

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Swedia merupakan salah satu negara yang berada di benua Eropa bagian utara. Swedia juga dikenal sebagai negara yang melakukan penyerangan sebagian besar Eropa utara melalui Viking pada awal abad ke-9. Setelah melakukan perang singkat pada tahun 1814 dengan Norwegia, Swedia tidak pernah terlibat kembali dalam perang apapun. Saat terjadinya Perang Dunia I, Swedia menerapkan kebijakan non-blok untuk menjaga masa damai juga netralitas di masa perang untuk negaranya dan mendasarkan bentuk keamanan pada pertahanan nasional yang kuat tanpa ikut serta melakukan perang (Sweden.ce, 2020).

Dengan kebijakan luar negerinya yang cenderung fleksibel dan mengikuti perkembangan global, Swedia mendorong perekonomiannya pada sektor industri yang melalui perusahaan seperti, Ericsson, ASEA/ABB, Astra, Volvo, Electrolux dan lain-lain menjadi industri yang sangat berkembang dan sukses secara internasional. Sekarang Swedia juga mengembangkan perekonomiannya lewat sektor perusahaan ritel, seperti H&M dan IKEA (Sweden country brief, 2019). Untuk terus mendorong perekonomiannya di dunia internasional dan ikut dalam perkembangan global, Swedia banyak melakukan hubungan bilateral dengan negara-negara di benua Eropa dan juga negara-negara di luar benua Eropa, salah satunya adalah Indonesia. Hubungan bilateral Indonesia dan Swedia dimulai pada tahun 1952, dan hingga kini sudah memiliki banyak kerjasama serta investasi yang dilakukan oleh kedua negara. Masuknya beberapa perusahaan besar asal Swedia menjadi bukti bahwa kerjasama yang dilakukan antar negara semakin kuat dan baik seiring berjalannya waktu, seperti masuknya perusahaan Ericsson, Volvo, H&M, dan IKEA.

Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, perusahaan yang menjadi salah satu pendorong perekonomian Swedia adalah perusahaan retail IKEA, perusahaan yang dibentuk oleh Ingvar Kampard pada tahun 1943 (History of IKEA, t.thn.). Pada saat itu Ingvar Kampard melakukan tugasnya merancang furnitur dengan perajin lokal yang kemudian mendapatkan komentar dari perusahaan furnitur lainnya karena harganya sangatlah murah. Komentar tersebutlah yang akhirnya membuat IKEA merubah konsep furniturnya menjadi sebuah puzzle dan membuat konsumennya melakukan perakitan furniturnya dirumah dengan berbagai macam bentuk. Hal tersebut yang akhirnya menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen IKEA. IKEA membuka cabangnya di luar Swedia pada tahun 1970, dan tahun 1974 di Jepang, Australia, dan Amerika Serikat (History of IKEA, t.thn.). Perusahaan IKEA akhirnya masuk ke Indonesia pada tahun 2014 sebagai gerai furnitur dan perlengkapan rumah tangga (Diyah, 2017).

Adanya perusahaan IKEA di Indonesia dapat memperkuat kerjasama antar Negara Indonesia–Swedia. Terkait Indonesia dan Swedia memiliki kesamaan dalam mengaplikasikan politik luar negerinya. Swedia juga menjadi salah satu negara termaju di Eropa untuk urusan start-up business, yang diharapkan bisa membawa produk-produk lokal Indonesia ada di IKEA yang nantinya dapat membangun ekonomi di Indonesia. Perusahaan IKEA di Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang berkembang di Indonesia dengan melebarkan sayapnya dengan membuka gerai-gerai berikutnya di Sentul dan juga di Padalarang Bandung Barat. Selain itu untuk meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia, adanya IKEA diharapkan akan meningkatkan produk Indonesia masuk ke Swedia dan juga IKEA internasional, kedua negara juga sepakat untuk mendorong pelaku usaha retail besar Indonesia dan Swedia untuk melakukan kerjasama lebih erat dalam meningkatkan nilai perdagangan kedua negara (Gairah Indonesia untuk Menggarap Swedia sebagai Pasar Potensial Indonesia, 2020).

Pada tahun 2017 kunjungan kenegaraan Raja Swedia ke Indonesia menjadi peluang besar dan memberikan efek positif bagi para pebisnis, dan pada tahun ini juga IKEA menempati tahun ketiganya di Indonesia dan di tahun 2017 IKEA menambah kanal penjualan fasilitas belanja *online point* dan *distribution point* sebagai tanda adanya penerimaan perusahaan retail IKEA di Indonesia (Diyah, 2017). Serta di tahun-tahun berikutnya kerjasama Indonesia dengan Swedia dalam melakukan pembangunan ekonomi. Perusahaan IKEA juga telah melakukan kerjasama dengan industri lokal di Solo, Jawa Tengah dengan mengambil bahan baku dari pengrajin di Solo dan Yogya (Silvia, 2015). Dalam hal tersebut juga membuat produk-produk Indonesia dapat masuk ke Swedia dan pasar internasional melalui IKEA. Namun ada beberapa prakteknya yang tidak sesuai, IKEA tidak memberikan lahan 80% untuk memasarkan produk lokal di store-nya (Tempo.co, 2016). Produk lokal Indonesia di IKEA juga masih 8% yang lebih rendah daripada China, India, Vietnam, dan Thailand yang berjumlah 30% (Margrit, Indonesia Pasok Produk Lokal ke IKEA Global, 2016), lalu juga produk lokal Indonesia masih terbilang sulit untuk diterima di IKEA karena persyaratannya yang ketat, banyak yang diperhatikan sebelum akhirnya produk lokal Indonesia dapat masuk ke IKEA dan yang terakhir masuknya IKEA sebagai perusahaan asing di Indonesia juga menggeser preferensi furnitur lokal (Indreswari, 2012).

