberadaan Trangsan sebagai sentra industri kerajinan rotan telah menginspirasi para pemilik Surya Abadi Furniture merintis usaha ekspor kerajinan rotan memasuki pasar internasional. Jika ada pepatah mengatakan pengalaman adalah guru yang terbaik maka itupun berlaku dengan Surya Abadi Furniture. Pengalaman bekerja di perusahaan ekspor dan orang tua yang mempunyai usaha sebagai perajin rotan juga telah memotivasi para pemilik Surya Abadi Furniture memasuki pasar internasional menjual produk kerajinan rotan yang dihasilkannya dan berhasil hingga saat ini.

2. Perkembangan usaha Surya Abadi Furniture ditinjau dari segi perkembangan pendapatan perusahaan, peningkatan jumlah karyawan, perluasan wilayah pemasaran, dan perkembangan jenis dan jumlah produk yang dihasilkan perusahaan
3. Strategi memasuki pasar internasional yang diterapkan oleh Surya Abadi Furniture yaitu:
 - a. Analisis kondisi pasar negara tujuan
Analisis kondisi pasar negara tujuan yang diterapkan Surya Abadi Furniture adalah dengan melakukan riset pasar terhadap produk yang diminati oleh konsumen di negara tujuan. Riset pasar yang dilakukan melalui internet yaitu menggali informasi mengenai kondisi ekonomi dan politik negara tujuan, respon-rsepon konsumen mengenai produk kerajinan rotan dan tren produk yang sedang berkembang di negara tujuan. Analisis pasar negara tujuan juga dilakukan perusahaan dengan melakukan riset mengenai selera dan kebutuhan konsumen.
 - b. Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar tertentu
Surya Abadi Furniture membidik negara yang tidak menjadi produsen kerajinan rotan sehingga peluang memasuki pasar negara tersebut terbuka bagi perusahaan. Pasar potensial bagi produk Surya Abadi Furniture adalah Amerika, Eropa, dan Australia. Dalam menetapkan segmen pasar tertentu, Surya Abadi Furniture menetapkan strategi harga yang berbeda untuk setiap segmen pasar yang dilayani.
 - c. Menentukan sistem promosi yang tepat
Sistem promosi yang digunakan oleh Surya Abadi Furniture adalah internet, pameran dagang, kunjungan langsung dan menyediakan tempat pameran (*showroom*).
 - d. Menyediakan brosur dan daftar harga
Surya Abadi Furniture juga menerapkan strategi dalam menyediakan brosur baik dalam bentuk dokumen maupun secara *online* dalam situs internet. Sedangkan daftar harga hanya akan diberikan oleh perusahaan

jika ada *buyer* yang tertarik membeli produk perusahaan melalui CD yang akan dikirim oleh perusahaan setelah *buyer* mengirim email kepada perusahaan.

4. Kendala yang dihadapi Surya Abadi Furniture adalah permasalahan dana/modal, kelangkaan bahan baku, persaingan dan proteksi yang diterapkan di negara tujuan.
5. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menanggulangi kendala yang dihadapi adalah mengajukan pinjaman pada supliyer bahan baku dan bank, mengkombinasikan produk dengan bahan baku lain, meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga sesuai harga pasar, dan memenuhi persyaratan dokumen fumigasi yang diterapkan di negara tujuan.
6. Adapun ukuran keberhasilan usaha Surya Abadi Furniture yaitu kelangsungan hidup perusahaan, penyediaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan dan mendapatkan keuntungan/ laba.

B. Implikasi

Berdasarkan simpulan di atas, selanjutnya dikemukakan implikasi hasil penelitian. Implikasi hasil penelitian dapat berupa hasil teoritis terhadap usaha pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapan secara praktis dalam memecahkan masalah dalam penelitian.

1. Implikasi Teoritis

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa industri kerajinan rotan merupakan sektor ekonomi mikro yang keberadaanya sangat membantu masyarakat dan perekonomian negara.
- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi internasional khususnya mengenai keberhasilan usaha dalam menembus pasar internasional.

2. Implikasi Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberi masukan Bagi Surya Abadi Furniture untuk dapat mengembangkan usahanya dan membantu memecahkan permasalahan dalam memasuki pasar internasional.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi kepada para wirausaha yang mencoba merintis industri kerajinan khususnya industri kerajinan rotan.
- c. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan diskusi, bahan informasi dan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama, khususnya mengenai industri kerajinan rotan.

C. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut.

