

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan dan Temuan

Ekspansi Pasar *Furniture* Indonesia ke Jerman, pada Moodlines, Yogyakarta yang meliputi:

1. Moodlines dapat melakukan ekspansi produk furniture ke Jerman dengan penyesuaian pada atribut hijau.
2. Faktor-faktor yang dapat menjadi hambatan: daya tawar pembeli, kompetitor dan produk substitusi.
3. Faktor-faktor yang dapat menjadi peluang: daya tawar pemasok, mudahnya produk furniture masuk ke dalam pasaran.

Temuan yang ditemukan oleh penulis antara lain:

1. Masih kurangnya pengetahuan pengusaha tentang apa yang dapat dibantu oleh pemerintah Indonesia dan SVLK (Sertifikat Verifikasi Legalitas Kayu) yang diterapkan oleh pemerintah masih dirasa memberatkan pengusaha *furniture* karena harga pengurusan izin terlalu mahal.
2. Cina, merupakan kompetitor *furniture* di bidang mass production, namun bukan merupakan kompetitor furniture di bidang handmade, sementara, Vietnam adalah salah satu kompetitor baru yang harus diperhitungkan oleh pengusaha *furniture* Indonesia.
3. Untuk memasuki pasar *furniture* Jerman, pengusaha *furniture* bergantung pada mekanisme pasar yang akan menentukan apakah produk tersebut diterima oleh konsumen Jerman.
4. Desain *furniture* yang disukai masyarakat Jerman adalah desain klasik, sedangkan harga *furniture* yang disukai konsumen Jerman adalah murah sampai sedang, kepraktisan *furniture* selalu menjadi pilihan bagi konsumen Jerman dan atribut hijau selalu menjadi perhatian penting bagi konsumen Jerman.
5. Peluang re-ekspor produk furniture di Eropa sangat kecil, walaupun sudah menjadi Uni Eropa, produk masih harus diekspor ke masing-masing negara.

5.2. Kelemahan penelitian

1. Kurangnya informasi seperti harga yang murah sampai sedang menurut masyarakat Jerman di jurnal pada kisaran harga berapa, jadi harga yang disimpulkan hanya asumsi.
2. Kurangnya informan dari sumber pemerintah, karena adanya beberapa hambatan selama penelitian.
3. Kurangnya data studi literatur yang berupa data statistik untuk triangulasi data.

5.3. Implikasi Manajerial

1. Bagi Moodlines

Sebagai acuan untuk ekspansi pasar ke Jerman dan sebagai informasi bagian apa yang harus diperbaiki untuk ekspansi pasar ke Jerman.

2. Bagi Perusahaan yang ingin mengekspansi produk furniture ke Jerman
Sebagai acuan untuk ekspansi produk ke Jerman.

Daftar Pustaka

- Australian Government, 2014, Available from: <https://www.dfat.gov.au> [Accessed 5 September 2014].
- Bea Cukai Indonesia, 2014, Available from: <http://www.beacukai.go.id> [Accessed 5 September 2014].
- Bektersevic, A., Oloya, G., Schöblom, T., 2009. How Nelo's image is perceived in Germany, Available from: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:224595/FULLTEXT01.pdf> [Accessed 6 January 2015].
- CBI, 2006, *CBI Market Survey: The Domestic Furniture Market In The EU*, Available from: http://www.enterprise-europemalta.com/Portals/0/documents/2006_Domestic_furniture_in_the_EU.pdf [Accessed 6 January 2015].
- CBI, 2006, *CBI Market Survey: The Domestic Furniture Market In Germany*, Available from: http://www.enterprise-europemalta.com/Portals/0/documents/2006_Domestic_furniture_in_the_EU.pdf [Accessed 6 January 2015].
- Cochran, Michael and Patton, Michael Quinn, 2002, *A Guide to Using Qualitative Research Methodology*. [online]. Available from: <http://fieldresearch.msf.org/msf/bitstream/10144/84230/1/Qualitative%20research%20methodology.pdf> [Accessed 28 August 2014].
- Creswell, J. W., 2007. *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- d.n., 2012. Terapkan Program Hilirisasi: Ekspor Mebel Bisa Capai US\$2 Miliar [online]. Available from: [http://www.kemenperin.go.id/artikel/5801/Terapkan-Program-Hilirisasi:-Ekspor-Mebel-Bisa-Capai-US\\$2-Miliar](http://www.kemenperin.go.id/artikel/5801/Terapkan-Program-Hilirisasi:-Ekspor-Mebel-Bisa-Capai-US$2-Miliar) [Accessed 6 January 2015].
- Effendi, R., and Dwiprabowo, H. 2007. "Kajian Pengembangan Industri Furniture Kayu melalui Pendekatan Kluster Industri di Jawa Tengah", *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 4(3). 233 – 255.
- European Commission, Joint Research Center dan Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), 2013, *Background Report: Revision of Ecolabel and Green Public Procurement Criteria for The Product Group Wooden Furniture*, Available from: http://susproc.jrc.ec.europa.eu/furniture/docs/Background_report_Furniture_September_2013.pdf [Accessed 6 January 2015].

