

**STRATEGI PT PENATARAN ANGKATAN LAUT
INDONESIA (PERSERO) DALAM EKSPOR KAPAL PERANG
JENIS *STRATEGIC SEALIFT VESSEL* KE FILIPINA PADA
TAHUN 2017**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S.Sos.) dalam Bidang Hubungan Internasional



Oleh :
Muarrifah
NIM I02217015

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
JULI 2022**

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muarrifah

NIM : 102217015

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul : **“Strategi PT PAL Indonesia (Persero) dalam ekspor kapal perang *Strategic Sealift Vessel* ke Filipina Pada Tahun 2017”**

Menyatakan dengan sesungguhnya Bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 12 Juni 2022

Yang menyatakan



Muarrifah

NIM. 102217015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang di tulis oleh:

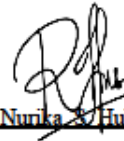
Nama : Muarrifah

NIM : I02217015

Program Studi : Hubungan Internasional

Yang berjudul "*Strategi PT PAL Indonesia (Persero) dalam Mengekspor Kapal Perang SSV ke Filipina*". Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana sosial di Bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 12 April 2022
Pembimbing



Rizki Rahmadani Nurika / Hub. Int. M.A.

NIP. 199003252018012001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Murnihs dengan judul: "STRATEGI PT PENATARAN ANGKATAN LAUT INDONESIA (PERSERO) DALAM EKSPOR KAPAL PERANG SSV KE FILIPINA PADA TAHUN 2017" telah diperlihatkan dan dinyatakan lulus di depan tim penguji Skripsi pada tanggal 7 Juli 2022.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Rizki Rahmadini Setiawan, S.Hub.Int., MA.
NIP 199003252018012001

Penguji II



M. Oshidil Ainal Arif, S.I.P., MA., CTO&R.
NIP 198408232015031002

Penguji III



Rizka Amaliah, S.I.P., MBA.
NIP 201409001

Penguji IV



Nur Luthfi Hidayatullah, S.I.P., M.Hub.Int.
NIP 1991104092020121012

Surabaya 12 Juli 2022

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Departemen Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dehan



Dr. Abdul Chalikh, M.A.
NIP 197306272008031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8415300

E-Mail: perpus@uin-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muarrifah
NIM : 102217015
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Hubungan Internasional
Email : muarrifah20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak bebas Royalti Non-Eksekutif atas skripsi dengan judul : **STRATEGI PT PAL INDONESIA (PERSERO) DALAM EKSPOR KAPAL PERANG JENIS *STRATEGIC SEALIFT VESSEL* KE FILIPINA.**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini, Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan

Saya bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Juni 2022

Penulis

Muarrifah

ABSTRACT

Muarrifah, 2022, *Strategy Penataran Angkatan Laut Indonesia ltd in the export of Strategic Sealift Vessel Type Warships to the Philippines*, Undergraduate Thesis Department of Internasional Relation Faculty of Social and Political Sciences State Islamic of Sunan Ampel Surabaya.

For the first time, Indonesia succeeded in exporting warships of the Strategi Sealift Vessel (SSV) type made by Penataran Angkatan Laut Indonesia Ltd in 2017. The warship exploration activity of course became a new breakthrough in the historical record of the Indonesian maritime sector. This research aim to the strategy of Penataran Angkatan Laut ltd in exporting SSV type warships to the Philippines. This research utilized qualitative approach with descriptive focus of the research. To gather the data from the field, the reseraconducted interview and documentation method. The results show that Penataran Angkatan Laut of Indonesia ltd uses cost leadership, product strategy, internationalization strategy, and corpoptae strategy. Cost leadershipstrategy is more effective is used to attract consumers through lower market price. However, Penataran Angkatan Laut Indonesia Ltd through a product strategy does not reduce the quality of the product that has been made so that customers are satisfied by the prices .

Keywords: *Strategy, Export, SSV Warships, PT. PAL Indonesia, Philippines*

ABSTRAK

Muarrifah, 2022, *Strategi PT. Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) dalam Mengekspor Kapal Perang Jenis Strategic Sealift Vessel ke Filipina*. Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

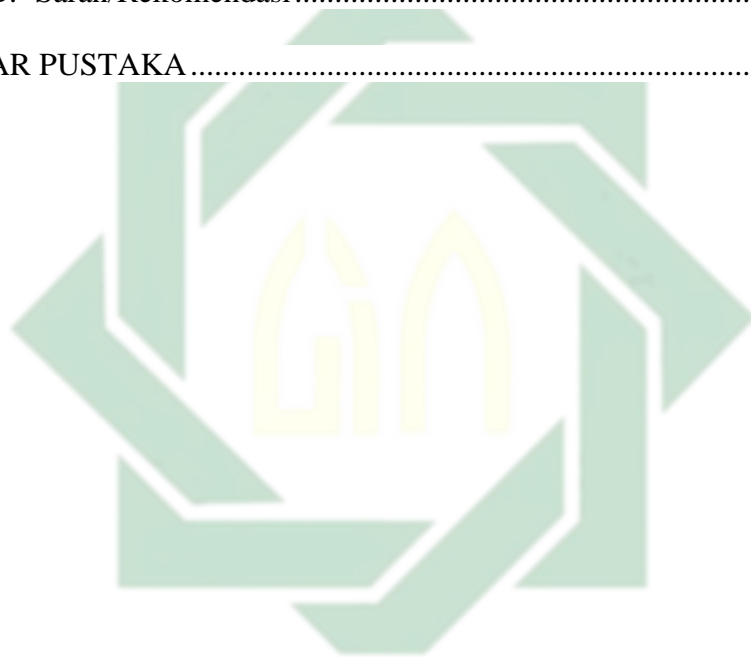
Indonesia pertama kalinya berhasil mengekspor kapal perang yang berjenis *Strategic Sealift Vessel* (SSV) buatan PT. Penataran Angkatan Laut (PT. PAL) Indonesia pada tahun 2017. Kegiatan ekspor kapal perang ini tentu saja menjadi sebuah dobrakan baru dalam catatan sejarah bidang maritim Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) dalam mengekspor kapal perang jenis SSV ke Filipina. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yakni kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara serta diperkuat dengan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT PAL Indonesia menggunakan strategi *cost leadership*, strategi produk, strategi internasionalisasi, dan strategi *corporate branding*. Strategi *cost leadership* dianggap lebih efektif digunakan untuk menarik konsumen melalui harga pasar yang lebih rendah. Akan tetapi PT PAL Indonesia melalui strategi produk tidak menurunkan kualitas dari produk yang telah dibuat agar konsumen tidak merasa puas oleh harga produk kapal perang yang lebih terjangkau.

Kata Kunci : Strategi, Ekspor, Kapal Perang SSV, PT. PAL Indonesia, Filipina.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Argumentasi Utama.....	22
G. Sistematika Penulisan Skripsi	23
BAB II: KERANGKA KONSEPTUAL STRATEGI EKSPOR.....	24
BAB III: METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan pendekatan penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu.....	39
C. Tingkat Analisis Data.....	40
D. Tahapan Penelitian	42
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
G. Teknik Pengujian Keabsahan Data	46

BAB IV: PEMBAHASAN	49
A. Profil PT PAL Indonesia (Persero)	49
B. Kerjasama Pertahanan Indonesia-Filipina.....	57
C. Ekspor Kapal Perang Indonesia-Filipina.....	67
D. Strategi Cost Leadership	72
E. Strategi Produk.....	74
F. Strategi Internasionalisasi	77
G. Strategi Corporate Branding.....	78
 BAB V: KESIMPULAN	 79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran/Rekomendasi.....	82
 DAFTAR PUSTAKA.....	 81



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan PT PAL Indonesia (Persero)

50



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Perusahaan PT PAL Indonesia (Persero)	54
Gambar 2. Penandatanganan Mou antara Indonesia dan Filipina	65
Gambar 3. Pelepasan Ekspor Kapal Perang Perdana Oleh Wakil Presiden Jusuf Kalla	69

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara maritim ialah sebuah negara yang apabila kondisi geografis atau strategisnya berada di dalam kawasan kepulauan dengan lautan yang lebih luas daripada daratan. Bagi negara maritim, laut menjadi hal yang penting karena menjadi akses utama jalur perdagangan internasional. Indonesia merupakan salah satu dari beberapa negara dunia yang menyandang status sebagai negara maritim. Hal ini menjadi kekuatan tersendiri, terutama secara geografis dua pertiga luas laut Indonesia lebih besar dari daratan. Posisi tersebut telah menjadikan negara ini terletak di wilayah yang tropis dan tersilang oleh dua benua (Asia dan Australia) dan dua samudera (India dan Pasifik). Salah satu tokoh bernama Alfred Mahan mengatakan bahwasanya kekuatan negara maritim terletak di kekayaan laut yang dapat menjadi alternatif untuk memenuhi kesejahteraan dan kejayaan suatu negara. Hal ini berarti bahwa dengan mempercayai pandangan tersebut maka pencapaian kemakmuran dapat diusahakan melalui pemanfaatan kekayaan laut.²

Sebagai negara maritim, Indonesia memiliki daerah kepulauan yang luas, yakni 1,904,564 km² luas daratan serta luas lautnya sekitar 3,288,683 km² (terbentang di sepanjang katulistiwa dan terletak di antara benua Asia dan

² “Potensi Indonesia Sebagai Negara Maritim”, Metro Tv News, Diakses 08 Febuari 2021, Melalui situs <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/130/252/30857613/potensi-indonesia-sebagai-negara-maritim>.

