

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini globalisasi di dunia terus melakukan inovasi di berbagai aspek seperti teknologi, ekonomi, sosial budaya, ilmu pengetahuan, hukum dan sebagainya. Munculnya globalisasi dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi politik di setiap negara berkembang, dikarenakan harus bisa bersaing terhadap negara maju akibat ekonomi mereka yang lebih unggul dan maju. Dalam teori ekonomi, globalisasi diartikan sebagai integrasi ekonomi besar-besaran yang bergerak dari ekonomi tradisional menjadi modern (Suprijanto, 2011). Globalisasi berperan penting untuk memotori Ekonomi Politik Internasional. Ekonomi Politik dapat digunakan sebagai cara untuk mengatur pemerintahan dan perekonomian sebuah negara dengan baik (Fanesa, 2016). Oleh karena itu ekonomi politik internasional dianggap penting dalam pembahasan hubungan internasional karena peristiwa ekonomi politik dalam suatu wilayah dapat berpengaruh dengan keadaan ekonomi politik di wilayah lain.

Pada sektor ekonomi, pendorong utama globalisasi adalah meningkatnya arus informasi, uang dan barang melalui perusahaan Multinasional atau *multinational corporation* (MNC) (Suprijanto, 2011). Perusahaan skala internasional yang biasa disebut sebagai MNC ini merupakan aktor utama dalam bisnis internasional. MNC lah yang menjadi pemain utama dalam kegiatan ekspor, impor, transaksi internasional dan pola operasi internasional lain seperti

usaha patungan, penanaman modal asing (*Foreign Direct Investment*) dan sistem lisensi. Bukti dari adanya perkembangan dalam bidang ekonomi di masa era globalisasi adalah Pasar Bebas. Salah satu dampak globalisasi di sektor ekonomi yang paling menonjol bisa dilihat dari semakin bebasnya pasar internasional. Dalam kehidupan sehari-hari kegiatan Pasar Bebas ini dapat kita rasakan, seperti pemakaian baju ataupun alat elektronik yang bertuliskan “made in China”. Dengan bukti tersebut, secara ringkas Pasar Bebas dimaknai sebagai kegiatan ekonomi dimana barang-barang dapat diperjualbelikan ke banyak negara (Jones, 1999). Pasar internasional ini lalu dimanfaatkan oleh MNC untuk memperluas pasarnya dan mencari pangsa pasar yang lebih luas.

Untuk memperluas pasar dan mencari pangsa pasar yang lebih luas, perusahaan harus berekspansi. Ekspansi adalah aktivitas memperbesar atau memperluas usaha yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan fasilitas, perekrutan pegawai, dan lain sebagainya. Dalam bidang ekonomi ekspansi diartikan sebagai usaha peningkatan aktivitas ekonomi dan pertumbuhan dunia usaha. MNC bisa melakukan ekspansi dengan banyak cara, yaitu *Exporting*, *Licensing*, *Franchising*, *Outsourcing*, *Expanding Through Joint Venture*, *Wholly Owned Subsidiaries*, dan *Strategic Alliances* yang terdapat pada *Market Entry Strategy* (Hady, 2019).

Salah satu MNC yang berhasil melakukan ekspansi adalah MINISO. MINISO adalah label desain Jepang yang mulai berkembang di pasar Tiongkok pada September 2013. MINISO dijalankan oleh MINISO Industries CP., Ltd.. MINISO aktif dalam mengeksplor pasar internasional dan telah menjangkau lebih dari 80 negara. Dalam kurun waktu 5 tahun MINISO telah membuka 3500 toko

yang tersebar di berbagai negara seperti Amerika, Kanada, Russia, Singapura, Arab Saudi, Korea, Malaysia, Hong Kong dan Macau. Produk-produk yang ditawarkan MINISO sangat bervariasi mulai dari *daily life products, kitchen, health and beauty, digital, toilet, food and beverages*. 80% desain MINISO berasal dari Jepang, Korea, Swedia, Denmark, China, Malaysia, dll (MINISO, 2018).

Awal mula MINISO berekspansi di Indonesia adalah saat pendiri MINISO datang ke Indonesia untuk berlibur, pendiri MINISO melihat bahwa penduduk di Indonesia sangat banyak dan perkembangan ekonominya pesat. Ia menganggap penduduk di Indonesia kurang lebih sama dengan China. Dengan keyakinan tersebut, MINISO mulai merencanakan ekspansi dengan membuka toko di Indonesia. MINISO melakukan riset terlebih dahulu mengenai karakter pasar atau konsumen di Indonesia sebelum membuka toko-tokonya. Hal tersebut diungkapkan oleh Yoko selaku *Investment and Training Manager* Miniso di acara *International Franchise, Lisence and Business Concept Expo and Conferense (IFRA) 2018* di Jakarta Convention Center (kompas.com, 2018).