International Trade Center UNCTAD/WTO (ITC) and International Tropical Timber Organization (ITTO), 2004, *International wooden furniture markets: A review*. Available from: <http://www.fao.org/forestry/23523-0f14bba18f78fa30aed5fceaa0f41f69.pdf> [Accessed 6 January 2015].

Hastjarjo, Dicky. (2008). Ringkasan buku Cook & Campbell. (1979). *Quasi-Experimentation: Design & Analysis Issues for Field Settings*. Houghton Mifflin Co.

Johanson, J. and Mattsson, L. (1988), “*Internationalisation in industrial systems – a network approach*”, in Hood, N. and Vahlne, J. (Eds), *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, London, pp. 287-314.

Kamus Bisnis. 2014. Available from: <http://kamusbisnis.com/arti/ekspansi-pasar/> [Accessed 5 September 2014].

Karki, Timo. 2000. “*Species, furniture type, and market factors influencing furniture sales in Southern Germany*” *Forest Products Journal*. 2000. HighBeam Research

Kelen, Lusianus Heronimus Sinyo; Pakereng, Yulita Milia, September 2009, Analisis Pergerakan Nilai Mata Uang Rupiah Terhadap Dolar Amerika Serikat dan Dolar Australia Pasca Tragedi Ledakan Bom Hotel JW Marriot dan Ritz Carlton di Jakarta.

Kemendag, 2012, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 64/M-DAG/PER/10/2012. [online]. Available from: <http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2013/12/27/81m-dagper122013-id-1388631339.pdf> [Accessed 7 January 2014].

Kemendag, September 2013, Paviliun Indonesia Tampil di International SPOGA Fair 2013 di Jerman. [online]. Available from: <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2013/09/02/paviliun-indonesia-tampil-di-international-spoga-fair-2013-di-jerman-id0-1378120045.pdf> [Accessed 28 August 2014].

Kemendag, September 2013, Paviliun Indonesia Tampil di International SPOGA Fair 2013 di Jerman. [online]. Available from: <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2013/09/02/paviliun-indonesia-tampil-di-international-spoga-fair-2013-di-jerman-id0-1378120045.pdf> [Accessed 28 August 2014].

Kemenperin, Maret 2014. Furniture Kayu Indonesia di Pasar Belgia. [online]. Available from: <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2012/12/08/pejuang-pasar-mebel-kayu-di-belgia-id0-1354945353.pdf> [Accessed 18 September 2014].

- Kompas, Agustus 2014, 10 Tahun Lagi, Mebel Indonesia Bisa Rajai Asia Tenggara [online]. Available from: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/08/26/121100926/10.Tahun.Lagi.Mebel.Indonesia.Bisa.Rajai.Asia.Tenggara> [Accessed 28 August 2014].
- Library of Congress – Federal Research Division, 2008, [online]. Available from: <http://memory.loc.gov/frd/cs/profiles/Germany.pdf> [Accessed 5 September 2014].
- Oliver, Rupert, 2013, Imports of Composite Wood Products into the EU and Implications for the EU Timber Regulation – Furniture Sector Focus [online]. Available from: <http://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/Energy,%20Environment%20and%20Development/1213OliverPP.pdf> [Accessed 6 January 2014].
- Porter, Michael. 2008. *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. *Harvard Business Review*, Januari 2008, p 1-19
- Puspita, Anggun. 2014. Eksportir Butuh Dukungan Pemerintah [online]. Available from: <http://berita.suaramerdeka.com/eksp Five Cmpeortir-butuh-duktungan-pemerintah/> [Accessed 6 January 2014].
- Rahmat, Pupu Saeful, 2009, Penelitian Kualitatif, *Equilibrium*, Vol 5 No 9, Januari-Juni 2009 : 1-8 [online]. Available from: <http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf> [Accessed 15 September 2014].
- Sakarya, S., Eckman, M. and Hyllegard, K.H. (2007), “*Market selection for international expansion: assessing opportunities in emerging markets*”, *International Marketing Review*, Vol. 24 No. 2, pp. 208-38.
- Schreiber, K. 1965. *Purchasing behavior of A Consumer*. Publishing house Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, 176 pp.
- Somantri, Gumilar Ruswila, Desember 2005, Memahami Metode Kualitatif, *Makara, Sosial Humaniora*, Vol 9, No. 2, hal 57-65
- Spinale, L. 2000, "Furniture design: Sensitive to style", *Dealerscope Consumer Electronics Marketplace*, vol. 42, no. 1, pp. 40-42.
- Steenkamp, Natasja; Northcott, Deryl, Nov 2007, *Content Analysis in Accounting Research: The Practical Challenges*, *Australian Accounting Review*; 17, 3 pg. 12-25.