Australia).³ Diperkuat dengan garis pantainya seluas (\pm 81.000 km) menjadikan Indonesia sebuah negara yang memiliki garis pantai terpanjang nomer dua sedunia setelah negara Kanada. Maka dari itu, kekuatan ini menjadi potensi besar untuk memajukan ekonomi Indonesia dengan menjadikan lautan berperan sangat signifikan dan dominan dalam mengantarkan perkembangan kemajuan negara ini.⁴

Dengan kelebihan tersebut, maka wilayah maritim sangat menguntungkan bagi Indonesia. Keuntungan tersebut mencakup berbagai aspek seperti, aspek ekonomi, lingkungan, sosial, budaya, hukum dan keamanan. Dengan menyandang gelar posisi maritim yang strategis di antara jalur transportasi dunia, maka Indonesia dipercayai sebagai negara yang berperan aktif dalam politik internasional. Salah satunya yang paling menonjol yakni dalam acara se Asia Timur (*East Asia Summit*)⁵ yang dilaksanakan di Kuala Lumpur, Malaysia dengan dukungan politik penuh dari *Statement on Enhancing Regional Maritime Cooperation*. Melalui dukungan tersebut, Presiden Indonesia Joko Widodo memiliki harapan besar terwujudnya perkembangan pembangunan berkelanjutan di bidang ekonomi maritim, konektivitas maritim, kerja sama di antara institusi riset kemaritiman, serta mengatasi berbagai masalah yang berkaitan dengan ancaman lintas batas kedaulatan laut di Indonesia.

³ H.M. Iwan Gayo. *Upaya Warga Negara*. (Jakarta : Buku Pintar. 2000). 7

⁴ Aliza wati. 2018. *Peran Pemerintah dalam Mensejahterakan Masyarakat dari Potensi Maritim*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.

⁵ (EAS) East Asia Summit merupakan satu forum regionalisme terbuka yang muncul dikawasan Asia Timur yang sudah berdiri sejak tahun 2005.

Selain Indonesia, salah satu negara tetangga yakni Filipina juga memiliki kesamaan geografis sebagai sesama negara maritim di kawasan Asia Tenggara, lebih tepatnya negara ini berada di tepi pantai Tenggara Asia. Filipina sebagian besarnya berupa pulau kecil dan tidak berpenghuni. Sedangkan penduduk negara ini umumnya bertempat tinggal di pulau besar Luzon dan Minando dengan luas wilayah lebih dari dua pertiga negara Filipina sendiri.⁶ Fakta ini tentu saja mempengaruhi akses distribusi serta transportasi yang mengharuskan melalui jalur maritim.

Selain itu, wilayah strategis Filipina sangat dekat dengan kawasan Asia Timur yang rawan akan perselisihan, terutama dengan salah satu negara kekuatan besar yakni Tiongkok. Didukung dengan saat ini masih ramai kasus perebutan laut China Selatan antara Tiongkok dan empat negara ASEAN yakni Filipina, Malaysia, Brunei, dan Vietnam yang dilatarbelakangi karena tidak adanya koordinasi secara mendetail mengenai batasan-batasan wilayah di laut China Selatan. Situasi ini telah mendorong perlombaan kekuatan angkatan laut, termasuk penggunaan diplomasi kapal perang oleh setiap negara yang bersangkutan. Sejak periode 1970, sudah terjadi perdebatan mengenai kepemilikan area laut kawasan *Sparatyls* dan *Scarborough Shoal* yang berada di antara negara Filipina dan Tiongkok. Isu ini kian memanas sejak tahun 2009 dimana Tiongkok secara terang-terangan mengklaim kepemilikan atas seluruh area kawasan Laut China Selatan.⁷

⁶ “the 2010 census of population housing reveals the philipine population at 92,34 million”. *Philippines national statistical office*, diakses 20 Desember 2020 <https://www.census.gov.ph/content/2010-census-population-and-housing-revealsphilippine-population--million>.

⁷ Lan, N.J. *Tiongkok Sepandjang Abad*. (Jakarta: Balai Pustaka. 1952)

Atas sebab tersebut saat ini Filipina sebagai negara dengan kondisi geografis terdekat dengan Tiongkok mulai gencar mengamankan area maritimnya serta memperkuat pertahanan guna untuk mengantisipasi ancaman dari berbagai pihak. Isu keamanan saat ini menjadi fokus utama Filipina karena situasi krusial ini perlu meningkatkan pertahanan negara, di bawah kendali sistem pemerintahan Presiden Duterte keamanan Filipina meningkat pesat.⁸

Permasalahan tentang wilayah perbatasan dari aspek pertahanan berupa masalah yang muncul dari wilayah lokal atau wilayah kekuasaan teritorial. Hal ini menjadi penyebab adanya ancaman pertahanan di luar wilayah lokal berupa konflik yang terjadi di perbatasan negara semacam penyelundupan orang, senjata, obat terlarang, serta adanya perompak laut, pencurian ikan dan terorisme. Di dalam dokumen *The Present Addendum to the Report of the Secretary-General on Oceans and the Law of the Sea (A/63/63)*⁹, penanganan terhadap pertahanan maritim meliputi tiga hal yang kerap terjadi, yaitu: (1) adanya teroris yang menjarah kapal dan instalasi lepas pantai (2) perompakan bersenjata dan pembajakan (3) masuknya obat-obat terlarang dan zat-zat psikotropik yang ilegal.

Dengan kondisi geografis berupa lautan yang begitu luas, Indonesia memiliki wilayah perbatasan maritim dengan 10 negara di antaranya, Malaysia, India, Vietnam, Singapura, Palau, Papua New Guinea, Australia, Thailand, Timor Leste serta Filipina.¹⁰ Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana Indonesia turut

⁸ "Keamanan Filipina Meningkat di Bawah Pemerintahan Duterte". News OkeZone, diakses 13 Januari 2021, <https://news.okezone.com/keamanan-filipina-diklaim-meningkat-di-bawah-pemerintahan-duterte>.

⁹ "Report of the Secretary-General On Oceans and The Law of the Sea", *UN General Assembly*, (New York: United Nations. 2008).

¹⁰ Tri patmasari, "Perkembangan Terakhir Batas Maritim Indonesia Dengan

menyepakati sebagian penetapan batas maritim, salah satunya Filipina hingga adanya kesepakatan mengenai pengaturan batas-batas kontingen diantara keduanya, yakni pada tahun 2014 berupa batas-batas Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) tanggal 23 Mei 2014 sedang dalam proses ratifikasi.¹¹ Perbatasan Maritim antara kedua negara ini terdapat pada perairan laut Sulawesi hingga lautan samudera pasifik.

Jika berbicara mengenai indikator keamanan suatu negara, maka instrumen pertahanan sangat diperlukan guna bertahan dari segala resiko ancaman dari luar. Alutsista (alat sistem pertahanan utama) mejadi alat yang paling mendukung bagi keamanan Filipina. Banyaknya isu keamanan yang terjadi di wilayah maritim Filipina, tentu menjadi kewajiban untuk memperkuat sistem keamanan maritimnya dengan menambah Alutsistanya, salah satunya yakni kapal perang dan persenjataan militer lainnya. Dengan adanya alutsista yang kuat maka sebuah negara dapat memiliki penunjang utama dalam mengatasi berbagai ancaman, utamanya menyangkut keamanan sumber daya laut, penyelundupan imigran gelap, dan adanya sengketa di wilayah perbatasan.

Industri pertahanan adalah bagian dari industri negara yang ditentukan pemerintah untuk mengeluarkan sebagian ataupun keseluruhan peralatan pertahanan dan keamanan, jasa pemeliharaan guna mencukupi kepentingan strategis dalam sektor pertahanan dan keamanan yang terletak di wilayah Negara

Negara Tetangga". Seminar Nasional NKRI 2016.

¹¹ Gazete, O. "Q&A on the Philippine and Indonesian agreement on the Exclusive Economic Zone Boundary", diakses 3 Januari 2021 <http://www.gov.ph/2014/05/23/fagson-the-philippines-and-indonesiaagreement-on-the-delimitation-of-eezboundary>.

Kesatuan Republik Indonesia.¹² Industri pertahanan merupakan salah satu perkara penting dalam menyokong sistem pertahanan untuk menjamin kelangsungan hidup eksistensi bangsa dan negara. Pada sektor pembangunan kemampuan pertahanan, industri pertahanan yang kuat dicerminkan dalam ketersediaan jaminan pasokan keperluan peralatan alutsista secara keberlangsungan. Alutsista (alat utama sistem senjata) ialah salah satu elemen yang dapat membentuk kekuatan militer sebuah negara.

Berkaitan dengan industri pertahanan, PT PAL Indonesia (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu industri strategis yang dapat memproduksi alat utama sistem pertahanan khususnya untuk matra laut, PT PAL Indonesia (Persero) mempunyai peranan penting dalam menyokong pembangunan industri maritim negara. Perusahaan industri tersebut telah membuktikan reputasinya sebagai kekuatan utama dalam pembangunan industri maritim negara dengan 37 tahun memproyeksikan diri sebagai industri galangan kapal. Tujuan utama dari berdirinya perusahaan ini yakni untuk menjadi pusat keunggulan industri maritim nasional. Perusahaan galangan kapal tersebut telah bekerja keras menyampaikan dan menyebarkan pengetahuan, teknologi, serta keterampilan pada masyarakat luas mengenai industri maritim negara. UU no. 16 tahun 2021 tentang industri pertahanan dimana BUMN diberikan ruang yang lebih luas untuk mendukung keperluan alat pertahanan laut yang berupa kapal perang dan alat pertahanan lainnya.

¹² Departemen pertahanan dalam LPI, 2012.

