

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Gambaran Objek Penelitian**

Reffan House Textile merupakan sebuah usaha mikro yang bergerak dibidang Fashion. Memproduksi aneka sulaman dan pakaian khas Minangkabau. Tak hanya melakukan kegiatan produksi, usaha mikro ini juga memberikan pelatihan terkait textile kepada masyarakat yang berkunjung ke Reffan House Textile secara gratis.



**Gambar 1.1 Hasil Sulaman Reffan House Textile**

*Sumber: Reffan House Textile, 2022*

Reffan House Textile ini sudah berdiri sejak tahun 1997, didirikan oleh Ibu Elyzawati (Bunda Een). Usaha mikro ini berlokasi di Jl. Pramuka Raya Jl. Khatib Sulaiman No.2, Lolong Belanti, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Pada awal masa berdirinya Reffan House Textile hanya memiliki karyawan sebanyak 3 orang. Seiring perkembangannya usaha ini sampai memiliki karyawan hingga 44 orang.



**Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Karywan Reffan House Textile**

*Sumber: Reffan House Textile, 2022*

Reffan House Textile tidak hanya memiliki lingkup pemasaran skala nasional, namun juga skala internasional. Di dalam negeri produk mereka sudah sampai hingga ke beberapa daerah di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, NTB dan wilayah lainnya. Sedangkan untuk luar negeri pemasaran telah dilakukan ke negara Singapura, Vietnam, Malaysia, Dubai dan Turki. Tak hanya itu, Reffan House Textile juga melakukan penjualan melalui beberapa *platform e-commerce* yaitu Bukalapak dan Bajajo.

Pada masa pandemi Reffan House Textile memanfaatkan peluang yang ada dengan memproduksi Alat Pelindung Diri yang sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak seperti Rumah Sakit.

## **1.2. Latar Belakang**

Internasionalisasi merupakan suatu proses yang wajar dilakukan oleh setiap perusahaan, karena proses internasionalisasi merupakan salah satu dampak dari globalisasi. Internasionalisasi dapat diartikan sebagai proses keterlibatan sebuah usaha dalam memasarkan produk atau jasanya, secara langsung maupun tidak langsung ke pasar luar negeri. Proses internasionalisasi penting dilakukan oleh sebuah usaha untuk mendapatkan manfaat seperti berikut ini yaitu untuk mendorong pertumbuhan, efisiensi pabrik, memulihkan investasi lebih cepat,

mentransfer teknologi asing, pemasaran, dan mendapatkan pengetahuan manajemen (Buzavaite, M. & Korsakiene, 2017).

Menurut Thompson *et al.*, (2010), terdapat lima alasan perusahaan melakukan perluasan ke pasar internasional, yaitu untuk menjangkau konsumen baru, memperoleh akses pada sumber daya alam yang tersedia, memperoleh modal untuk kompetensi inti perusahaan, menyebar risiko bisnis dan mencapai biaya yang lebih rendah dan daya saing yang lebih besar. Salah satu harapan perusahaan termasuk UMKM yang mencerminkan sebuah pertumbuhan dan perkembangan adalah produk atau jasa yang diproduksinya dapat memasuki pasar internasional. Meskipun demikian, perusahaan menghadapi berbagai tantangan ketika memasuki pasar internasional. Diantaranya seperti perbedaan mata uang, karakteristik sosial dan budaya yang berbeda serta perbedaan legal formal antara negara asal dengan negara tujuan (Jane, 2012).

UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 64,2 juta unit atau 99,99% dari total unit usaha Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp. 9.580,8 triliun (atas dasar harga berlaku) tahun 2019. Kontribusi tersebut naik 5,7% dari tahun sebelumnya (Jayani, 2021). Tak hanya pada PDB, UMKM telah mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 119,6 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM memberikan kontribusi yang baik bagi Indonesia. Menurut data terbaru dari Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Barat, jumlah UMKM di Sumatera Barat sebanyak 622.741 unit usaha. Dari 19 Kabupaten/kota di Sumatera Barat, Kota Padang memiliki jumlah UMKM terbanyak dibandingkan kabupaten atau kota lainnya yaitu 98.182 unit usaha. Adapun UMKM tersebut bergerak dibidang usaha kuliner, usaha agribisnis dan usaha *fashion*.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ada 17 sub sektor ekonomi kreatif yaitu pengembangan permainan, kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni

pertunjukan, penerbitan dan aplikasi. Dinas Koperasi Dan UMKM (2021) menjelaskan mengenai empat sub sektor UMKM yang menjadi fokus pengembangan masa depan, yaitu usaha kuliner, usaha kerajinan, mobilitas dan usaha *fashion*. Usaha kuliner merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner seperti menjual makanan maupun bahan baku pembuatan makanan. Usaha kerajinan tangan adalah usaha yang dimulai dari hobi atau kreativitas, dengan merubah barang yang awalnya tidak memiliki nilai jual menjadi barang yang memiliki nilai jual yang tinggi. Usaha mobilitas yaitu usaha yang produknya menjawab permasalahan mobilitas. Usaha *fashion* merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion* meliputi penjualan dan pembuatan pakaian, alas kaki, topi hingga aksesoris. Berangkat dari jenis UMKM tersebut, Reffan House Textile merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang *fashion*. Memproduksi baju kurung sebagai salah satu pakaian khas Minangkabau, kain batik serta sulaman khas Minangkabau. Saat ini Reffan House Textile tidak hanya melakukan pemasaran dalam skala nasional, namun juga skala internasional. Pada skala internasional pemasarannya sudah mencapai benua Asia dan Eropa, seperti negara Turki, Dubai, Singapura, Malaysia, Vietnam dan beberapa negara lainnya.

Adapun faktor yang mempengaruhi proses internasionalisasi, diantaranya yaitu jaringan merupakan faktor terpenting dalam proses internasionalisasi, kemudian faktor lainnya yang mempengaruhi yaitu internal, eksternal dan motivasi (Senik *et al.*, 2010). Berdasarkan pendapat para ahli dapat ditemukan bahwa jaringan menjadi salah satu faktor pendukung UMKM untuk dapat memasuki dunia internasional.

Untuk mewujudkan harapan *go international* perusahaan sebaiknya memperluas jaringan dengan melakukan kemitraan bisnis dengan berbagai pihak, baik dengan pemasok, distributor bahkan dengan konsumennya di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha. Dengan melakukan kemitraan perusahaan memperoleh beberapa manfaat penting yaitu akses terhadap pasar, teknologi serta kapital (hal ini terutama jika perusahaan bermitra dengan mitra yang memiliki kapital yang besar). Selain itu, dengan melakukan kemitraan perusahaan dapat juga memperoleh peluang untuk

melakukan inovasi, *knowledge creation* serta meningkatkan kapabilitas organisasi maupun sumber daya manusia (Jane, 2011).

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Rahajo & Rinawati, 2014). Untuk pola kemitraan sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 26 pola kemitraan yang biasanya digunakan oleh UMKM diantaranya adalah inti plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, distribusi dan keagenan, serta bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan (*joint venture*), dan penyumberluaran (*outsourcing*).

Kemudian Cavusgil (1998), menyatakan ada 4 jenis kemitraan bisnis internasional yaitu perjanjian distributor, lisensi, waralaba, dan *joint venture*. Adapun jenis kemitraan yang digunakan oleh Reffan House Textile yaitu perjanjian distributor. Reffan House Textile mengandalkan mitranya yang di luar negeri untuk melakukan penjualan di luar negeri, karena mitranya lebih mengetahui bagaimana kondisi pasar luar negeri. Jenis kemitraan perjanjian distributor dilakukan oleh perusahaan yang ingin mempertahankan produksi di dalam negeri dan melayani pasar luar negeri melalui ekspor, kegiatan ekspor ini nantinya akan dikelola bersama dengan perantara luar negeri. Adapun dalam menjalankan kemitraan, Reffan House Textile tidak mengikat kegiatan yang dijalankannya dengan perjanjian, Reffan House Textile sangat mengutamakan asas kekeluargaan dalam kegiatan kemitraannya.

Sedangkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemitraan sangat mempengaruhi proses internasionalisasi sebuah usaha. *Partnership* memberikan kemudahan bagi sebuah usaha untuk memasuki pasar baru. Tak hanya itu *partnership* membuat sebuah usaha memiliki kontrol yang besar terhadap aktivitas asing yang dilakukannya. Kemitraan memberikan keuntungan dari pengetahuan dan keahlian mitranya (Jane, 2012). Kemitraan merupakan salah satu cara untuk memasuki pasar luar negeri, hal ini memungkinkan perusahaan untuk mempercepat siklus penjualan dan mengurangi risiko di pasar luar negeri

(Kennedy & Keeney, 2006). Kemitraan strategis menjadi salah satu pendekatan yang sesuai untuk sebuah UMKM dalam proses internasionalisasinya (Capik & Brockerhoff, 2017). Strategi aliansi memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, diantaranya yaitu sumber daya dan kekuatan pasar. Hal tersebut membuat UMKM termotivasi untuk melakukan perluasan ke pasar internasional dalam waktu singkat (Kumlungsua, 2008).

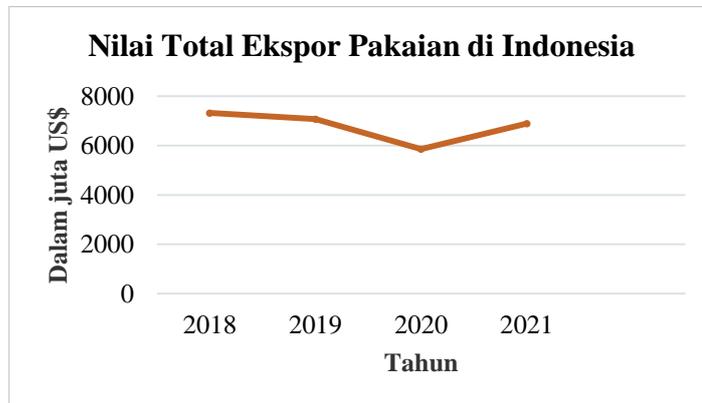
Berdasarkan *preliminary study* peneliti pada Reffan House Textile tanggal 12 Januari 2022 diperoleh bahwa Reffan House Textile kadang menerima barang yang tidak sesuai dari pemasoknya. Untuk pengembalian barang yang tidak sesuai dengan pesanan ini akan mengalami kesulitan karena barang tersebut didapatkan dari luar negeri. Kemudian adanya keterlambatan pengiriman karena pengaruh pandemi covid-19 serta terjadinya kerusakan barang saat sampai ditangan konsumen.

Berdasarkan fenomena yang diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Peran Kemitraan dalam Proses Internasionalisasi UMKM (Studi Kasus Reffan House Textile)”**.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Bisnis pakaian merupakan salah satu industri yang memiliki potensi yang cukup besar. Padang merupakan salah satu kota yang kaya akan keragaman seni dan budayanya, salah satunya sulaman. Hal ini menjadi peluang bagi tumbuh dan berkembangnya Reffan House Textile.

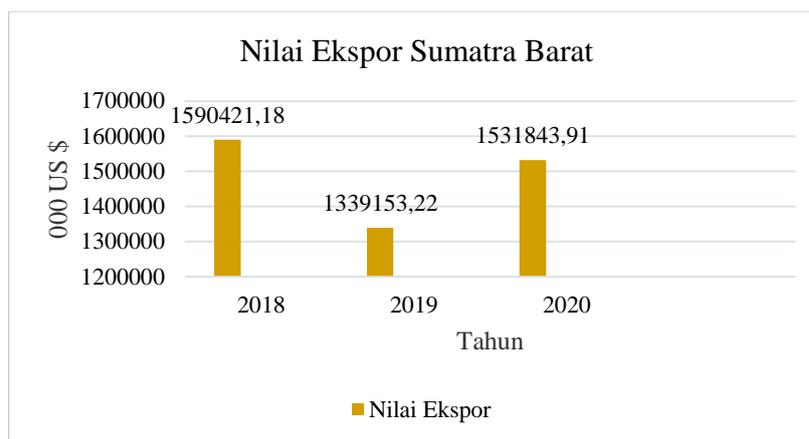
Namun tiga tahun belakangan nilai ekspor produk fesyen Indonesia mengalami penurunan. Menurut BPS nilai total ekspor produk seperti pakaian pada tahun 2019 anjlok dari US\$7322,5 juta menjadi US\$7072,2 juta. Guncangan akibat pandemi Covid-19 memperparah kondisi ekspor produk-produk fesyen Indonesia. Pada tahun 2020 nilai ekspor produk fesyen kembali mengalami penurunan menjadi US\$5856,5<sup>1</sup> juta. Adapun pada tahun 2021 mulai mengalami kenaikan menjadi US\$ 6895,4 juta. Hal ini juga terjadi pada Reffan House Textile, dimana terjadi penurunan penjualan baik didalam maupun di luar negeri.