1. Bagi Surya Abadi Furniture

- a. Surya Abadi Furniture hendaknya merekrut tenaga ahli di bidang manajemen dan pemasaran. Tanggung jawab pemasaran yang selama ini menjadi tumpuan tanggung jawab pimpinan dapat lebih ringan dan memudahkan dalam menerapkan strategi baru yang lebih inovatif.
- b. Meskipun perusahaan menerapkan strategi *wait and see* artinya perusahaan hanya memberikan umpan/ promosi melalui internet dan menunggu konsumen yang memesan produk, maka dapat ditingkatkan dengan aktif mencari dan menggali informasi mengenai pasar baru di negara yang dapat dibidik. Dengan cara demikian diharapkan konsumen akan bertambah. Hal itu juga bermanfaat saat pesanan dari konsumen/ pelanggan mulai sepi.
- c. Perusahaan sesekali perlu mengikuti pameran dagang di luar negeri dalam rangka untuk mendapat konsumen baru dan memperluas pasar yang dituju.
- d. Untuk mengatasi permasalahan dana perusahaan dapat mengajukan proposal pengajuan dana pada bank Indonesia yang telah menyediakan dana pengembangan untuk industri kerajinan rotan di desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo.

- e. Untuk mengatasi kelangkaan bahan baku dan kenaikan harga, perusahaan perlu menjalin kerja sama yang lebih intensif dengan supliyer dan peningkatan frekuensi pembelian baik dalam partai besar maupun kecil.

2. Bagi Pemerintah

- a. Pemerintah hendaknya memfasilitasi program diklat untuk pengembangan desain produk dan perbaikan mutu produk karena program tersebut sangat bermanfaat untuk perkembangan industri kerajinan rotan yang ada di desa Trangsan kecamatan Gatak terutama bagi kemajuan usaha Surya Abadi Furniture.
- b. Permasalahan utama Surya Abadi Furniture dan industri kerajinan rotan pada umumnya adalah kendala modal/ dana. Untuk itu pemerintah hendaknya menyediakan kredit untuk usaha kecil dan menengah yang dapat membantu pengusaha kerajinan rotan yang ada di desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo dalam mengatasi masalah modal/ dana.
- c. Pemerintah hendaknya merevisi kebijakan ekspor bahan baku rotan yang dapat meningkatkan daya saing Surya Abadi Furniture di kancah persaingan pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir M.S. 2004. *Strategi Memasuki Pasar Ekspor*. Jakarta: PPM
- Burhan Bungin. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Depdikbud. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa.
- Eva Ul Khusna. 2005. *Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Industri Makanan Khas Jenang Kudus Di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus Tahun 2005*. Surakarta: FKIP UNS.
- FKIP UNS. 2007. *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*. Surakarta: UNS Press.
- Gregorius Chandra, Fandy Tjiptono, Yanto Chandra. 2004. *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- H.B Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Henry Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Heri Sudarso. 2002. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Januminro. 2000. *Rotan Indonesia. Potensi, Budi Daya, Pemungutan, Pengolahan, Standar Mutu Dan Prospek Pengusahaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lexy J. Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Lincoln Arsyad. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Mardalis. 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mahendra Wijaya. 2001. *Prospek Industrialisasi Pedesaan*. Surakarta: Yayasan Pustaka Cakra.
- MB. Hendrie Anto. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: EKONISIA.

Mahendra Wijaya. 2001. *Prospek Industrialisasi Pedesaan*. Surakarta: Yayasan Pustaka Cakra.

MB. Hendrie Anto. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: EKONISIA.

M. Wahyudin. 2004. *Industri Dan Orientasi Ekspor, Dinamika Dan Analisis Spasial*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Press.

Otto Soemarwoto. 2004. *Analisis Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: UGM Prses.

Pandji Anoraga & H. Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.

Soemardji Hartoyo. 2000. *Pengantar Ilmu Administrasi II*. Surakarta: UNS Press.

Suharsimi Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan (Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.

Suyadi Prawirosentono. 2001. *Manajemen Operasi. (Analisis Dan Studi Kasus)*. Jakarta: Bumi Aksara.

..... 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Bumi Aksara

Terry, George & Leslie W Rue. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. G.A. Ticoalu (Penerjemah). Jakarta: Bumi Aksara.

T. Sunaryo. 2001. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: Liberty.

Yonas Dian Hermanu. 200. *Rotan Asal Trangsan Menembur Pasar Manca Negara*. Harian Joglo Semar

www.AMKRI.com. World Rattan Forum. 2008

www.great-solo-kadin.com. 2007

www.kadinjateng.com/article.php?idarticle=81.

www.sukoharjokab.go.id. 2007