Tamyez, Puteri Fadzline, Norzanah Mat Nor dan Syed Jamal Abdul Nasir bin Syed Mohamad, November 2012, *Exploratory Factor Analysis of the Effects of Design on Brand Strategy-Performance in Malaysian Furniture Firms*, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 3 (11) November 2012 hal 519-534

Troian, Daria, 2011, *Furniture Industry: The consumers furniture preferences in different markets*, Available from:
https://www.academia.edu/1502656/The_consumer_perception_of_design.Case_study_furniture_sector[Accessed 6 January 2015].

UK Essays. November 2013. *Indonesian Furniture Products In European Market Marketing Essay*. [online]. Available from:
<http://www.ukessays.com/essays/marketing/indonesian-furniture-products-in-european-market-marketing-essay.php?cref=1> [Accessed 28 August 2014].

Whitelock, J. and Jobber, D. (2004), "An evaluation of external factors in the decision of UK industrial firms to enter a new non-domestic market: an exploratory study", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 Nos 11/12, pp. 1437-55.

Worldbank [online]. Available from:
<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>[Accessed 28 August 2014].

Zhang, Y., dan Wildemuth, B.M., 2009. *Qualitative analysis of content*. In B. Wildemuth (Ed.), *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (p 308-319). Wesport. CT: Libraries Unlimited. PDF

Transkrip Pak Hans Poerwanto (Dari Asosiasi, Pengusaha yang sering mengimpor furniture ke negara-negara Eropa, salah satunya Jerman)

Interviewer (I)

Pengusaha (P)

I: Menurut pendapat anda, dalam memasarkan produk furniture ke Jerman, lebih mudah bagi eksportir/pengusaha furniture Indonesia untuk mengekspor ke salah satu negara Eropa yang tergabung dalam Uni Eropa, atau lebih mudah mengekspor langsung ke negaranya? Kenapa?

P: Jadi gini ya, memang di Uni Eropa namanya memang menggunakan mata uang yang sama, Euro, walaupun transaksi secara internasional masih menggunakan dollar, gitu yah. Diantara negara-negara Eropa, memang yang paling kuat ekonominya itu adalah pengusaha Jerman, paling kuat se Eropa, nah kalo kita tetep ekspor tuh masih kepada negara masing-masing jadi yang ke Switzerland ya ke Switzerland, yang ke Belanda Belanda, yang ke Belgium Belgium, yang ke Denmark, Denmark

I: Oooo...

P: Yah, jadi ndak bisa digabungkan gitu seperti kayak di Amerika, kalo di Amerika satu tempat Itu eeee... Uni Eropa itu masih langsung ke masing-masing negara.

I: Eee... Apakah lebih... masih ada peluang untuk ekspor dari Indonesia ke Jerman, Pak untuk produk furniture sendiri?

P : Di masa krisis yang masih ada peluang memang hanya Jerman, tapi relatif kecil ee... terjadi penurunan cukup drastis juga karena pasar global ya, dan sampe sekarang belum membaik eee ada data tuh saya lihat tadi tahun depan ada drawing

I : Eee kan data statistic menunjukkan tahun 2013 itu ada penurunan, itu apa mungkin karena pasar krisis global itu ya Pak?

P : Ya, dan penurunan sendiri bukan hanya dari tahun 2013, saya gak tau you dapet dari mana tapi statistic penurunan itu sejak 2007, itu sudah mulai turun itu 2007 2008 itu sudah mulai terpuruk jadi saya gak tau you dapet peluang eh data ekspor itu dari mana

I : Dari kemendag sih pak, dari situs mereka

P : DIY?

I : Heeh, eh bukan DIY, di Indonesia sendiri

P : Ya mungkin, karena itu ee furniture dibagi dua ada outdoor dan ada indoor , jadi contohnya eeee ke Perancis, itu outdoornya masih jalan sementara itu sampe 2000, 10 itu masih jalan tapi ke belakang ya melemah

I : Eee menurut pendapat anda bagaimana pengusaha furniture yang mengekspor produk ke Jerman pak, ada kekurangan atau kelebihan atau gimana?

P : Engga, pasar aja, yang menyebabkan pasar, kalo bagi saya ya jelas quantity penjualan menurun,

I : Eee saya mau nanya pak, kalo disini desain furniture yang populer di Jerman itu seperti apa sih Pak?

P : Yaa masih model –model semi colonial

I : Masih model semi colonial ya pak ya? Kalo jenis kayunya pak? Mereka ada permintaan khusus atau engga?

P : Kalo dulu favorite tuh ya jati, jadi sekarang ini sebenarnya karena ditekan harga karena defisit jadi ya apapun kayu oke, tergantung indoor apa outdoor gitu ya

I : Eee harganya yang disukai konsumen Jerman itu gimana pak? Cenderung tinggi rendah atau sedang?

P : Jerman sedang aja

I : Oh sedang ya pak, eee di rentang harga berapa sih pak mereka biasanya menerima produk itu?