Kapal perang adalah kapal yang digunakan untuk kepentingan militer atau angkatan bersenjata. Kapal Perang memiliki fungsi khusus yaitu untuk berperang atau menjaga keamanan serta sebagai benteng pertahanan dilaut dikarenakan banyak terjadinya gangguan keamanan diperairan yang harus dicegah, termasuk adanya serangan dari negara-negara lain.¹³

PT PAL resmi meluncurkan kapal perang rumah sakit jenis Landing platform Dock (LPD) 124 dengan nama KRI Semarang pesanan TNI AL, sebagai bagian melengkapi armada militer multi tugas yang mampu mendukung tugas nonmiliter. LPD 124 ini memiliki kecepatan sebesar 16 knot dengan mesin pendorong sebesar 2 x 2920 KW dan mampu bertahan selama 30 hari di laut serta bisa mengangkut 3 helikopter dan 2 kapal LCPVP serta beberapa kendaraan tempur. Kapal jenis LPD ini panjang 124,00 meter, lebar 21,80 meter, dan berat 7200 ton. Unit kapal perang Landing Platform Dock (LPD) jenis Strategic Sealift Vessel (SSV) dilengkapi persenjataan canggih dan pendaratan tiga helikopter ditambah fasilitas hanggar. Target ekspor kapal tersebut masih dalam proses yang bersifat pada taraf penetrasi bisnis. Menurut bapak Budiman Saleh mengekspor kapal Indonesia menunjukkan progres yang baik. Adapun, sejumlah negara yang sudah menjajaki pembelian kapal dari Indonesia yakni Malaysia, Thailand, Filipina, Senegal, Kongo, Guinea Bissau, dan Burkina Faso.¹⁴

¹³ Kompasiana, "Jenis – Jenis Kapal", kompasiana.com, 22 Juni 2012, diakses pada 10 Juni 2022, <https://www.kompasiana.com/airmengalir/54fff9fca333117a6e50f8b7/jenis-jenis-kapal>.

¹⁴ Rizki jaramaya. 2018. *PT PAL Indonesia perluas pasar ekspor*. Diakses <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/01/22/p2y7sz382-pt-pal-indonesia-perluas-pasar-ekspor>. Pada 05 Juni 2021.

Indonesia pertama kalinya dalam sejarah berhasil mengekspor kapal perang yang berjenis *Strategic Sealift Vessel* (SSV) buatan PT. Penataran Angkatan Laut (PT. PAL) Indonesia (Persero). PT. PAL Indonesia (Persero) itu sendiri merupakan galangan kapal terbesar di Asia. Kegiatan ekspor kapal perang ini tentu saja menjadi sebuah dobrakan baru dalam catatan sejarah bidang maritim Indonesia karena ini adalah kali pertama Filipina menjadi negara tujuan ekspor kapal perang Indonesia. Proyek kapal perang ini tentu saja menjadi kebanggaan tersendiri bagi Indonesia, salah satu alasannya adalah karena Filipina merupakan negara yang sangat strategis dengan kesamaan identitas dengan Indonesia, yakni merupakan negara maritim yang terletak di kawasan Asia Pasifik dan memiliki garis pantai panjang serta kaya akan hasil laut yang perlu untuk dijaga serta diperluas pertahanannya.

Ekspor kapal perang jenis SSV oleh Indonesia ke Filipina diawali dari kemenangan PT PAL Indonesia (Persero) dalam *tender* yang diadakan oleh Filipina. Pada 2014, sistem pertahanan dan keamanan Kementerian Pertahanan Filipina mengadakan *Tender* Internasional Pengadaan Kapal Perang yang diikuti oleh Indonesia dan negara Asia lainnya seperti Korea Selatan dan Australia untuk memperkuat pertahanan Filipina. Dalam kesempatan ini, Indonesia yang diwakili oleh PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero)¹⁵ bersaing dengan penghasil kapal perang negara lain.¹⁶ *Tender* yang diadakan oleh kementerian

¹⁵ PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) adalah perusahaan di bawah naungan negara berfokus untuk memproduksi alat utama sistem pertahanan negara (Alutsista) di bagian perkapalan.

¹⁶ <https://ngada.org/uu20-2007.html>. Di akses pada (27 September 20).

pertahanan Filipina bernilai kontrak sebesar USD 90 juta.¹⁷ Indonesia kemudian memenangkan *tender* tersebut dan berhasil mengalahkan Korea Selatan yang dikenal sebagai negara produsen kapal hingga jet untuk perang.

Atas kemenangan tersebut, Indonesia kemudian diminta untuk membuat dua kapal perang jenis *Strategic Sealift Vessel (SSV)*.¹⁸ Indonesia melakukan kegiatan ekspor kapal perang dengan jenis SSV yang di pesan oleh Filipina pertama kali pada 8 Mei 2016 melalui proses pelepasan kapal yang dilakukan oleh bapak Jusuf Kalla sebagai Wakil Presiden Indonesia pada saat itu. Dan pesanan kapal yang kedua diekspor pada tanggal 4 Mei 2017 yang dilepas langsung oleh Ryamizard Ryacudu sebagai Menteri Pertahanan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

B. Rumusan Masalah

¹⁷“Indonesia Filipina sepakat menjalin kerjasam di berbagai bidang”, *Berita Internasional*, diakses 13 Januari 2020, <https://www.republika.co.id/berita/internasional/global/15/02/10/njizbe-indonesiafilipina-sepakat-jalin-kerja-sama-berbagai-bidang>.

¹⁸ Kapal perang jenis SSV atau *Strategic Sealift Vessel* merupakan kapal pendukung operasi militer yang memiliki nilai strategis dengan kapabilitasnya yang menerjukkan tentara angkatan darat secara tepat dan masif di pantai di daerah musuh. Kapal SSV mempunyai spesifikasi lebarnya 21,8 meter, panjang 123 meter, kecepatan maksimal 16 knots , bobot 7200 ton, 12 unit kendaraan militer dan dapat membawa maksimal 621 personel serta dapat mengakomodasi 3 helikopter.

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang akan merinci pembahasan secara sistematis yaitu:

“Bagaimana strategi PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) dalam ekspor kapal perang jenis *Strategic Sealift Vessel* (SSV) ke Filipina pada tahun 2017?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian untuk mengetahui strategi PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) dalam ekspor kapal perang jenis *Strategic Sealift Vessel* (SSV) ke Filipina pada tahun 2017.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi atau sumber rujukan serta dapat memperkaya wawasan bagi perkembangan ilmu hubungan internasional terkait strategi *cost leadership*, strategi produk, strategi internasionalisasi dan juga strategi *corporate branding* pada suatu perusahaan yang melakukan ekspor.

2. Manfaat praktis

a. Pemerintah

Manfaat bagi pemerintah Indonesia yaitu menjaga hubungan baik bilateral Indonesia dengan Filipina, untuk mempermudah melakukan hubungan

kerjasamanya di berbagai bidang khususnya di bidang keamanan dan pertahanan.

b. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pikiran yang lebih mengenai bagaimana strategi yang dilakukan oleh perusahaan ketika akan mengekspor produknya ke luar negeri dalam rangka kepentingan nasional Indonesia dan mencapai tujuan perusahaan.

c. Penulis

Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, serta dapat menambah pengetahuan serta memperluas wawasan di bidang strategi ekspor.

E. Tinjauan Pustaka

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Bayu Indrianto di Universitas Sebelas Maret Surakarta 2009 dengan judul “Strategi pemasaran ekspor pada PT Industri Api (INKA) Madiun dalam menghadapi persaingan internasional” Skripsi ini membahas tentang pemasaran yang dilakukan para pelaku bisnis untuk meningkatkan suatu perusahaan, dengan tujuan bisa menghadapi persaingan bisnis. Sebuah perusahaan yang menginginkan keberhasilan harus bisa menciptakan produk yang memiliki kualitas tinggi dan bisa menyediakan barang yang berbeda dengan perusahaan lain. Cara menarik perhatian konsumen melalui pasar yakni dengan menciptakan produk yang sesuai dan dibutuhkan oleh

konsumen.¹⁹ Perusahaan sudah seharusnya mewujudkan pemasaran yang tepat dalam usaha memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Sebuah perusahaan bisa bergerak maju melalui faktor pemasaran, terutama bagi perusahaan yang menyediakan barang dan jasa.²⁰

Strategi memasarkan barang berperan penting untuk menciptakan taraf kehidupan yang semakin meningkat untuk memperoleh keuntungan. Strategi penjualan yang dilakukan oleh PT INKA Madiun memiliki beberapa unsur diantaranya yaitu, menciptakan barang baru yang ditetapkan oleh PT INKA Madiun dengan tujuan memberikan kepuasan kepada para konsumen dan menambah jumlah keuntungan dari pendapatan yang diperoleh perusahaan.²¹ Penentuan nilai barang penjualan di PT INKA Madiun bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak dan bisa memberikan harga yang setara dengan pesaing sehingga daya beli konsumen semakin meningkat. PT INKA Madiun juga melakukan promosi melalui internet agar konsumen bisa langsung membuka laman web dari PT. INKA Madiun lalu mereka dapat melakukan transaksi langsung untuk memesan barang yang diinginkan.