**Gambar 1.3 Nilai Total Ekspor Pakaian di Indonesia**

*Sumber: BPS, 2022*

Adapun data dari BPS Provinsi Sumatra Barat menunjukkan bahwa terjadi penurunan nilai ekspor yang cukup signifikan pada tahun 2019. Adapun datanya dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



**Gambar 1.4 Nilai Ekspor Sumatra Barat**

*Sumber: BPS Provinsi Sumatra Barat, 2022*

Sedangkan kondisi ekspor yang terjadi pada Reffan House Textile dari tahun 2019 mengalami penurunan yang mana pada 2018 bisa mengekspor sebanyak 1500 pcs produk, turun menjadi 500 pcs produk pada 2019. Kemudian pada tahun 2020 Reffan House Textile tidak melakukan ekspor dikarenakan terhambatnya pengiriman akibat pandemi covid-19. Pada tahun 2021 Reffan House Textile sudah memulai kembali kegiatan ekspornya dengan mengekspor produk sebanyak 100 pcs. Ini dikarenakan mulainya ada kelonggaran peraturan yang berkaitan dengan pandemi covid-19.



**Gambar 1.5 Total Ekspor Produk Reffan House Textile**

*Sumber: Reffan House Textile, 2022*

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini salah satunya yaitu penurunan penjualan yang disebabkan oleh pandemi covid, karena pandemi membuat terhambatnya distribusi produk, pada bagian pemasok barang, dimana kadang barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan pesanan. Untuk pengembalian barang yang tidak sesuai dengan pesanan ini akan mengalami kesulitan karena barang tersebut didapatkan dari luar negeri. Permasalahan lainnya yaitu di bagian distribusi, adanya keterlambatan pengiriman karena pengaruh pandemi covid-19 serta terjadinya kerusakan barang saat sampai ditangan konsumen. Tak hanya itu, pada masa pandemi Reffan house Textile juga mengalami kesulitan untuk mengunjungi mitranya yang ada diluar negeri dalam rangka memantau kondisi penjualan serta membangun hubungan yang baik dengan mitra.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh kemitraan terhadap proses internasionalisasi yang dilakukan oleh Reffan House Textile?

#### **1.4. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses internasionalisasi Reffan House Textile?

2. Bagaimana peran mitra dalam proses internasionalisasi Reffan House Textile?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses internasionalisasi pada Reffan House Textile.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran kemitraan terhadap proses internasionalisasi pada Reffan House Textile.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.6.1. Aspek Akademis**

Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kemitraan terhadap proses internasionalisasi UMKM, sehingga dapat menjadi referensi bagi dosen atau mahasiswa dalam pemahaman ilmu yang berkaitan dengan keunggulan bersaing.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan untuk melakukan penelitian yang serupa dan berkaitan dengan pengaruh kemitraan terhadap proses internasionalisasi UMKM.

#### **1.6.2. Aspek Praktis**

Bagi UMKM, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu Reffan House Textile untuk mengevaluasi hal-hal terkait dengan proses internasionalisasi.

### **1.7. Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.7.1. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah dengan objek penelitian Reffan House Textile yang beralamat di Jl. Pramuka Raya Jl. Khatib

Sulaiman No.2, Lolong Belanti, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Sumber data penelitian ini, didapatkan dari data sekunder yaitu data UMKM pada Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Barat dan Kota Padang. Sedangkan data primer berupa hasil observasi dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta mitra.

#### 1.7.2. Waktu dan periode penelitian

Penelitian ini dimulai pada 20 Oktober 2021 hingga 23 Juni 2022.

### **1.8. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan tugas akhir ini terbagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian terkait dengan fenomena yang menjadi isu penting sehingga layak untuk diteliti disertai dengan argumentasi teoritis yang ada, perumusan masalah yang berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian yang menjelaskan hasil yang diinginkan dari penelitian ini, manfaat penelitian yang dijelaskan dengan dua aspek yaitu teoritis dan praktis, ruang lingkup penelitian, waktu dan periode penelitian serta sistematika penulisan secara umum.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian, kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pola pikir untuk menggambarkan masalah penelitian dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel dependen dan independen, definisi operasional variabel, tahapan penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel) dan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**