

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada abad ke 19, industri karet dunia mulai berkembang. Motivasi utama datang dari pembaruan teknologi. Pada abad 19 dan 20, perubahan penting terjadi pada industri karet. Karet liar dari perkebunan di Brazil dan Afrika digantikan oleh karet dari Asia. Perubahan metode produksi karet alam dan lokasi geografis telah menyebabkan peningkatan produktivitas yang signifikan. Peningkatan dramatis karet alam telah terbantu tidak hanya dengan memperluas penggunaan teknologi produksi modern, tetapi terutama melalui penelitian berkelanjutan tentang pemeliharaan pembibitan dan pohon yang didedikasikan untuk produksi karet (Kementerian Perindustrian 2018)

Indonesia merupakan negara dengan perkebunan karet yang sangat luas, meskipun baru diperkenalkan pada tahun 1864 baru sekitar 150 tahun sejak awal pengembangannya, pada tahun 2005 luas perkebunan karet di Indonesia mencapai 3,2 juta hektar. Wilayah utara Indonesia, seperti Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Riau, Jambi, dan Kalimantan Barat. Perkebunan karet Indonesia 85% dimiliki oleh rakyat, 7% oleh negara dan 8% oleh perkebunan swasta besar (Kementerian Perindustrian 2018).

Prospek pertumbuhan industri karet menyebabkan banyak konversi perkebunan komersial seperti kakao, kopi dan teh menjadi perkebunan karet setiap tahun. Pergeseran ini memperluas areal perkebunan karet Indonesia menjadi 3,65 juta hektar pada tahun 2015. Karena konsumsi karet dalam negeri yang rendah, hingga 85% produksi karet Indonesia diekspor ke luar negeri, meskipun seperti alas kaki, sarung tangan karet, benang karet, dan ban. Nilai ekspor komoditas karet memberikan input yang cukup besar bagi devisa negara sehingga komoditas ini penting bagi Indonesia (Indonesia-investmen.com)

Namun dengan capaian di atas, dibandingkan dengan potensi areal perkebunan karet yang dimiliki Indonesia maupun negara lain yang ukurannya tidak sama dengan industri karet, produksi karet Indonesia masih jauh dibawah ekspektasi. Produksi karet Indonesia per hektar hanya 1.080 kg, sedangkan produksi

karet Thailand per hektar 1.800 kg. Bahkan Vietnam dan Malaysia memiliki produktivitas yang lebih tinggi, masing-masing 1.720 kg / ha dan 1.510 kg / ha.

Thailand, Malaysia dan Indonesia merupakan tiga produsen karet terbesar dunia, yang mampu memenuhi lebih dari 70% permintaan karet dunia. Untuk petani kecil atau petani kecil di Indonesia, Malaysia dan Thailand, sebagian besar produsen karet meminta ketiga negara tersebut untuk mempertimbangkan strategi lebih lanjut agar nilai penjualan karet tidak turun. Kerja sama komoditas bukanlah hal baru, hal ini sudah sangat lazim dalam hubungan internasional. Kerjasama komoditas pada dasarnya untuk mempererat hubungan antara produsen dan produsen atau antara produsen dan konsumen. Apabila mereka membudidayakan, menjual dan memberikan atau menerima bantuan teknis secara bersama-sama, maka kerjasama tersebut akan sangat bermanfaat, yang kesemuanya untuk memajukan petani. Standar kehidupan.

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Karet

| Negara       | Produksi<br>(dalam ton) |
|--------------|-------------------------|
| 1. Thailand  | 4,070,000               |
| 2. Indonesia | 3,200,000               |
| 3. Malaysia  | 1,043,000               |
| 4. Vietnam   | 1,043,000               |
| 5. India     | 849,000                 |

Sumber :ANRPC

Sebagai produsen karet terbesar kedua di dunia, pasokan karet Indonesia sangat penting bagi pasar global. Sejak tahun 1980-an, Output industri karet Indonesia terus berkembang. Sebagian besar produksi karet negara (sekitar 80%) diproduksi oleh petani kecil. Oleh karena itu, peran pemerintah dan perkebunan swasta dalam industri karet dalam negeri masih kecil.

Industri karet merupakan salah satu industri prioritas, karena potensi lahan yang sangat besar akan mendukung pemenuhan kebutuhan bahan baku industri hasil karet dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 tentang Perindustrian tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomor 14 tentang RIPIN 2015

2035 tahun 2015 (Sumber: Kementerian Perindustrian, 2015). Pada awal 2016, pemerintah meluncurkan pembahasan dan langsung mengeluarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) tentang regulasi penyerapan karet alam. Sebelumnya regulasi dirumuskan dalam bentuk instruksi dari Presiden, namun diperlukan tindakan cepat agar karet alam lebih banyak terserap industri dan pasar dalam negeri. Oleh karena itu produk regulasi yang akan dikeluarkan dapat berupa keputusan antara kementerian dan komisi terkait. Bisa dalam bentuk peraturan menteri.