Persamaan dengan skripsi peneliti ialah membahas strategi ekspor suatu perusahaan. Sedangkan Perbedaannya skripsi yang ditulis oleh bayu menggunakan strategi pemasaran dalam melakukan ekspor PT. INKA Madiun

¹⁹ Bayu Indrianto. *Strategi Pemasaran Ekspor Pada PT Industri Api (INKA) Madiun dalam Menghadapi Persaingan Internasional*. (Universitas Sebelas Maret Surakarta: 2009)

²⁰ Dr. Winardi, SE. *Manajemen Pemasaran*. (Bandung: Sinar Baru. 1981)

²¹ Bayu Indrianto. *Strategi Pemasaran Ekspor Pada PT Industri Api (INKA) Madiun dalam Menghadapi Persaingan Internasional*. (Universitas Sebelas Maret Surakarta: 2009).

dan dalam penelitian ini menggunakan perdagangan internasional dalam melakukan ekspor kapal perang oleh PT PAL Indonesia (Persero) ke Filipina.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Galih Perdana Putra di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2011 dengan judul “Strategi PT Indokom Samudra Persada memasuki pasar udang Prancis dalam tahun 2008-2009” penelitian ini membahas tentang perdagangan internasional yang dilakukan oleh perusahaan swasta PT Indokom Samudra Persada dalam mengekspor udang ke Prancis. Perdagangan internasional merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh antar negara. Kegiatan perdagangan internasional tidak hanya transaksi bertukar barang dan jasa tetapi menjalin sebuah hubungan antar kedua negara dalam kegiatan perdagangan internasional. Udang menjadi salah satu barang komoditi non migas terbesar keenam di event ekspor Indonesia yang hampir setara dengan setelah pakaian jadi (*garments*), kayu lapis (*plywood*), karet alam (*natural rubber*), dan sepatu (*footwear*).²² Selain hal itu, perusahaan memiliki peran yang cukup signifikan melalui ekspor barang komoditi pertanian. Beberapa negara menjadi tempat ekspor udang dari Indonesia seperti negara Amerika Serikat, Perancis, dan Jepang. Melihat keuntungan yang sangat besar dalam bidang ekspor khususnya ekspor udang yang dilakukan Indonesia dalam pasar udang Perancis maka perkembangan ekspor udang menjadi terpengaruh oleh beberapa faktor ekonomi terkait permintaan pasar udang Perancis terhadap udang Indonesia.²³

²² Galih Perdana Putra. *Strategi PT Indokom Samudra Persada memasuki pasar udang Prancis dalam tahun 2008-2009*. (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta: 2011.)

²³ *Ibid.*

Dalam penelitian ini dibahas secara detail tentang strategi pemasaran internasional yang dilakukan oleh sebuah perusahaan swasta produksi udang untuk menembus pasar di Prancis. Persamaan Skripsi yang ditulis oleh Galih dengan peneliti yaitu suatu perusahaan yang melakukan ekspor ke luar negeri. Perbedaan hasil penelitian yang ditulis oleh Galih dengan penelitian ini adalah jika dalam penelitian tersebut mengkaji tentang strategi perusahaan swasta PT Indokom Persada untuk memasuki pasar udang di Prancis, maka dalam penelitian ini membahas strategi perusahaan BUMN yang melakukan ekspor kapal perang ke Filipina oleh PT PAL Indonesia (Persero).

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Senno Ariga Trahastadie di Universitas Komputer Indonesia Bandung program studi Hubungan Internasional dengan judul “Kerjasama PT PAL Indonesia (Persero) dengan *Damen Schelde Naval Shipbuilding*²⁴ Belanda dalam bidang pertahanan untuk modernisasi alat utama sistem persenjataan Indonesia (2012-2017)”.

Skripsi ini membahas tentang kerjasama internasional yang dilakukan oleh PT PAL Indonesia (Persero) dengan Belanda. Kerjasama tersebut dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan hubungan yang lebih erat dengan Belanda. Kerjasama antar negara dilaksanakan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan nasional. Setiap negara memerlukan pertahanan yang kuat untuk menjaga keutuhan kedaulatannya. Maka diperlukan aspek internal maupun eksternal yang dapat menjaga ketahanan dalam membentuk bagi negara dan penduduk, oleh

²⁴ *Damen Schelde Naval Shipbuilding* adalah sebuah perusahaan galangan kapal yang ada di Belanda.

karena itu negara perlu meningkatkan kekuatan pertahanannya.²⁵ Dari data yang dilaporkan dari laman online majalah tempo, anggaran perbelanjaan pertahanan domestik pada tahun 2012 mencapai 15,8 % dan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 2,1%. Dengan disahkannya Undang-Undang Industri Pertahanan anggaran belanja alutsista negara sejak 2013 meningkat 5% setiap tahunnya.²⁶ Produksi alutsista pertahanan Indonesia yang belum lengkap dalam bidang teknologi dan produktifitas produksi unsur di dalam negeri. Untuk memajukan industri pertahanan dalam negeri diantaranya terkait pengaturan dan pengawasan dalam bagian pengadaan alutsista yaitu Mengutamakan alutsista buatan dalam negeri, setiap pembelian dari luar negeri harus di sertai Transfer of Technology (ToT).²⁷ Oleh karena itu. Dengan adanya kerjasama internasional dapat melakukan kerjasama dalam pembelian peralatan pertahanan produk luar negeri dengan negara lain secara selektif dengan melibatkan industri pertahanan dalam negeri dengan kerjasama *Joint Venture* atau *Joint Production*.

Persamaan skripsi yang ditulis oleh Senno dengan peneliti ialah membahas kerjasama perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) dengan negara lain. Sedangkan perbedaannya terletak pada topik penelitian yang diangkat. Skripsi senno membahas tentang kerjasama Internasional yang dilakukan PT. PAL

²⁵ Senno Ariga Trahastadie. *kerjasama PT PAL Indonesia (Persero) dengan Damen Schelde Naval Shipbuilding Belanda dalam bidang pertahanan untuk modernisasi alat utama sistem persenjataan Indonesia (2012-2017)*. (Universitas Komputer Indonesia Bandung: 2019)

²⁶ “Senjata Tempur Tni Sudah Tua dan Lelah” *Nasional Tempo*, diakses pada 2 Januari 2021, <https://nasional.tempo.co/read/438273/ketika-senjata-tempur-tni-sudah-tua-dan-lelah>.

²⁷ “Pemenuhan Alutsista dan Kemandirian Industri Pertahanan“, *Indonesia Institute*, http://www.theindonesianinstitute.com/wp-content/uploads/2014/02/Materi-TheIndonesian-ForumSeri-27-TheIndonesian-InstitutePemenuhan-Alutsista-dan-Kemandirian-Industri-Pertahanan_TB-Hasanuddin. Diakses pada 2 januari 2021.

Indonesia (Persero) dengan *Damen Schelde Naval Shipbuilding* Belanda dalam bidang pertahanan untuk modernisasi alat utama sistem persenjataan Indonesia (2012-2017), sedangkan peneliti membahas tentang kerjasama perdagangan internasional yang dilakukan Indonesia dengan Filipina.

Keempat, Skripsi yang ditulis oleh Rizky Maulana Putra di Universitas Pasundan Bandung program studi hubungan internasional dengan judul “Kerjasama PT Dirgantara Indonesia dengan Airbus Helicopter dalam meningkatkan hubungan bilateral Indonesia dengan Perancis”. Skripsi ini membahas tentang pengaruh kerjasama PT Dirgantara Indonesia dengan Airbus Helicopter terkait banyaknya order pesawat terbang dari berbagai dunia. PT Dirgantara sendiri merupakan industri strategis. Barang yang di kelola oleh perusahaan ini mayoritas berupa barang perantara atau barang modal yang dipakai sekelompok industri hilir supaya dapat menghasilkan barang dan menyalurkan jasa.²⁸ Suatu kegiatan yang dapat memproduksi barang memiliki tempat dalam bentuk badan usaha milik negara (BUMN) yang terpilih beroperasi di bidang industri dan mempunyai basis teknologi dan menetap sebagai tempat transformasi industri dengan memiliki skill teknologi yang kuat.²⁹

Penelitian ini digunakan sebagai referensi kerjasama yang dilakukan Indonesia dengan negara Perancis. Dengan demikian pembaca bisa mengamati langkah Indonesia dalam melakukan kerjasama dengan negara lain. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini kerjasama bilateral yang dilakukan Indonesia

²¹Fajar Harry Sampurno.. *Keruntuhan Industri Strategis Indonesia*. (Jakarta : Khazanah Bahari. . 2011) 26.

²⁹Ibid. 41

untuk kepentingan nasionalnya. Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Skripsi ini membahas kerjasama PT Dirgantara Indonesia dengan Airbus Helicopter dalam meningkatkan hubungan bilateral Indonesia dengan Perancis sedangkan peneliti membahas kerjasama bilateral Indonesia dengan Filipina.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Miftha Loro Maisitha di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta program studi hubungan internasional dengan judul “Kerjasama pertahanan Indonesia dengan Filipina dalam memberantas *Piracy and armed robbery ship periode 2012-2015*”. Skripsi ini mengkaji kerjasama pertahanan Indonesia dengan Filipina dalam memberantas *Piracy and Armed Robbery Againsts Ship* yang seringkali dihadapkan dengan berbagai permasalahan kejahatan seperti penyanderaan dan pembajakan kapal. Angka tindak kejahatan di perairan Sulu masih tergolong tinggi walapun Indonesia dan Filipina telah melaksanakan patroli, intelegen dan pelatihan bersama.

Persamaan yang ditemukan dari penelitian ini ialah menggunakan pendekatan kerjasama negara antara Indonesia dengan Filipina. Sedangkan perbedaannya terletak pada isu yang dibahas, skripsi Miftha membahas kerjasama pertahanan Indonesia dengan Filipina. Sedangkan peneliti membahas tentang pemasaran produk kapal perang oleh perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) ke Filipina.

Keenam, Skripsi yang diteliti Jemmima Juliani Werune Universitas Hasanuddin Makassar dengan judul “Strategi Pemerintah Republik Indonesia

dalam Meningkatkan Ekspor Gerbong Kereta Api ke Bangladesh Tahun 2016-2019.

Penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pemerintah Republik Indonesia untuk mengetahui dampak ekspor gerbong kereta api terhadap perekonomian Indonesia dan Bangladesh. Dalam meningkatkan ekspor negara menciptakan produk yang lebih unggul sehingga mampu bersaing di pasar internasional. Untuk meraih kesuksesan dalam pasar internasional suatu negara harus mempunyai strategi. Apabila sebuah produk mampu menembus pasar internasional maka suatu negara mempunyai potensi untuk memperoleh keuntungan sehingga kepentingan ekonomi dapat tercapai.