P : Tergantung bentuk, ukuran dan model, jadi saya gak bisa ngatakan rentangnya berapa, mau beli meja harga apa 20 30 euro sampe 300 euro ada, kadang sampe 3000pun ada, ya sekarang ketebalan kayu berbeda, volume kayunya, kerumitan pengerjaannya, finishingnya itu jelas itu perbedaannya sangat tinggi

I : Apa masyarakat Jerman suka yang praktis yang, jadi bapak itu ngirimnya kesana itu dalam bentuk yang dibagi-bagi partisi gitu apa yang sudah langsung jadi?

P : Tergantung jenisnya mbak, ada yang knock down, ada yang folding dan ada yang koleksi,

I : Eee apa masyarakat Jerman itu peduli sama illegal logging pak?

P : Semua masyarakat di Eropa,

I : Eee peran pemerintah sejauh ini membantu atau tidak sih pak?

P : Yaa pada era kemaren ya ga ada perhatian,

I : Gak ada perhatian sama sekali?

P : Jadilah pengusaha lokal itu furniture itu dibunuh sendiri

I : Apa ada ini pak, maksudnya apa ada keringanan pajak atau ada apa gitu?

P : kalo pajak ekspor sih memang kita gak kena, pajak penjualan pajak ekspor tuh gak ada ya itu aja yang membedakan antara penjualan lokal dengan penjualan ekspor

I : oooooo apa kalo di Jerman gitu dibantu pameran atau gimana gitu gak pak?

P : Yaaa.... Setiap tahun pengusaha Indonesia rata-rata ada pameran karena disana itu ada di Frankfurt sama di Spoga, Collogne

I : Oke

P: Banyak sih pameran di Eropa tapi yang terbesar memang di ee di Spoga, Dengan di Frankfurt itu indoor, outdoor di Spoga, Collogne

I : Jadi eeh sampe sekarang peran pemerintah juga belum terlalu ini ya pak ya,

P : Yaaa karena presiden yang baru ini orang mebel yah tentunya sangat menjadi perhatian tapi ada hal yang lebih konkrit yang harus diatasi dulu sekarang itu kan, jadi belum tentu itu ada contoh SVLK, itu sudah ada kebijakan dari menteri perdagangan, yang nantinya akan diberlakukan bulan Januari dengan adanya SVLK itu maka seluruh perusahaan furniture ini yaahh yang punya SVLK itu tidak lebih dari 6%, dari seluruh pengusaha, nah bayangkan saja semua gak bisa import, nah itu prosedur yang tidak

mudah karena itu menggabungkan antara bukan sekedar cek illegal logging ya, dalam hal ini Tapi justru disini ISO management pun masuk, nah itu perusahaan kecil gak bakal mampu, gitu, itu tapi itu sudah dihapus sementara baru pertahanan, belum dihapus ya hanya ditunda pelaksanaannya dan itu keputusan mentrinya itu baru berapa ya dua minggu ini yang masih membawa sedikit angin untuk bisa bernafas,

P : Jadi saya tegaskan sekali lagi ya, pengertian asosiasi itu, asosiasi hanya sekelompok apa semacam wadah untuk pengusaha-pengusaha furniture, jadi mereka gak, asosiasi itu non profit, mungkin mereka bisnis, jadi asindo dan ada lagi namanya AMKRI karena kita hobi candingan jadi asindo punya tandingan namanya AMKRI satu tahun yang lalu, berdiri tapi diusahakan untuk bersatu lagi, hasilnya bagaimana belum tahu, tapi ini asosiasi tidak mengekspor ya,

I: Oh iya pak

P : Kalo masalah praktis furniture itu ya memang tergantung negaranya sih, tapi kalo di Jerman sendiri tuh tergantung modelnya, ada model yang itu gak bisa di knock down, atau itu model kalo yang dibersihkan susah, furniture kalo yang minimalis kan bersihkannya mudah, tapi kalo yang cipendil umpamanya itu karena banyaknya ukiran jadi bersihkannya suuulit banget, biasanya orang Jerman tuh gak suka,

I : Kalo yang sekarang itu modelnya yang laku itu apa ya pak? Maksudnya untuk dari bapak sendiri itu biasanya kayu atau meja atau apa gitu?

P : Ya, kalo ada kursi pasti ada mejanya itu pasti

I : Eee ranjang tidur itu bed itu masih ini pak? Masih jadi permintaan atau?

P : Enggak, enggak mereka sudah berkurang kalo mereka pesen indoor aja, karena umumnya sama perusahaan malres nih udah cocok lah,

I : Ada, bang kalo dengan adanya yang sekarang pak pasar global, industry ekspor dari Cina itu competitor yang sangat kuat atau gimana?

P : Yaa... 6 10 tahun yang lalu itu memang menjadi boomerang, tapi untuk sekarang naga naganya sih akan kembali ke Indonesia karena dari segi kualitas lalu karena umumnya Cina itu mass production, dan mengusahakan harga semurah mungkin, walaupun disana memang ada yang bagus, tapi tastenya itu gak masuk, karena mereka lebih suka

berurusan dengan orang-orang kita dari pada berurusan dengan mereka, ini buyer yang ngomong loh ya,

I : Sementara ini kalo bapak, ekspor ke Jerman itu lewat distributor, lewat buyer atau langsung masukin ke ritel?