MINISO memulai ekspansinya dengan membuka tiga toko pertamanya di ibu kota Jakarta pada Februari 2017. MINISO hadir di Indonesia disaat kondisi industri ritel mengalami penurunan yang menyebabkan beberapa penutupan cabang atau toko ritel modern. Munculnya fenomena belanja online di masyarakat membuat penjualan industri ritel mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir yakni dari tahun 2013 sampai 2017. Berdasarkan laporan keuangan emiten yang telah dipublikasikan dan diolah oleh Katadata, 10 emiten sektor ritel di Indonesia pada 2017 pertumbuhan penjualannya mengalami perlambatan dibanding 2013. Penurunan pertumbuhan penjualan terdalam dicatat PT Electronic City Indonesia

Tbk (ECII), yakni mencapai lebih dari 3.100 basis poin (bps) menjadi hanya 9,55% pada 2017 dari 40,69% pada 2013. Sementara PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) mengalami penurunan pertumbuhan penjualan terendah, yakni hanya 53 bps menjadi 20,31% dari 20,85% pada 2013. Bahkan tiga emiten ritel seperti PT Ramayana Lestari Tbk (RALS), PT Hero Supermarket Tbk dan PT Matahari Putra Prima Tbk (LPPF) penjualannya mengalami penurunan penjualan pada tahun lalu dari tahun sebelumnya. Total penjualan 10 emiten ritel di bawah ini pada 2017 hanya tumbuh 6,41% dari tahun sebelumnya, padahal pada 2013 mampu mencatat pertumbuhan lebih dari 21% dari tahun sebelumnya. (databoks, 2018).

Dalam konteks global, potensi pasar ritel di Indonesia tergolong cukup besar. Industri ritel mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat di Indonesia. Industri ritel menempatkan diri sebagai industri kedua tertinggi dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia setelah industri pertanian. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak orang menggantungkan hidupnya pada industri ritel (Siallagan, 2016). Dari skala global, ritel di Indonesia juga mendapatkan perhatian khusus. Menurut AT Kearney (2016) pada “The 2016 Global ritel Development Index” dikatakan bahwa ritel di Indonesia menempati peringkat 5 dari 30 negara-negara berkembang yang disurvei. Tiongkok, India, Malaysia dan Kazakhstan menempati posisi 1-4 (Pulungan, 2017).

Di tengah lesunya industri ritel di Indonesia justru MINISO berhasil memecah rekor penjualan tertinggi pada pembukaan toko pertamanya. Bukan tanpa sebab, hal ini dipicu karena sifat masyarakat di Indonesia yang konsumtif dan produk yang ditawarkan oleh MINISO pun relatif terjangkau dengan kualitas

yang baik. Hal itu pula yang membuat MINISO menjadikan Indonesia sebagai negara yang menjanjikan untuk dijadikan sebagai pangsa pasarnya. Di tahun pertamanya MINISO berhasil membuka 88 gerai di seluruh Indonesia dan menargetkan 100 gerai lagi ditahun 2018 (Bachdar, 2018).

Tutupnya beberapa cabang atau toko ritel modern di Indonesia akibat penurunan industri ritel berdampak kepada tenaga kerja yang ada. Dengan ditutupnya toko-toko ritel maka pegawai yang bekerja di toko tersebut pun menjadi menganggur. Pengangguran juga berdampak pada kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi harus tumbuh dan berkembang lebih cepat dari pertambahan jumlah orang yang mencari pekerja. Menurut Kusumosuwidho (1981), keadaan ini sangat diperlukan untuk menurunkan tingkat pengangguran terbuka (*open employment*). Jumlah angkatan kerja pada Februari 2018 sebanyak 133,94 juta orang, naik 2,39 juta orang dibanding Februari 2017. Sejalan dengan hal tersebut Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 69,20 persen, meningkat 0,18 persen poin. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase penduduk yang bekerja terutama pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,68 persen poin), Jasa Lainnya (0,40 persen poin), dan Industri Pengolahan (0,39 persen poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan adalah Pertanian (1,41 persen poin), Konstruksi (0,20 persen poin), dan Jasa Pendidikan (0,16 persen poin) (Badan Pusat Statistik, 2018).

Dengan adanya investasi dari MNC dapat mendukung perekonomian negara penerima perusahaan (*host country*) serta penyerapan tenaga kerja dan pembukaan lapangan kerja. Hal tersebut relevan dengan keberadaan MINISO di Indonesia, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berusaha

menjelaskan ekspansi MINISO dan pengaruhnya terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia, lanjut melalui sebuah penelitian yang berjudul :

“Dampak Perluasan Pasar MINISO Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perluasan pasar Miniso di Indonesia?
2. Bagaimana kondisi tenaga kerja di Indonesia?
3. Bagaimana korelasi perluasan pasar Miniso terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia?

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penulis akan membatasi masalah agar terfokuskan pada satu permasalahan yakni, Dampak Perluasan Pasar MINISO Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia.

1.2.2 Rumusan Masalah

Agar mempermudah dalam menganalisa permasalahan berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka dirumuskan suatu masalah yaitu:

“Bagaimana Korelasi Perluasan Pasar MINISO Dengan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia”

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dibawah ini merupakan merupakan tujuan dan kegunaan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perluasan pasar MINISO di Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana kondisi tenaga kerja di Indonesia.
3. Untuk mengetahui korelasi perluasan pasar Miniso terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam keilmuan, khususnya dalam disiplin ilmu Hubungan Internasional dan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana keberhasilan ekspansi bisnis dapat berdampak pada penyerapan tenaga kerja dan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dalam hal bisnis internasional, ekspansi bisnis *multinational corporation* (MNC) serta penyerapan tenaga kerja untuk menunjang kemajuan perusahaannya.