Bangladesh adalah salah satu negara yang telah lama mengimpor produk buatan Indonesia. Komoditas yang di ekspor Indonesia ke Bangladesh diantaranya minyak sawit, bubuk kimia, batu arang, kertas dan masih ada komoditas lainnya.³⁰ Bangladesh mengimpor kereta api dilatar belakangi oleh transportasi kereta api Bangladesh banyak yang sudah tua dan tergolong memprihatinkan. Indonesia dipilih oleh Bangladesdesh menjadi pemasok kereta api dikarenakan Indonesia menjadi negara pertama yang memberi pengakuan resmi atas kemerdekaan Bangladesh. Selain itu kedua negara tersebut juga merupakan negara yang mempunyai banyak penduduk di kawasan Asia, dan sebagai sesama negara yang berpenduduk muslim terbesar serta mempunyai situasi politik dan ekonomi yang stabil.

³⁰ “Kementerian Perdagangan Republik Indonesia”, *Kemendag*, diakses 15 Februari 2021 <https://www.kemendag.go.id/>.

Penulis menggunakan perdagangan internasional sebagai konsep untuk meneliti skripsi ini. Dalam perdagangan internasional transaksi berlaku lebih dari satu pihak atau satu negara. Pada dasarnya perdagangan internasional adalah aktivitas yang melibatkan ekspor dan import antar negara. Ekspor suatu negara merupakan import bagi negara lain. Pada saat melakukan ekspor suatu negara dapat memperluas pasar untuk produk dalam negeri. dan negara mendapatkan devisa untuk membiayai import. Melalui import negara mendapatkan barang yang tidak bisa di produksi dalam negerinya.³¹

Persamaan skripsi dengan penelitian yang ditulis ialah terletak pada konsep yang di gunakan untuk penelitian yaitu keduanya menggunakan perdagangan internasional. Sedangkan perbedaanya terletak pada obyek yang di teliti, skripsi Jemmima Juliani Werune meneliti strategi Indonesia yang meningkatkan kegiatan ekspor gerbong kereta api, sedangkan skripsi milik penulis meneliti suatu perusahaan yang berhasil melakukan ekspor kapal perang ke sesama negara ASEAN.

Ketujuh, skripsi yang ditulis oleh Akhmad Taufiq Azria di Universitas Sumatera Utara dengan judul “ Analisis Strategi Perusahaan dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus pada CV Aroma & Co)”. Penelitian ini mengkaji tentang strategi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut untuk mencapai tujuannya menjadi pemiminpin perusahaan pasar luar negeri.

Perdagangan antar negara merupakan tantangan yang besar bagi setiap perusahaan. Melihat pasar yang semakin pesat dan ksemakin banya pesaing maka

³¹ Boediono. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. (Yogyakarta:BPFE. 1999)

dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat dapat untuk mempermudah transaksi perdagangan lintas batas. Perihal ini dapat digunakan untuk perusahaan lokal Indonesia yang sudah sampai waktunya dan sudah mendapatkan keputusan serta pertimbangan untuk berekspansi ke luar negeri. Pemerintah juga akan mendapatkan sumber pemasukan devisa negara dengan adanya transaksi ekspor dan impor.

Masuknya suatu perusahaan ke dalam pasar internasional ialah pertemuan serta penentangan terhadap penawaran dan permintaan masyarakat global. Pasar internasional mempunyai perbedaan yang mencolok dengan pasar domestik, perbedaan tersebut dapat dilihat dari perbedaan mata uang, selera konsumen, budaya dan juga keadaan alam. Maka dari itu perusahaan lokal perlu merancang ataupun membuat strategi untuk memenangi persaingan pasar luar negeri.

CV Aroma & Co merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi minyak atsiri (*essential oil*) tradisional khas Sumatera yang sering dipakai untuk aromaterapi. Lebih dari 40 tahun bergerak pada industri ini, komitmen perusahaan adalah untuk memuaskan indera konsumen dengan produk minyak esensial dari Indonesia yang berkualitas. Sejak 1976, dengan usaha dan tanpa henti untuk mendapatkan kualitas dan inovasi perusahaan CV Aroma & Co ingin menjadi pilihan pertama konsumen di industri makanan, aroma dan wangi.³²

³² Akhmad Taufiq Azria. "Analisis Strategi Perusahaan dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus CV Aroma dan Co). (Universitas Sumatera Utara. 2018)

Persamaan skripsi ini dengan peneliti sama-sama menggunakan strategi sebagai konsep dalam menjelaskan penelitian yang dibahas. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek penelitian. Dalam skripsi ini subyek penelitiannya yaitu perusahaan swasta CV Aroma & Co yang bergerak di bidang produksi minyak atsiri. Sedangkan dalam penelitian ini fokus pada Strategi yang diambil oleh salah satu perusahaan milik negara yang berfokus di bagian industri alutsista yakni PT PAL Indonesia (Persero) .

Kedelapan, skripsi milik Muhammad Darley Alfian Pratama Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang memiliki judul ”Pengaruh kerjasama Indonesia-Bangladesh di bidang pengkeretaapian terhadap pembentukan *Indonesia Bangladesh Preferential Trade Agreement (IB-PTA) tahun 2018*”.

Penelitian ini membahas tentang kerjasama Indonesia dan Bangladesh di sketor pengkeretaapian. Bangladesh memilih Indonesia untuk memenuhi kebutuhan transportasi rakyatnya setelah memenangkan tender sebanyak tiga kali yang diadakan oleh Bangladesh Railway Company, kemenangan Indonesia dalam tender tersebut menandakan permulaan adanya hubungan kerjasama Indonesia dan Bangladesh. kerja sama ini memberikan dampak yang signifikan di bidang pengkeretaapian antara Indonesia dan Bangladesh yang menimbulkan saling ketergantungan (interdependensi).³³

³³ Muhammad Darley Alfian Pratama. *Pengaruh Kerja sama Indonesia- Bangladesh di Bidang Perkeretaapian Terhadap Pembentukan Indonesia Bangladesh Preferential Trade Agreement (IB-PTA) Tahun 2018*. (UIN Sunan Ampel Surabaya. 2020).

Persamaan skripsi ini dengan penelitian yang ditulis ialah kedua penelitian ini membahas tentang salah satu perusahaan milik negara yang mampu mengekspor produk dalam negeri ke negara lain. Serta perusahaan plat merah tersebut terpilih setelah memenangkan tender internasional. Sedangkan perbedaannya terletak pada perusahaan yang diteliti. Di dalam skripsi Darley yang diteliti ialah perusahaan PT INKA (Persero), sedangkan pada penelitian penulis ialah perusahaan PT PAL Indonesia (Persero).

F. Argumentasi Utama

Berdasarkan data temuan awal kegiatan ekspor ini, peneliti menduga bahwa PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan strategi *Cost Leadership* dalam ekspor kapal perang jenis SSV ke Filipina. Strategi yang telah dijalankan ini bertujuan untuk menekan biaya anggaran sebagai negara produsen langsung agar biaya lebih terjangkau sebagai negara partner dibandingkan dengan negara lain. Dalam menekan biaya anggaran tersebut perusahaan menggunakan strategi produk untuk pemilihan jenis bahan baku, desain barang dan jasa, serta teknologi yang dipakai agar produk yang dihasilkan tetap berkualitas. Melalui strategi internasionalisasi perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) memanfaatkan peluang yang ada untuk memajukan dirinya dan bersaing dengan negara lain melalui tender kapal perang yang di adakan oleh negara Filipina. Kemenangan dari PT PAL Indonesia (Persero) tersebut mendapatkan *brand* yang berkualitas, sehingga berbagai negara akan lebih tertarik dan menginginkan produk buatan Indonesia.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini penulis menjabarkan pembahasan menjadi lima poin penting. Pembahasan ini dibagi untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, yaitu:

Bab pertama, dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tinjauan pustaka, kerangka konseptual, argumentasi utama, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, pada bab kedua ini penulis membahas landasan konseptual. Landasan konseptual digunakan sebagai analisa terhadap studi kasus melalui konsep strategi. Konsep strategi menjabarkan strategi yang digunakan PT PAL dalam memasarkan produk kapal perangnya ke Filipina.

Bab ketiga, bab ini membahas tentang metode yang digunakan penulis dalam penelitian. pada bab ini penulis menjelaskan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, jenis, tahap, lokasi dan waktu, pengumpulan data, teknik analisis data, tahapan penelitian, dan teknik pengujian keabsahan data.

Bab keempat, pada bab ini penulis menjabarkan tentang inti pembahasan dari penelitian ini yang telah disusun selama penelitian. peneliti memaparkan strategi yang dilakukan oleh PT PAL Indonesia (Persero) dalam mengeksport produk kapal perang jenis SSV ke Filipina.

Bab kelima, bab ini merangkum hasil penelitian yang mencakup kesimpulan dari pembahasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL

Strategi Ekspor

Secara umum strategi merupakan rancangan implementasi ketahanan dan sumber daya demi mencapai tujuan nasional.³⁴ Dalam perkembangannya strategi mempunyai banyak definisi sebagai konsep. Setiap perusahaan perlu memperhatikan untuk mempertahankan strategi yang bertujuan mencapai target yang lebih memberikan keberhasilan bagi kesejahteraan perusahaan.