P : Langsung buyer,

I : Langsung ya pak ya?

P : iya, yang banyak pake distributor itu Amerika ya, karena orang Amerika itu biasanya bayarnya ditunda berapa bulan, tapi Amerika pada umumnya gitu mereka bisa langsung terimalah kalo yang menengah atau bawah itu mereka ya biasanya masuk langsung, karena yang gede-gede mereka banyak pake distributor, nah kalo pengusaha furniture suruh, sebenarnya gak masuk akal juga, itu butuh modal berapa, abis itu kan ya modalnya pabriknya sendiri, ya tanah dan bangunan dan perawatan, tahapnya sendiri kita harus buat 2 3 bulan paling engga, sudah harus berhenti, nah kalo ini harus hutang lagi lah setahun cash flownya mau berputar berapa kali? Gak kuat dong, ya kadang-kadang profitnya besaran sana,

I : Oh ya pak, negara yang paling banyak jadi competitor itu dimana ya pak,?

P : Vietnam

I : Vietnam?

P : Vietnam, mereka tumbuh dengan pesat ya tapi itu logic karena secara apa Asia Timur itu memang orangnya gila kerja dan nasionalisme mereka itu tinggi, mereka memang berjuang ya, contohnya pertama kali Jepang, disusul Korea, Cina, Vietnam sekarang. Itu memang competitor yang harus diperhitungkan, dan itu akan masuk ke Indonesia tahun depan itu.

Transkrip Wawancara Moodlines

I: Apakah anda pernah memproduksi produk dari kayu pinus, beech dan cemara?
Bagaimana pengalaman anda dengan pemakaian ketiga kayu tersebut?

P :Kalo aku sih ga pernah pake kayu yang ini, gimana dong?

I: Oooh... biasanya pake kayu apa?

P: Aku biasanya pake kayu mahoni, abis itu kayu jati, sama kayu mindi, Cuma itu aja 3, jadi aku ga pernah pake pinus, beech sama cemara

I: Apakah anda dapat memproduksi ranjang tidur, kursi, meja kerja, meja makan dan lemari?

P: Iya, semuanya iya produksi

I: Fokusnya itu lebih ke indoor atau ke outdoor?

P: Aku ke indoor, ke indoor, jadi semua-semua ini aku produksi emang iya

I: Apakah menurut anda harga yang anda berikan kepada konsumen sedang atau mahal?

P: Aku tuh murah ke sedang yang pasti ga mahal, jadi tergantung kalo lokal gitu biasanya sedang, tapi kalo ekspor gitu mereka gak akan mau harga segitu, jadi masuk ke harga ekspor, harus yang murah gitu loh harga partai, jadi aku murah ke sedang sih

I: Ada perbandingan gak dengan perusahaan lain?

P: Perbandingannya sih banyak sih perusahaannya kan banyak jadi kita tuh tahu harga kita mahal apa murah karena kita bandingin sama yang lain dan kualitas kita gimana gitu, jadi kayak yang lain mungkin murah tapi kualitasnya juga kaya gitu, tapi kita dengan harga yang segitu tapi kualitas kita juga tinggi, jadi kita anggap memang udah se.. ya termasuk murah ya, karena mereka dengan

pake bahan yang lain yang lebih rendah tapi jual harganya itu ya segitu gitu loh.

I: Dari mana referensi desain produk yang anda dapatkan, apakah dari internet, permintaan pelanggan atau dari sumber lain?

P: Referensi kita tuh banyak jadi dari kayak kita ada pameran, pameran interior gitu itu juga ada, internet juga ada, majalah juga ada, kalo pelanggan juga ada tapi paling sering dari desain pelanggan ya tapi misalnya nanti datang buyer nanti kita kasih, oh ini loh desain kita yang baru, kadang-kadang mereka ngikut, tapi kalo kadang-kadang mereka mau ngerjain misalkan ngerjain restoran, terus mereka bilang, saya maunya kaya gini, modelnya kaya gini, ukurannya kaya gini, ya kita harus ngikutin maunya mereka, jadi intinya ya 50-50 lah

I: Waktu membeli bahan apakah anda memperhatikan kayu yang anda gunakan? Menggunakan label green environment?

P: Biasanya sih engga, biasanya sih engga, kita gak terlalu fokus ke label itu gitu loh, kita kan fokusnya malah lebih ke kualitas kayu, gak boleh misalnya basah gitu, gitu aja, tapi kalo misalnya yang green gitu kita malah gak pernah

I: Selama ini pernah ada masalah gak sih kak sama itunya sama buyernya? Mereka bermasalah nih, gak ada ini, gak ada logonya

P: Enggak, mereka malah gak mempermasalahkan gitu-gitunya, makanya kita juga gak terlalu perhatiin, aku malah baru tau ada ya? Ada ya, yang merhatiin gitu ya?

I: Ada sih...

I: Apakah anda menjual bentuknya itu udah knock down, udah ready apa gimana?

