

BAB V

KESIMPULAN

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu provinsi dimana memiliki banyak potensi, baik itu dari segi pariwisata, kuliner maupun keseniannya. Dimana dari masing-masing bidang tersebut sudah memiliki sentra industrinya masing-masing. Dan dengan didukungnya sumber daya manusia yang kreatif, membuat para pelaku usaha di Yogyakarta dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya. Hal ini merupakan potensi yang sangat besar untuk dapat selalu dikembangkan, agar dapat mendongkrak gerak perekonomian daerah sampai nasional.

Seiring menurunnya perkembangan industri furniture di Jepara, membuat banyak daerah di Indonesia pun bersaing untuk dapat menggantikan posisinya. Salah satu daerah yang ternyata memiliki banyak potensi, baik itu potensi dari sumber daya alam ataupun sumber daya manusianya adalah Yogyakarta. Dengan memiliki sumber daya alam yang berlimpah dan juga didukungnya Yogyakarta yang disebut kota penuh seni ini membuat perkembangan industri furniture di Yogyakarta lebih kreatif dan inovatif. Didukung dari kualitas kayu yang dihasilkan dengan baik dan juga ragam motif atau ukiran yang sangat variatif.

Salah satu perusahaan di Yogyakarta yang berhasil menangkap peluang tersebut adalah PT. Almi Furniture. Dimana PT.Almi yang berpusat di Yogyakarta dapat memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada. Apalagi dengan adanya cabang serta showroom di Pulau Bali membuat PT.Almi mendapat kemudahan untuk melakukan promosi secara global, dimana Bali dan Yogyakarta merupakan salah destinasi pariwisata favorit bagi turis asing.

Dalam era globalisasi saat ini, kegiatan perdagangan antar negara dan kerjasama ekonomi merupakan hal yang tidak bisa dihindari dan diharapkan mampu memperluas kesempatan berusaha dan memperoleh aneka produk menjadi lebih mudah. Salah satu wujud kerjasama ekonomi regional adalah kesepakatan MEA yang diberlakukan sejak awal tahun 2015 dengan menggunakan prinsip perdagangan bebas. Perdagangan bebas didefinisikan sebagai tidak adanya hambatan tarif yang diterapkan pemerintah dalam perdagangan antar individu ataupun perusahaan yang berada di negara yang berbeda.

Seiring dengan diberlakukannya kebijakan MEA, maka keadaan dunia usaha semakin bersifat dinamis. Oleh karena itu diperlukan suatu analisis untuk menangkap peluang-peluang yang dapat mempengaruhi peningkatan ekspor produk furniture. Hal ini diharapkan dapat

memberikan solusi tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menangkap peluang tersebut. PT.Almi diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk, sehingga produk-produknya tetap bisa bertahan di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat.

Untuk mengantisipasi produk-produk furniture dari negara-negara ASEAN yang akan masuk ke dalam negeri, maka PT.Almi akan melakukan beberapa strategi-strategi pemasaran untuk menangkap peluang yang nantinya akan mampu mendongkrak penjualan furniture ke wilayah ASEAN. Yakni dengan melakukan strategi Pemasaran Internasional.

Pada dasarnya, untuk meningkatkan ekspor suatu produk ke beberapa negara, harus memiliki strategi-strategi yang berbeda-beda. Dengan kata lain, semakin banyak strategi yang dimiliki, maka semakin mudah pula ekspor suatu produk berkontribusi dalam pasar internasional. Adapun unsur strategis, yaitu, kejelasan pasar, kecocokan antara unit usaha dengan kebutuhan pasar, dan keunggulan hasil harga unit usaha dibandingkan dengan pesaing. Jadi, strategi ekspor dapat dikatakan sebagai suatu cara dimana unit usaha berusaha membedakan dirinya dengan pesaing-pesaingnya melalui kemampuan dan keterampilan dalam mengolah suatu produk, dengan tujuan memuaskan para konsumen.

Berdasarkan pemahaman atas unsur strategis tersebut, pengembangan strategi ekspor furniture PT.Almi akan menyangkut tentang dimana bersaing, bagaimana bersaing, dan bilamana bersaing. Strategi pemasaran furniture PT.Almi tentunya berbeda dengan perusahaan dari kota lain, hal ini terlihat dari bahan baku yang berkualitas serta model ukiran khas Yogyakarta yang menjadi salah satu yang paling unik di Indonesia.