Dalam dunia bisnis strategi sangat diperlukan guna mencapai tujuan perusahaan yang sudah diterapkan sebelumnya, tujuan tersebut digunakan untuk mencapai target yang sudah ditentukan. Selain itu, dalam suatu perusahaan untuk menanggulangi bahaya eksternal maupun perebutan peluang dapat dilakukan dengan cara mengembangkan strategi dalam mengatasinya. Karena, strategi ialah suatu konsep yang dapat digunakan agar tercapainya suatu tujuan dan keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal maupun internal suatu perusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus mampu mengelola antara target dan sumber daya yang di miliki. Setiap strategi ditentukan oleh banyaknya sumber daya alam yang di peroleh atau yang bisa dimobilisasi oleh perusahaan maupun negara dan

³⁴ Gary, Hart. *The Fourt Power: A Grand Strategy For The United Statesin The Twenty Fisrt Century* (Oxford University Press. 2004.) 3.

juga target lawan yang dihadapi, sehingga bisa diketahui tindakan yang relevan untuk mempertahankan eksistensi dalam dunia internasional.³⁵

Terdapat tiga penyebab yang dapat mempengaruhi tingkat ekspor sebuah negara seperti:³⁶

1. Daya Saing Serta Kondisi Perekonomian Negara Lain

Kesanggupan sebuah negara dalam menjual barang ke luar negeri ditentukan oleh kesanggupannya dalam bersaing dengan beberapa barang yang serupa di pasar internasional. Serta besar kecilnya hasil yang didapatkan dari barang tersebut ditentukan oleh pendapatan dari masyarakat yang tinggal di tempat negara yang menjadi tujuan ekspor.

2. Proteksi Negara Lain

Barang import yang mendapatkan perlindungan di luar negaranya akan mempengaruhi kemerosotan tingkat ekspor sebuah negara.

3. Valuta Asing

Apabila terdapat peningkatan nilai mata uang di negara pengimpor maka nilai mata uang negara pengekspor dapat mempengaruhi daya beli negara pengimpor dan dapat membuat tingginya permintaan ekspor ke negara lain..

Sesuai perkembangan perusahaan terdapat beberapa tingkatan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan besar.³⁷

³⁵ Colin Dueck. *Reluctant Crusaders: Power, Culture, And Change In American Grand Strategy*. (Princeton University Press. 2006), 10.

³⁶ Ibid. 32.

³⁷ Wheelen Hunger and J. David Hunger. *Strategic Management and Business Policy*. (Prentice Hall International: New Jersey, 2008).

1. Strategi korporasi (*Corporate Strategy*)

Suatu strategi yang menggambarkan tujuan dari perusahaan untuk membangun perkembangan perusahaan secara keseluruhan dan juga yang mengelola beberapa bentuk usaha lini produk. Terdapat tiga macam strategi yang bisa digunakan dalam tahap ini:

a. Strategi pertumbuhan (*growth strategy*)

Strategi yang sesuai dengan tingkat perkembangan yang sedang dilalui perusahaan.

b. Strategi stabilitas (*stability strategy*)

Ketika mengalami penurunan penghasilan maka perusahaan menggunakan strategi stabilitas.

c. *Retrenchment strategy*

Apabila suatu perusahaan ingin mengurangi atau memperkecil usaha yang dilakukan maka *Retrenchment strategy* merupakan strategi yang tepat untuk diterapkan.

2. Strategi bisnis

Strategi yang menekankan posisi bersaing produk dan jasa pada spesifikasi atau segmen pasar eksklusif dan juga strategi yang digunakan pada tingkat produk atau unit bisnis. Ada tiga jenis strategi yang dapat diterapkan pada tahapan bisnis, yakni:

a. Strategi kepemimpinan biaya (*cost leadership strategi*)

Strategi perusahaan yang digunakan untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan, strategi *cost leadership* mampu menjadikan sebuah perusahaan mendapatkan laba yang lebih tinggi lantaran sanggup untuk menahan harga produksi sehingga mampu bersaing dan keuntungan suatu perusahaan mengalami peningkatan. Perusahaan yang menerapkan strategi ini dapat mengendalikan harga dengan sangat kuat. Untuk menekan pengeluaran semua aspek bisnis perusahaan harus melakukan penekanan pada efisiensi produksi dengan peningkatan yang tinggi dan produk yang standar.³⁸

b. Strategi diferensiasi

Merupakan strategi yang bertujuan untuk membuat suatu produk dengan menyediakan jasa yang menarik dan unik yang dapat menarik para konsumen tanpa memikirkan soal perubahan harga.

c. Strategi fokus

Strategi ini lebih memfokuskan terhadap produk penyediaan jasa yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan konsumen.³⁹

Dari penjelasan di atas strategi merupakan suatu deklarasi yang diartikan sebagai cara untuk mencapai segala tujuan yang sudah terkonsep, dan juga memperhatikan pengkoordineran sumber daya organisasi atau perusahaan yang mempertimbangkan jangka panjang dan menjadikan sumber daya dan kemampuan dengan lingkungan eksternal. Secara sederhana strategi dapat

³⁸ Valipour, Hashem., Hamid Birjandi and Samira Honarbakhsh. The Effects of Cost Leadership Strategy and Product Differentiation Strategy on the Performance of Firms. (*Journal of Asian Business Strategy*: 2012)

³⁹ Jhon M. Bryson. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1999), 24.

diartikan sebagai rencana yang kritis yang bertujuan untuk mencapai keberhasilan. Serta segala keputusan yang berdampak besar pada perusahaan maupun organisasi.

Jika ingin mengeksport suatu produk dan mampu bersaing dengan negara lain perusahaan harus memiliki strategi ekspor sehingga produk yang ditawarkan memiliki suatu keunggulan ketimbang produk perusahaan lain yang tidak memiliki strategi dalam mengeksport. Oleh karena itu, strategi produk ekspor dapat dilakukan dengan sistem menetapkan berbagai kategori, proses, ukuran, atau kemasan produk yang jitu ketika akan memasuki destinasi pasar yang menjadi sebuah tujuan dari ekspor. Ada beberapa tahapan ketika akan membuat strategi produk yang tepat, yakni:

1. Riset pasar agar bisa melihat bagaimana kondisi serta karakteristik sebuah pasar, yakni spesifikasi yang diminta oleh pembeli, kemampuan membayar barang yang sudah dibeli, tingkah laku pembeli, keadaan antar pesaing, trend dan peluang yang ada di pasar.

2. Kemudian mempelajari terkait kesanggupan perusahaan menciptakan produk yang dapat digemari oleh konsumen sehingga banyak yang tertarik untuk mengekspornya.

3. Kemudian desain produk yang disesuaikan dengan spesifikasi yang diminta oleh konsumen serta kesanggupan suatu perusahaan.

Tidak hanya di atas, sebuah perusahaan ketika akan memasarkan suatu produk untuk diekspor ke luar negeri tentu saja perlu melalui beberapa tahapan

untuk menunjang penerapan strategi ekspor. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Internasionalisasi

Pada awalnya istilah internasionalisasi hanya di gunakan terhadap hal yang berkaitan dengan politik, namun seiring berkembangnya dunia globalisasi istilah tersebut juga digunakan dalam bidang ekonomi akan tetapi hanya sebatas jual beli antar negara (*Government to Government/ G to G*). Kemudian internasionalisasi mengalami generalisasi hingga pada akhirnya dikaitkan dengan aktivitas perusahaan ke perusahaan (*Business to Business/B to B*). Internasionalisasi sendiri merupakan sebuah kompetensi dan juga peluang usaha untuk memajukan diri dalam persaingan antar negara. Ada juga yang menafsirkan sebagai proses dimana perusahaan meningkatkan keterlibatan mereka di dunia internasional.⁴⁰

Proses internasionalisasi pada dasarnya merupakan proses yang wajar dan telah dijalankan oleh setiap perusahaan dengan melihat fakta bahwa ekonomi global membawa pada pembentukan tatanan yang berdasarkan perdagangan bebas. Apabila dikaitkan dengan WTO sebagai lembaga dunia yang menciptakan perdagangan yang bebas tentunya hal ini sangat relevan dengan situasi yang ada.⁴¹ Beberapa definisi internasionalisasi mempunyai kata kunci yang sama yaitu luar

⁴⁰ Johanson, J. and Vahlne, J.E.. The Internationalization Process Of The Firm – A Model Of Knowledge Development And Increasing Foreign Market Commitments. (*Journal Of International Business Studies*.1977. Vol 2.)

⁴¹ Lehtinen, U. and Penttinen, H. Definition Of The Internationalization Of The Firm. In U. Lehtinen, H. Seristoe (Eds). Perspectives On Internationalization. (*Helsinki: Helsinki School Of Economics And Business Administration*, 1999. Vol 3).

negeri, sehingga internasionalisasi dapat ditafsirkan sebagai proses keterlibatan usaha dalam memasarkan barang maupun jasa yang secara langsung maupun tidak langsung.

2. *Corporate Branding*

Setiap perusahaan ingin memiliki citra yang baik untuk mengembangkan reputasi perusahaan di pasar. Apabila memiliki brand yang kuat maka promosi suatu perusahaan akan lebih mudah untuk dilakukan. *Corporate branding* dijadikan pusat kekuatan bagi ekuitas kategori barang dan jasa. *Corporate branding* diartikan menjadi suatu brand atau merek yang menjadi perwakilan perusahaan dimana nilai dari perusahaan tersebut diratakan ke berbagai macam klasifikasi barang dan jasa.⁴² Pada masa saat ini *brand* bukan hanya dibuat suatu identitas dan menjadi alat yang membedakan dari produk pesaing, akan tetapi *brand* mempunyai emosi istimewa yang terbentuk dari konsumen dan penghasil barang. *Corporate branding* membawa perusahaan ke arah gambaran yang lebih baik bukan hanya kepada para investor melainkan juga kepada para pekerja, selain itu ia juga memberi persepsi yang lebih baik terhadap *image* barang yang ditawarkan.