P: Oooo kalo aku kalo jual harus ready, gak boleh knock down, karena gak ada yang minta knock down, harus ready semua.

I: Kemudian untuk dipasar belanda gitu kak, selama ini ada kesulitan gak atau hambatan gitu?

P: Kesulitan kalo kesulitan dimananya kalo misalnya kaya di kemarin, kalo kita kan komplainnya masalah kualitas, misalnya masalah cat, konstruksi ya kadang kan satu dua pasti adalah yang rusak gitu loh karena masalah di perjalanan, paling gitu tapi kalo misalnya masalah regulasi belanda gitu gak pernah ada,

I: Kalo regulasi indonesianya?

P: Regulasi Indonesianya juga engga, karena kan memang udah tau cara-caranya jadi ya udah engga, kalo di Belanda, gak ada malahan, malah gak ada, kalo Australi iya, itu masalah banyak

I: Kalo pernah ada gak masalah dari desain, jenis bahan, harga, kepraktisan dan atribut hijau sewaktu ekspor ke belanda?

P: Oh kalo dari desain itu masalahnya gak ada, kalo jenis bahan gitu mungkin ada, karena kalo kaya kayu mahoni gitu gampang berbubuk, kalo kayu jati kan engga, tapi harganya kalo kayu jati kan terlalu mahal gitu, jadi kalo dari jenis bahan ya iya karena kalo eksportir kan maunya barang yang kita hasilkan kan perfek banget sementara kita gak bisa dengan harga dia gitu, paling kalo itu itu sama harga ya, kalo kepraktisan sama atribut hijau gak ada

I: Apakah anda bergabung dengan asosiasi pengeskor furniture Indonesia ke belanda?

P: Engga, engga, kalo itu engga, karena kita kan kemana-mana, jadi gak ada gitu gabung-gabung khusus ke Belanda

I: Ada dukungan dari pemerintah gak sih kak untuk ekspor itu?

P: Selama ini sih kalo yang aku rasain sih gak ada, kalo mbantu atau apa ya kalo pemerintah, apa emang aku gak nyari gitu loh, tapi setau aku sih gak ada, sampe sekarang sih gak ada gitu loh, malah adalah aturan-aturan yang kita

mesti ngikutin mereka gitu yang ngerasanya kadang-kadang agak repot gitu, kalo bantuan sih gak ada, kalo masalah sih ada

I: Kalo competitor banyak gak dari Indonesia atau dari luar gitu yang paling berat dari mana?

P: Kalo competitor itu dari Indonesia banyak, karena kan jadi kalo competitor dari Indonesia itu banyak banget, kalo sekarang itu competitor banyak dari Cina, karena Cina itu bisa ngasilin yang murah tapi apa yah kualitasnya bagus gitu, kalo Indonesia masih harganya diatas Cina sedikit kualitasnya mungkin dibawah Cina malah jadinya competitor kita tuh dari luar, bukan dari dalam, dari dalam banyak, dari luar lebih banyak lagi

I: Kalo Vietnam?

P: Vietnam he em, Cina, Vietnam itu banyak banget orang ke situ, dulu kan ke Indonesia, sejak ada Cina juga mulai produksi masa kaya furniture mass production gitu jadi udah mulai ke Cina orang sama Vietnam

I: Oh jadi kakak lebih ke mass production gitu ya jadi gak, maksudnya pesenan langsung satu satu gitu

P: Jadi kan kalo sebenarnya kan aku semuanya, jadi kan kalo kaya ekspor gitu kita minimal 12, jadi kalo ngerjain satu model itu 12, paling gitu sih, kalo misalnya Cina kan bisa ngerjain 100, dengan waktu cepat, harga murah, bahan udah udah udah standar gitu loh, kualitas juga udah standar juga mungkin dengan mesinnya kali ya, di mesin ya tenaga kerja juga murah

Transkrip Wawancara Pengusaha Kerajinan

I : Yang pertama boleh minta tolong diceritakan tentang profil perusahaan?

P : Kita berdiri tahun 2003, dan memang orientasi pasar kita khusus untuk kerajinan dan lebih banyak ke pasar ekspor, pasar ekspor dan lebih banyaknya ke Eropa, Amerika, Timur Tengah dan Rusia. Dan produk kita diantaranya *handicraft* untuk aksesoris interior produknya lampu, vas dan aksesoris lainnya

I : Menurut pendapat Bapak, kalo misalnya ekspor ke Eropa itu lebih mudah lewat satu negara terus nanti dia menyebar sendiri atau lebih mudah ke negara-negara gitu pak?

P : Selama ini kita langsung ke negara tujuan, jadi tidak ada re-ekspor lagi, kecuali memang ada perjanjian dengan pihak ketiga, dan ada *agreement* dengan Indonesia, tapi selama ini kita belum pernah mendapatkan itu, eee pernah sekali untuk negara, kebetulan pasar saat itu selama ini kita ga ada masalah tapi dia reekspor lagi, itu Singapur ke Zibaubi, Afrika, kalau untuk Eropa, kemudian Amerika, untuk Asia ga ada masalah

I : Menurut Bapak apakah ada peluang ekspor dari Indonesia untuk ke Jerman?