Produk furnitur lokal Indonesia memiliki daya saing karena sumber daya alam yang melimpah juga dengan beragamnya desain berciri khas yang kompeten. Banyaknya bahan baku berupa rotan, kayu, dan bambu menjadi keunggulan Indonesia dibanding dengan negara lain. Industri furnitur merupakan industri yang mengolah bahan baku seperti kayu, bambu, dan rotan yang kemudian digarap menjadi suatu produk yang memiliki nilai dan manfaat yang lebih tinggi menjadi barang furnitur. Seperti yang sudah disampaikan di atas bahwa Indonesia memiliki daya saing produk furnitur lokal di perdagangan internasional. Namun, masih ada beberapa faktor yang menghambat Indonesia untuk tumbuh lebih besar lagi pada furnitur lokal di perdagangan internasional ini. Salah satu

hambatan terbesarnya adalah pembalakan liar atau *illegal logging* dan deforestasi hutan. Praktek *illegal logging* yang marak dilakukan di Indonesia ini berakibat pada sulitnya industri furnitur lokal menjual langsung produknya tanpa harus mendapatkan sertifikasi produk dahulu, kemudian tentang bagaimana sumber daya manusia dalam hak-hak ketenagakerjaannya (Pujiati, Produksi Furnitur Indonesia, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Terjadinya produk furnitur lokal yang sulit diterima oleh IKEA karena persyaratannya yang ketat untuk para pengusaha lokal atau UMKM furnitur di Indonesia, dan datangnya IKEA menggeser preferensi furnitur masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk menganalisis lebih jauh tentang hubungan dari industri furnitur lokal dengan adanya Perusahaan IKEA di Indonesia, dengan rumusan permasalahan sebagai berikut: **“Bagaimana strategi IKEA dan Pemerintah Indonesia untuk mendorong perkembangan industri manufaktur lokal?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui kerjasama internasional Indonesia-Swedia.
- b. Mengetahui strategi IKEA terhadap industri manufaktur lokal.
- c. Menganalisa hubungan dari strategi yang dimiliki perusahaan IKEA terhadap perkembangan industri manufaktur lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau bahan kajian dalam studi hubungan internasional tentang bagaimana strategi dari Perusahaan IKEA di Indonesia terhadap perkembangan industri manufaktur lokal.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau bahan informasi untuk pembaca mengenai kerjasama internasional melalui perusahaan retail.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah dengan pertanyaan penelitian yang bersangkutan dengan latar belakang masalah yang ada, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang teori – teori, konsep, pengertian, atau bahkan meneruskan penelitian yang relevan terkait dengan variable dalam penelitian. Di Bab II pada bagian operasionalisasi konsep juga akan memberikan bukti – bukti, data, dan fakta yang nyata untuk mendukung teori atau bahkan menyatakan suatu hal yang tidak berdasarkan teori yang akan ditulis juga pada hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab III metode penelitian, jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini ialah kualitatif karena penelitian ini dilakukan saat pengumpulan dan terus berkembang, design variable dan indikator pada saat pengumpulan data, data berbentuk kata – kata, simbol, dan gambar, konsepnya juga dapat berkembang dan berubah ketika proses pengumpulan data berlangsung. Bentuk penelitian yang dilakukan ialah berbentuk deskriptif, dimana penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan seperangkat fenomena atau peristiwa yang menjadi suatu cara untuk menemukan makna baru, menentukan frekuensi kemunculan sesuatu dan mengategorikan informasi. Teknik pengumpulan data akan

menggunakan studi dokumen melalui jurnal ilmiah, artikel, paper, berita internet yang *peer-review*.

BAB IV ANALISA PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisa dari kebijakan IKEA juga Pemerintah Indonesia dalam mendorong industri manufaktur lokal masuk ke Pasar IKEA Internasional yang sesuai dengan standarisasi, dan bagaimana hubungan Perusahaan IKEA ini dengan industri manufaktur lokal di Indonesia.

BAB V HASIL PEMBAHASAN

Bagian ini berisi hasil dari analisis juga pengolahan data yang ada di bab IV tentang pembahasan mengenai strategi IKEA melalui kebijakan-kebijakannya untuk mendorong furnitur lokal masuk ke Pasar IKEA Internasional.

BAB VI KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.

Daftar Pustaka