Apabila suatu perusahaan memberikan informasi terkait barang dan jasa yang membentuk citra potensi pembeli, sehingga pembeli memberikan respon dan pengakuan terhadap kemampuan perusahaan yang dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan permintaan yang diharapkan oleh konsumen

⁴² Balmer, J.M.T. dan Gray, E.R. Corporate Brands: What Are They? What Of Them?.(*European Journal of Marketing*, 2003, Vol. 37)

sehingga terdapat kepercayaan terhadap perusahaan yang telah menghasilkan produk yang selanjutnya disebut dengan *brand equality*.⁴³

3. Kerjasama Ekspor

Kerjasama ekspor/internasional merupakan sebuah kesepakatan yang telah disetujui oleh dua atau lebih negara untuk membahas kelanjutan hubungan kerjasama yang telah disepakati oleh keduanya. Kerjasama ekspor ialah suatu kondisi yang menggambarkan hubungan saling menguntungkan diantara kedua belah pihak yang terlibat, dan aktor dari hubungan kerjasama ekspor adalah negara. Kerjasama ekspor memiliki peranan penting dalam negoisasi serta mampu menyediakan kemudahan pertukaran sarana kedua negara yang telah saling menyetujui untuk mencapai kepentingan bersama.

Terdapat dua cara untuk mengekspor, yakni: Ekspor langsung: metode ini dijalankan oleh perusahaan secara langsung tanpa melalui perantara. Kedua, ekspor tidak langsung: untuk memasuki pasar asing perusahaan bisa melakukan ekspor dengan melalui perantara independen untuk mengekspor produknya.

Ekspor adalah sumber dari pertukaran asing devisa yang dapat menyumbang dana yang besar bagi negara. Sebelum melakukan ekspor hendaknya suatu perusahaan atau eskportir memperhatikan standard dan kualitas mutu barang yang akan di ekspor. Kegiatan ekspor dapat dimulai apabila terdapat pelaku eksportir dan importir barang ataupun jasa di negara yang berbeda atas kesepakatan yang sudah tertulis.

⁴³ Aaker, D. A. *Managing Brand Equity*. (New York: The Free Press. 1991).

Ketika melakukan transaksi perdagangan internasional terdapat beberapa tahap yang disebut dengan prosedur dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Prosedur sendiri merupakan giliran suatu pekerjaan yang melibatkan beberapa orang dalam satu atau lebih departemen yang berstruktur untuk memastikan layanan perlakuan yang sama terhadap transaksi perusahaan yang sering terjadi.⁴⁴ Prosedur ekspor terdiri dari beberapa dokumen yang menjadi persyaratan ekspor serta melibatkan beberapa pihak seperti pemerintah. Perusahaan pada dasarnya memiliki prosedur ekspor yang sama akan tetapi dikembalikan lagi kepada perusahaan yang menjalankan setiap prosedurnya masing-masing.

Berdasarkan keputusan menteri dan perdagangan Nomor 558/MPP/Kep/12/1998 tanggal 4 Desember 1998 tentang ketentuan umum di bidang ekspor sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan peraturan-peraturan menteri perdagangan Nomor 01/M-DAG/PER/1/2007 tanggal 22 Januari 2007, ekspor dapat dilakukan oleh setiap perusahaan atau perorangan yang telah memiliki beberapa hal sebagai berikut:⁴⁵

1. Izin usaha dari Departemen Teknis/Lambang Pemerintah Non departemen terkait Berdasarkan Peraturan perundang-undangan yang telah berlaku.

2. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

⁴⁴ Mulyadi. *Pengertian Prosedur Menurut Para Ahli*. Diakses pada 22 Desember 2021. <http://www.scribd.com/doc/95784643/pengertian-prosedur>.

⁴⁵ Tandjung, Marolop. 2011. *Aspek dan Prosedur Ekspor – Impor*. Jakarta :Salemba Empat.

3. Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP)/ Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Perdagangan ekspor import mempunyai keuntungan besar bagi semua pihak yang terlibat, baik pengusaha, pemerintah dan juga masyarakat luas. Transaksi ekspor merupakan perdagangan dengan mengeluarkan barang ke luar negeri sesuai dengan aturan yang berlaku.⁴⁶ Kegiatan ekspor dalam suatu perusahaan sangat diperlukan, karena selain untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan juga bisa menambah devisa negara dan meningkatkan perekonomian negara.

Semua pihak yang terlibat dalam perdagangan ekspor import akan mendapatkan keuntungan yang besar, baik itu pengusaha, pemerintah dan juga penduduk suatu negara. Transaksi ekspor merupakan suatu aktivitas dengan menjual barang ke luar negeri sesuai dengan aturan yang berlaku.⁴⁷ Aktivitas ekspor pada sebuah perusahaan sangat dibutuhkan, selain untuk menambah keuntungan perusahaan dapat menambah jumlah devisa negara serta dapat meningkatkan ekonomi suatu negara.

Sebuah barang yang dapat diperoleh pembeli dan memuaskan merupakan barang yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keyakinan konsumen untuk melakukan sebuah keputusan dalam membeli suatu produk tersebut. Apabila kualitas dari produk tersebut bagus maka akan dapat menarik minat konsumen dan konsumen akan merasa puas.

⁴⁶ Amir MS. 2004. *Strategi Memasuki Pasar Ekspor*. Penerbit: PPM, Jakarta.

⁴⁷ Amir MS. *Strategi Memasuki Pasar Ekspor*. (Jakarta:PPM, 2004).

Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian, dan reparasi produk serta atribut produk yang lain.”⁴⁸ Fandy Tjipton menjelaskan jika suatu kualitas barang ialah keadaan dinamis yang dikaitkan dengan barang yang dapat mencukupi atau bahkan lebih dari yang diharapkan dari pelanggan.⁴⁹ Umar Husein menjelaskan bahwa kualitas produk ialah sebuah perkara yang menjadi penting bagi para pelanggan baik produk ini berbentuk barang ataupun jasa.⁵⁰

Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat diringkas bahwa kualitas produk adalah satu usaha agar dapat memuaskan harapan dari para konsumen yang mana produk tersebut memiliki kualitas sesuai standar dengan ketentuan yang sudah ditetapkan dan bahkan kualitas produk itu melebihi dari yang diharapkan oleh para pelanggan.

Suatu produk yang memiliki kualitas, dapat dilihat oleh para konsumen adalah sebagaimana di bawah ini:⁵¹

1. *Conformance to Specification* atau kesesuaian spesifikasi

Dalam hal ini konsumen akan mengharapkan suatu produk ataupun jasa yang telah dibeli oleh konsumen dapat memenuhi atau bahkan melebihi dari kualitas yang mereka harapkan.

2. *Value* atau nilai

⁴⁸ Kotler Philip dan Gray Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 63.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2009), 51.

⁵⁰ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 93.

⁵¹ Wibowo, *Manajemen Kinerja* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 138.

Nilai dapat memberikan petunjuk terkait sejauh mana barang ataupun jasa yang telah berhasil memperoleh suatu tujuan yang menjadi harapan yang diinginkan pada harga tertentu sehingga para pengguna sanggup untuk membayar produk tersebut.

3. *Fitness for use* atau cocok untuk digunakan

Seberapa baik produk ataupun jasa bisa mewujudkan apa yang dimaksud konsumen maka konsumen akan memikirkan beberapa fitur dari mekanisme produk atau pelayanan yang baik untuk memudahkan memenuhi kebutuhannya.

4. *Support* atau dukungan

Dukungan yang telah diserahkan oleh sebuah perusahaan kepada produk dan jasa yang dihasilkan merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen.

5. *Psychological impression* atau kesan psikologis

Seseorang yang menilai produk atau jasa menurut tanggapan dari psikologis yakni iklim, cita-cita, dan juga estetika. Setiap strategi kualitas produk yang dibuat perlu memperhatikan pembeli yang hendak dijadikan sasaran ketika pemakaian produk tersebut dan strategi kualitas produk yang akan dipakai oleh para lawan. Kualitas dari sebuah produk ini dapat dipengaruhi dari beberapa hal yakni:

1. Desain barang dan jasa

Dalam kehidupan sehari-hari kita menjumpai beragam jenis barang yang kualitasnya dipengaruhi oleh sebuah bentuk yang dihasilkan. Meski untuk

barang-barang tertentu bentuknya tidak akan berubah dan tidak memiliki hubungan dengan kualitas barang tersebut.

2. Jenis bahan baku yang digunakan beserta mutunya

Kualitas dari hasil barang tersebut dapat ditentukan dari bahan mentah yang dipakai dalam pembuatan suatu produk tersebut.

3. Teknologi yang dipakai dalam pembuatan barang

Proses pengolahan atau pembuatan suatu barang dapat memberikan pengaruh terhadap kualitas barang yang diperoleh. Termasuk proses penggunaan teknologi dapat mempengaruhi pembuatan barang tersebut.

4. Cara menjual atau mengirim suatu produk ke konsumen

Dalam melayani konsumen maka model pendistribusian produk ke konsumen juga ikut andil dalam mempengaruhi kualitas produk yang akan didapat oleh pemakai barang hasil produksi. Bila aturan pendistribusian barang ini tidak baik seperti didalamnya ada pengemasan yang rusak maka kondisi fisik ini dapat memberikan dampak buruk terhadap kualitas dan mutu produk tersebut.⁵²

Dari sini maka setiap perusahaan patutnya mengamati beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kualitas produk yang ingin dihasilkan pada pelanggan, dimulai dari proses pembuatan rencana, proses produksi, sampai proses mendistribusikan barang kepada pelanggan. Beberapa proses ini harus dilakukan dengan sempurna agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas baik. Maka dari itu setiap produk yang telah dibuat akan dilakukan pendistribusian terhadap pelanggan supaya mempunyai kualitas yang bagus serta dapat dipercaya.

⁵² Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 16.