P : Cukup besar, karena memang usaha ini ee krisis 2008, memang sih saat itu pasar Jerman kita hilang, tapi ee lambat laun memang ada beberapa *customer-customer* yang kecil yang memang masih ada peluang untuk kita mengeksport barang-barang yang kita produksi ke pasar Jerman, terutama memang untuk produk kita yang lampu-lampu itu cukup bagus, saat 2008 itu kita pernah mengeksport sampai 3 kontainer selama setahun, setelah itu hilang, kecuali yang kecil-kecil, kecil-kecil juga banyaknya gabungan

I : Kalo di Jerman itu pasarnya bapak langsung dibeli *buyer* atau ada distributornya lagi atau gimana?

P : Langsung dibeli *buyer*, jadi mereka itu *reseller* yang mereka memang punya *store-store* kecil, terakhir di kota Hamburg sama di Frankfurt, terakhir kita

pameran 2008 itu di Frankfurt itu cukup cukup bagus permintaan negara tersebut, jadi memang cukup terbuka peluang kita

I : Menurut bapak bagaimana tentang pengusaha-pengusaha yang mengekspor, pengusaha Indonesia yang mengekspor produknya ke Jerman?

P : Sementara sih tidak ada kendala, Cuma memang kendala utama itu di regulasi negara kita, regulasi negara kita yang memang tidak siap menerima regulasi negara tujuan, jadi pertama seperti pada *finishing*, ada yang kadar toksiknya yang terlalu tinggi sementara di pihak kita itu peralatan pengujiannya belum siap, jadi kita harus pengujian melalui negara ketiga seperti Hongkong, dan itu efeknya cukup ke *overcost*, nah itu kendala di kita, itu regulasi negara Eropa khususnya sudah ada aturan bahan-bahan *finishing* itu harus tidak harus tidak mengandung toksik, beracun, sementara kalo untuk produk yang ada di Indonesia khususnya bahan *finishing* masih sangat kecil, produk-produk yang nontoksik jadi harus kita lakukan pengujian dulu khususnya di Hongkong, baru kita dapat hasilnya, kandungannya ada atau tidak, nah itu yang untuk bahan *finishing*, untuk bahan *precal* sama juga kendala kita negara kita belum ada pengujian dari komponen-komponen yang mengandung racun akhirnya kita ekspor dari material dari Cina yang sudah ada sertifikat SGS, kemudian sudah punya sertifikat UR, dan yang lainnya

I : Kalau peran pemerintah untuk bantuannya itu ada atau tidak?

P : Pemerintah memfasilitasi untuk ekshibisi, pameran kalau untuk regulasi memang sedikit lambat, jadi ada aturan yang akhirnya UKM dulu yang mengajukan keluhan baru ada tindakan jadi mungkin kita berharap sih pemerintah itu membantu kita dan menginformasikan ke UKM yang ada di Indonesia, bahwa negara A tidak boleh mengandung seperti ini, jadi kita tidak berusaha sendiri seperti sekarang kan kita ada permintaan, kita mengolah sendiri baru kita mengajukan ke pemerintah gitu.

I : Kalo untuk hambatannya itu selain tadi finishing apa lagi?

P : Regulasi ya, yang kedua juga mungkin keadaan bahan baku ya, bahan baku yang ada di Indonesia memang *high cost* nya cukup di transportasi, jadi kalo kita di Jogja, bahan bakunya itu kan bahannya dari luar Jawa, untuk kayu itu dari Kalimantan, untuk rotan dari Kalimantan efek dari luar daerah itu jadi kendala di bahan bakarnya naik otomatis harga juga ikut juga terdongkrak naik, akhirnya sedikit mungkin harga kita kurang kompetitif karena sekedar transportasi yang cukup tinggi

I : Saya mau nanya lagi pak, kalau misalnya untuk kayu itu ada negara Eropa atau bapak sendiri itu ada sertifikat illegal logging nya ga?

P : Ya, SVLK saat ini memang kita ada fasilitasi dari pemerintah untuk bisa secara illegal, kita perusahaan kita sudah apa mempunyai sertifikat dan nantinya supplier-supplier kita juga berusaha mencari kayu yang memang kayu yang resmi, kayu yang sifatnya itu terdata dan secara administrasi sudah lebih ditertibkan jadi kita baru saja mendapatkan sertifikat SVLK

I : Kalo untuk jenis kayu sendiri itu ada permintaan gak sih pak dari Jerman?

P : Dari Jerman? Dari Jerman sih memang kebanyakan mereka minta yang solid jadi tidak menunjuk satu spesifikasi yang misalnya jati, misalnya mahoni, itu tidak jadi unsur utama itu kayunya solid, yang kedua juga kayunya kering, dan secara struktur kayu itu gak pecah ya, seperti itu

I : Terus saya mau nanya pak, untuk kompetitor kalo dari handicraft sendiri itu dari luar kompetitor yang paling berat dari Indonesia atau dari luar?