Proses kerjasama tercipta dikarenakan adanya rasa saling membutuhkan satu sama lain. Hubungan yang terjadi inilah yang disebut interaksi. Dalam era globalisasi, frekuensi interaksi yang terjadi bertambah tinggi yang disebabkan oleh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Interaksi tersebut menyebabkan terbentuknya suatu kerjasama baik dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, maupun ekspor dan impor.

Dari pengertian tersebut, diperlukan adanya strategi dalam menghadapi interaksi tersebut. Agar PT.Almi dapat menangkap negara mana saja yang belum mampu mencukupi kebutuhan negaranya. Karena untuk dapat meningkatkan jumlah ekspor yang dilakukan, PT.Almi diharapkan mampu menguasai pasar tujuannya dan tidak salah memilih target. Karena jika salah dalam melakukan strategi pemasaran, justru Indonesia lah yang menjadi target sasaran bagi negara-negara lain.

Peranan furniture cukup berpengaruh terhadap perkenomian Indonesia, apalagi Yogyakarta di era sekarang ini. Sebagai industri yang mulai diperhitungkan, furniture telah mampu mengubah kehidupan ekonomi seseorang ataupun perusahaan kecil. Terlihat jelas dengan semakin banyaknya unit usaha kecil menengah yang bergerak di bidang furniture, lapangan pekerjaan semakin banyak, dan mampu menekan angka kemiskinan yang ada di Yogyakarta. Tidak hanya itu saja, industri furniture Yogyakarta kini telah mengantarkan Yogyakarta sebagai kota kerajinan, dan yang paling utamanya, ekspor furniture Yogyakarta kini telah merambah dalam pasar internasional.

Industri furniture Yogyakarta kini memiliki posisi yang cukup penting dalam perekonomian Indonesia. Hal tersebut terlihat dari animo pembeli yang berkunjung ke Yogyakarta, selain untuk menikmati dunia pariwisatanya, mereka juga dapat membeli beberapa produk yang memiliki banyak motif pilihan. Hal ini dikarenakan, Yogyakarta merupakan kota dengan produksi furniture terbaik dan PT.Almi sebagai salah satu perusahaan yang sudah melakukan ekspor ke luar negeri seperti negara-negara di Eropa, Amerika, Afrika dan Asia. Melihat potensi ini, terlihat jelas PT.Almi memiliki potensi yang cukup penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, karena dari banyaknya ekspor yang dilakukan tersebut setidaknya telah memberikan devisa bagi negara Indonesia.

Terlihat dari perkembangan PT.Almi yang sudah bergerak lebih dari 17 tahun di bidang furniture. Dan juga sudah menjadi distributor resmi untuk toko-toko furniture di lebih dari 50 negara di dunia. Membuktikan pengalaman dan jam terbang PT.Almi sudah tidak diragukan lagi. Apalagi dengan sudah terverifikasinya jenis kayu yang digunakan, yakni SLVK dari Pemerintah, membuat produk yang dihasilkan sudah memenuhi standard internasional untuk ekspor ke semua negara.

Dan strategi yang diambil oleh PT.Almi yaitu melalui event pameran, bisnis, budaya, dan media massa, serta melalui media online yang nantinya mampu mendongkrak penjualan furniture. Dan juga melalui promosi dan penyelenggaraan program kerja baik dari dalam maupun luar negeri yang mencapai hasil yang signifikan bagi ekspor furniture PT.Almi. Yaitu dengan meningkatnya nilai ekspor furniture PT.Almi selama tahun 2015 ke 2016 sebesar US\$ 6,65juta. Dan juga bertambahnya perusahaan internasional yang bekerjasama di wilayah ASEAN. Semua hasil dan strategi tersebut tidak lepas dari peran pemerintah dan masyarakat Yogyakarta yang selalu melakukan kreasi dalam mengembangkan dunia furniture di Yogyakarta.

Demikianlah peluang serta strategi-strategi yang dilakukan PT.Almi dalam menangkap peluang MEA dan meningkatkan jumlah ekspor sejak diberlakukannya kebijakan MEA pada

tahun 2015 yang merupakan implementasi dari manfaat Ilmu Hubungan Internasional khususnya pada mata kuliah Perdagangan Internasional.