Produksi karet Indonesia cukup tinggi dan layak diperhitungkan dalam pasar dunia. Dari tahun ke tahun, produksi karet Indonesia semakin meningkat, hingga saat ini Indonesia merupakan penghasil karet kedua terbesar setelah Thailand. Potensi karet Alam Indonesia forces untuk dikembangkan. Karet alam dapat diolah menjadi barang / produk untuk menunjang kegiatan masyarakat. Konsumsi karet dunia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari IRSG (2019), konsumsi karet pada tahun 2016 sebanyak 12,6 juta ton meningkat pada tahun 2017 menjadi 13,5 juta ton. Peningkatan konsumsi karet tersebut antara lain disebabkan oleh semakin berkembangnya industri otomotif di berbagai negara terutama China.

PT Fitrian Jaya Lestari memiliki pengalaman di bidang industri produk karet sejak berdiri pada tahun 1998. Produk karet yang diproduksi oleh PT. Fitria Jaya Lestari, meliputi:

- 1) Produk untuk sektor transportasi (Karet tromol, Put step Motor, Cap lock nuts, Packing Fuel filler dll.)
- 2) Produk untuk sektor elektronik (Cape Tube, Motor mounting, Gromet, wirebush, rubber sheet, dll.)
- 3) Produk untuk sektor furniture (Karet kaki meja, karet kaki kursi, karet kaki oval, dll)
- 4) Alat Peraga Kesehatan (Jantung, Hati, Karet Kaki Kubus, Sumbat Tutup Tabung Reaksi dll)

(Sumber : Bagian Produksi)

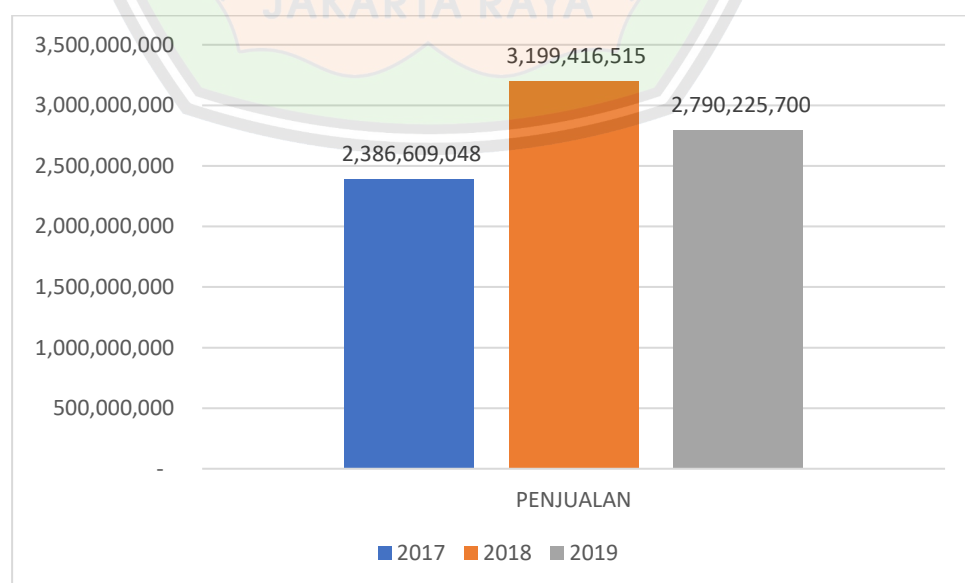
Pelaksanaan diversifikasi produk dibidang produk karet dibutuhkan karena berpengaruh pada peningkatan jumlah konsumen dan penjualan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konsumen telah puas terhadap keanekaragaman produk yang ditawarkan, dengan adanya pilihan produk dan fungsi dalam setiap industri dapat

mengakibatkan meningkatnya penjualan dan profit perusahaan.

Kita dapat melihat bahwa pemasaran saat ini lebih memperhatikan penjualan dan hubungan antara perusahaan dengan konsumen, yang dapat menciptakan keuntungan bagi perusahaan, dan kelangsungan bisnis perusahaan dapat terus berkembang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi diversifikasi merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan bisnis suatu perusahaan, yang tentunya memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Diversifikasi produk adalah untuk mendiversifikasi risiko, yaitu kemungkinan kerugian produk tertentu dapat dikompensasikan, dan juga dapat dikonversi dari keuntungan yang lebih besar yang diperoleh dari produk lain. Secara garis besar perumusan strategi diversifikasi produk memiliki berbagai tujuan, antara lain: 1) Ketika pasar produk yang ada mencapai kematangan dalam product life cycle (PLC) maka akan meningkatkan pertumbuhan. 2) Stabilitas dicapai dengan mendiversifikasi risiko fluktuasi keuntungan.