P : Kalau kompetitor, sebenarnya kita sudah mulai membaca Vietnam, karena Vietnam itu secara spesifik dari tanah, spesifik dari bahan baku itu hampir sama dengan Indonesia, jadi nantinya khusus handicraft memang kita harus, harus harus sedikit berinovasi karena secara secara bahan baku Vietnam masih masih cukup banyak, jadi Indonesia sendiri jati sudah mulai habis sementara Vietnam juga ada jenis kayu yang memang seratnya mirip jati jadi itu yang jadi ee secara pengolahan Vietnam itu kan belum mengolah secara besar-besaran seperti

Indonesia, kalau Indonesia kan sudah berpuluh-puluh tahun kayu itu diekspor habis-habisan jadi kompetitor kita memang untuk handicraft Vietnam, untuk desain dari Filipina, untuk di harga Thailand. Kalo untuk Cina, handicraft, masih kita masih cukup unggul di hand made nya tapi kalau untuk yang di full mesin kita kalah.

I : Kemudian bagaimana regulasinya untuk ekspor dari Indonesia ke Jerman?

P: Regulasi seperti tadi saya ceritakan, untuk sertifikat, memang ekspor kita selama ini tidak ada masalah tapi usulan tadi minimal tadi ada satu masukan, setiap negara itu Indonesia sudah eee pemerintah Indonesia sudah siap untuk menginformasikan ke UKM bahwa seperti ke Jerman tadi untuk apa sertifikat toksik ya jadi juga harus ini, kalo PLK memang harus kalau sudah mandatory di Jerman juga sudah menerapkan PLK yang kita buat, kalau secara regulasi lainnya tidak ada masalah sudah di resepsikan oleh Indonesia negara kita bahwa pom pom yang akan diterima di negara tujuan apa saja, tetapi ada regulasi tambahan yang itu memang harus sebisa mungkin pemerintah menginformasikan dan membantu UKM, itu kan dari PLK ya kalau dari handicraft karena kita bermain dengan elektrikal jadi memang saya sudah pernah mencoba menghubungi lembaga pengecekan dan apa itu sosialitas yang memang itu lembaga yang di Indonesia itu sudah cukup cukup peralatannya lengkap ternyata memang juga belum bisa, belum bisa jadi kita elektrikal banyak di support dari Cina, jadi dari segi kabel, kabel itu juga sudah non toksik, terus dia sertifikatnya mereka juga sudah diakui negara di Eropa dan juga Amerika sedangkan di kita sendiri sertifikat kita tuh masih belum ada pengakuan kendalanya kebanyakan seperti itu kalau di finishing ya itu tadi, kalo di batu ini ada regulasi yang terbaru batu. Jadi kebetulan saya bermain dengan produk kayu, bermain dengan produk rotan dan bermain dengan produk batu, jadi tiga tiga material ini semua mempunyai regulasi, nah yang terbaru batu. Nah batu itu ada regulasi yang terbaru dari kementerian ESDM, nah sementara kan kalo kerajinan batu-batu yang kita olah itu kan batu-batu limbah, batu-batu limbah tapi kemudian karena regulasinya itu mencakup unsur mineral jadi gak kelihatan apakah itu limbah atau apa jadi mereka pukul rata, nah

sementara kalau batu-batu yang kita ambil itu kan dari eemmm apa itu namanya eemm penambang-penambang yang liar, yang mereka olah, nah syarat dari kementerian ESDM sudah mengekspor batu harus sudah ada PP, izin tambang, sementara kita kan gak punya izin tambang kan kita mengolah limbah ya seperti itu yang terbaru yang akhirnya saya dulu dari rotan rotan kena, saya harus merubah regulasi dengan menambah etpik, etpik itu adalah ekspor pendaftar industri kayu, jadi etpik itu sekarang kita sudah etpik, untuk industry rotan dan insdustri kayu, nah saya sudah itu dapet, keluar SVLK, SVLK belum selesai keluar regulasi baru, nah ini sementara kan regulasi-regulasi ini yang tidak diantisipasi oleh pemerintah, jadi kita kan temen-temen UKM itu tahunya setelah barang mau dikirim, akhirnya terhambat di pelabuhan nah sekarang regulasi itu bagi pemerintah sudah masuk ke bidang-bidang lain, bea cukai kan saklek kan, akhirnya gak bisa kirim jadi seperti itu, yang batu sekarang jadi batu itu belum ada solusi kita, regulasinya, kalo tadi rotan sudah, kayu sudah tinggal batu.

I : Jadi hambatannya itu saja ya pak?

P : Sebenarnya pembuatan SVLK itu mahal ya, harganya antara 25-30 juta, untuk UKM angka segitu kan berat ya, nah sementara ini ada SVLK gabungan, katanya sih bisa, jadi kita mau coba SVLK gabungan, semoga aja bisa tembus, soalnya pengusaha furniture setahu saya di Jogja ini hanya 10 yang punya SVLK.