Perkembangan perusahaan terutama diukur dari nilai penjualan produk. Seperti kita ketahui bersama, selain biaya, besar kecilnya nilai jual juga sangat mempengaruhi profitabilitas perusahaan, oleh karena itu tidak heran jika perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai jual produknya. Adapun yang terjadi pada PT. Fitria Jaya Lestari, penulis memperoleh data nilai penjualan untuk tiga periode (2017-2019), seperti terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan PT Fitria Jaya Lestari

Grafik pada Gambar 1.1 menunjukkan penurunan nilai penjualan PT Fitria Jaya Lestari dari tahun 2017 hingga 2019. Nilai penjualan dari tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan sebesar Rp812.807.467 sedangkan nilai penjualan dari tahun 2018-2019 mengalami penurunan (Rp409.190.815). Hal ini disebabkan penurunan penjualan produk. Masalah pemasaran PT Fitria Jaya Lestari tidak hanya terkait dengan penurunan nilai penjualan, tetapi juga kemampuan departemen pemasaran untuk mencapai target penjualan tahunan yang ditetapkan dalam RKAP. Tentunya hal ini tidak hanya karena risiko nonkomersial (seperti kenaikan harga bahan baku, faktor seperti kenaikan nilai tukar dolar, kebijakan pemerintah, dll), tetapi juga terkait dengan produktivitas sumber daya manusia dan strategi pemasaran bagian pemasaran. Pemasar memanfaatkannya untuk menjual PT Produk Fitria Jaya Lestari.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, judul tesis yang akan disusun berkaitan dengan Ketahanan perusahaan dalam bisnis karet adalah **“Diversifikasi produk karet sebagai strategi ketahanan bisnis pada PT Fitria Jaya Lestari”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Diversifikasi produk dengan melihat dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi produk sisi pada perusahaan Karet PT Fitria Jaya Lestari. Fenomena yang terjadi pada perusahaan Karet PT Fitria Jaya Lestari yaitu :

1. Banyaknya kebutuhan produk karet dan belum banyaknya jenis produk Karet PT Fitria Jaya Lestari.
2. Ketidakstabilan produk dalam pasar menuntut perusahaan harus melakukan diversifikasi produk.
3. Volume penjualan produk belum mencapai target perusahaan.
4. Persaingan industry produk karet yang semakin ketat.

### 1.3 Rumusan Masalah

Dalam tesis ini penulis mengemukakan beberapa rumusan masalah dengan fokus pada permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana strategi Diversifikasi produk terhadap ketahanan perusahaan Karet PT Fitria Jaya Lestari.?
- 2) Bagaimana strategi menjaga kestabilan produk dalam pasar karet PT Fitria Jaya Lestari.?
- 3) Bagaimana strategi produk karet PT. Fitria Jaya Lestari yang dapat dijual dan dipertahankan dalam penjualan.?
- 4) Bagaimana strategi PT. Fitria Jaya Lestari dalam memenangkan persaingan.?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui strategi Diversifikasi produk terhadap ketahanan perusahaan Karet PT Fitria Jaya Lestari.
- 2) Untuk mengetahui strategi menjaga kestabilan produk dalam pasar karet.
- 3) Untuk mengetahui produk karet PT. Fitria Jaya Lestari yang dapat dijual dan dipertahankan dalam penjualan.
- 4) Untuk mengetahui strategi PT. Fitria Jaya Lestari dalam memenangkan persaingan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai strategi diversifikasi perusahaan dalam menghadapi persaingan, yang dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih dalam, serta memberikan acuan bagi pengembangan pengetahuan strategi manajemen.

#### 2. Bagi Organisasi

Ide atau pendapat dapat diberikan kepada pimpinan di bidang strategi manajemen dalam bentuk saran dan pertimbangan, yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai faktor pertimbangan bagi pengusaha

untuk mereview kebijakan perusahaan.

## **1.6 Batasan Masalah**

Mengingat latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka melibatkan berbagai macam dan menghadapi banyak masalah. Penulis membatasi ruang lingkup artikel ini. Oleh karena itu, hanya dengan mempelajari variabel-variabel strategi diversifikasi produk karet.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan permasalahan, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi penjelasan mengenai literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya yang didalamnya memuat landasan teori dan penelitian terdahulu.

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

Berisi penjelasan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, serta metode analisa data.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berisi penjelasan mengenai profil organisasi, hasil analisis data, serta pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisi penjelasan mengenai kesimpulan serta saran.