BAB III

METODE PENELITIAN

Sebuah penelitian yang ingin sampai pada tujuan akhir atau hasil membutuhkan langkah-langkah yang dapat membantu dalam sebuah penelitian. Langkah-langkah ini disebut dengan metode yang akan membantu penulis dalam mengelola data sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Taylor dan Bogdan berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah tahap penelitian yang dapat mengumpulkan data dalam bentuk kalimat yang tertulis atau tidak tertulis (lisan) dari berbagai sumber serta kejadian sosial disekitar manusia.⁵³ Dalam buku lain, Sukmadinata memaparkan bahwa penelitian kualitatif digunakan sebagai metode yang mendeskripsikan dan menganalisis suatu fenomena, peristiwa, kegiatan sosial, sikap seseorang, kepercayaan yang dianut, sudut pandang seseorang baik individu maupun kelompok.⁵⁴ Metode kualitatif yang banyak digunakan yakni wawancara, pengamatan suatu peristiwa dan dokumentasi.⁵⁵

Metode penelitian kualitatif yang dipakai ialah metode kualitatif deskriptif. Metode dalam penelitian deskriptif ialah sebuah metode yang bertujuan menggambarkan data yang diperoleh dari fakta yang terjadi dilapangan.⁵⁶ Metode

⁵³ Bogdan dan Taylor. *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2012), 04.

⁵⁴ Nana Syaodih Sukmadinata. *Metode penelitian pendidika*. (Bandung: Remaja rosdakarya.2009), 53.

⁵⁵ Lexy J, Moleong.. *metodologi penelitian kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2012), 05.

⁵⁶ Suharsimi Ari Kunto. *managemen penelitian*. (Jakarta:Pt. Renika Cipta.1993, 09).

deskriptif menjadi metode paling awal yang bertujuan untuk menggambarkan sebuah peristiwa yang terjadi secara ilmiah atau hasil dari buatan manusia. Kajian ini mencakup pembahasan tentang bentuk suatu aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaannya dengan fenomena lain.⁵⁷ Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan gambaran mendalam tentang strategi PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) dalam ekspor kapal perang jenis SSV ke Filipina.

B. Lokasi dan waktu

Lokasi penelitian ialah suatu tempat yang menjadi latar tempat yang dipakai sebagai jalan keluar dalam sebuah penelitian.⁵⁸ Lokasi penelitian dilaksanakan di Surabaya dengan melakukan pencarian data dengan berbasis internet. Selanjutnya peneliti mencari sumber data berupa wawancara pada beberapa narasumber di Surabaya tepatnya di kantor PT PAL Indonesia (Persero). Dan juga dilakukan secara daring ke salah satu instansi pemerintah dan beberapa individu yang terkait.

Penelitian ini dilaksanakan ketika judul dan proposal penelitian diterima, yaitu dimulai awal bulan Desember 2020 sampai penulisan skripsi selesai.

C. Tingkat Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses menyusun data kedalam pola dan menyusun pada bagian kategori, serta menentukan betapa pentingnya bagian data

⁵⁷Nana syaodih sukmadinanta. *Metode penelitian pendidikan*. (Bandung: Remaja rosdakarya.2009), 72.

⁵⁸ Sukardi. *metodologi penelitian pendidikan kompetensi dan prateknya*. (Jakarta;PT Bumi Aksara.2008) 53.

untuk dikaji termasuk yang diperoleh dari lapangan, gambar, dokumen, foto, dan artikel. Untuk memutuskan tingkat analisa dalam suatu penelitian, maka harus menentukan unit analisa data (variabel independen) dan unit eksplanasi (variabel independen) lebih awal. Mochtar mas' oed dalam buku hubungan internasional menjelaskan bahwa terdapat lima tingkat analisa, yaitu:⁵⁹

1. Individu

Pada tingkat individu para ilmuwan menganggap fenomena hubungan antar bangsa merupakan hasil daripada aktor individu yang memiliki kesepakatan. Oleh karenanya, kita diminta untuk mengetahui setiap tindakan dan juga kinerja para aktor-aktor penting dalam membuat keputusan, seperti pemerintah, pemberi nasehat keamanan negara, serta menteri luar negeri.

2. Kelompok Individu

Para Ilmuwan yang menekankan analisis ini menganggap jika para individu bertindak secara internasional di dalam suatu kelompok. Hubungan antar bangsa ialah hubungan beberapa kelompok kecil yang terdapat di berbagai negara. Yaitu, suatu perkara antar bangsa yang tidak ditentukan para individu, akan tetapi ditentukan kelompok kecil seperti kabinet, dan dewan penasihat keamanan. Oleh karena itu, kita perlu mengkaji tindakan yang dilakukan oleh sekelompok kecil serta organisasi yang terlibat untuk memahami hubungan internasional.

3. Negara Bangsa

⁵⁹ Mochtar, Mas' oed. *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. (Jakarta LP3ES.1990)

Analisis yang menegaskan pada tahap negara bangsa menganggap jika seluruh pengambil keputusan memiliki suatu tindakan yang sama apabila dihadapkan pada satu situasi. Oleh karenanya, analisis yang menekankan pada variasi atau perbedaan antara tindakan pengambil keputusan kelompok di suatu negara dengan kelompok lain dianggap tidak berguna. Analisis saintis harus menekankan pada sikap unit negara bangsa., karena hubungan internasional pada dasarnya dikuasai oleh sikap negara-bangsa. Perihal ini, tingkah laku individu, kelompok, organisasi, lembaga dan proses politiknya hanya akan dipertimbangkan sejauh perilakunya relevan dengan tindakan internasional negara yang bersangkutan. Dengan kata lain, kita mesti mengkaji cara membuat tindakan mengenai hubungan internasional, yakni politik luar negeri, oleh suatu negara-bangsa sebagai unit yang disatukan.

4. Kelompok Negara-Negara

Analisis ke empat ini menekankan pada tahap bahwa negara bangsa tidak selalu bertindak secara individu, tetapi sebagai suatu kelompok. Menurut mereka, Hubungan internasional, pada dasarnya adalah interaksi yang membentuk pola pengelompokan. Oleh karena itu analisa yang dikaji merupakan pengelompokan negara seperti pengelompokan wilayah, aliansi, persekutuan ekonomi, jual beli dan blok ideologi serta pengelompokan di PBB.

5. Sistem Internasional

Pendukung tahap analisis ini berpendapat bahwa bangsa-bangsa yang di dunia ini yang berinteraksi diantara mereka disebut suatu sistem. Perubahan dan struktur sistem yang dialami telah menentukan tingkah laku aktor yang

terlibat di dalamnya. Sistem internasional dianggap sebagai penyebab perilaku negara-bangsa, jadi analisis yang menekankan pada tahap ini menganjurkan untuk mengkaji unsur dan menjadikan generalisasi mengenai unsur secara keseluruhan. Pengetahuan tentang dinamika sistem yang terdiri dari berbagai negara-bangsa dapat digunakan untuk menerangkan perilaku para aktor hubungan internasional yang turut bersangkutan di dalamnya.

Tingkat analisa yang digunakan pada penelitian ini ialah negara bangsa. Pada kelompok analisis ini dilakukan terhadap perilaku negara melalui perdagangan internasional yang telah dilakukan oleh salah satu perusahaan alutsista Indonesia yaitu PT PAL Indonesia (Persero).

D. Tahapan Penelitian

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi PT PAL Indonesia (Persero) dalam memasarkan produk kapal perang ke Filipina. Setelah itu, penulis melanjutkan dengan menyusun kerangka konseptual yang dipakai sebagai panduan dalam menyusun penelitian yang sistematis.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini adalah inti dari penelitian yang mana pengumpulan data akan dijalankan dengan cara kajian literatur, yakni menyatukan penelitian terdahulu, jurnal, dokumen, artikel, berita online ataupun offline. Selain itu juga akan dilaksanakan wawancara kepada pihak terkait.

3. Tahap Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggambarkan fakta data yang ada, lalu menganalisis permasalahan dengan data-data yang penulis temukan. Kemudian akan dihubungkan dengan data dan fakta lainnya, sehingga akan menghasilkan sebuah penelitian yang tepat dan logis.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan berbagai data dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan penggalian data berbasis internet. Wawancara ialah metode untuk mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab secara sistematis dan berdasarkan objektif kajian.⁶⁰ Peneliti melakukan wawancara secara offline dan online terhadap narasumber terkait pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Wawancara pada penelitian dilaksanakan bersama Devi Anggraini (Staf PT PAL Indonesia), Zein Arfian (Staf PT PAL Indonesia), Utario Esna Putra (Manager Humas PT PAL Indonesia). Dan juga mengirim email kepada Dahnil Anhar Simanjuntak (Juru Bicara Kementerian Pertahanan), Dr. Connie Rakahundini Bakrie (Defense Analysts & Strategic Thinker of Indonesia), akun resmi instagram kementerian pertahanan Indonesia. Setelah selesai peneliti akan menyusun hasil dari wawancara tersebut untuk dijadikan sebagai catatan awal sekaligus abstraksi untuk kebutuhan analisis data.

Selain menggunakan langkah wawancara, penulis juga menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi adalah satu proses untuk mendapatkan kejelasan sebagai tujuan penelitian yang bersumber dari data yang berbentuk arsip (dokumen), karena suatu dokumen ialah berupa sumber data yang berbentuk

⁶⁰ Marzuki.. *Metodologi Riset..* Yogyakarta: *BPFE-UII*. 2000), 62.

tulisan, foto, maupun dokumen yang berbentuk elektronik. Adapun dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini melalui sumber resmi yang relevan dengan penelitian, seperti dokumentasi melalui official instagram PT PAL Indonesia (Persero), website resmi, dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis data

Analisis data ialah proses menyusun data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar supaya bisa menentukan tema dan tempat untuk merumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁶¹ Menurut Miles dan Huberman proses analisis penelitian diawali dengan mempelajari, membaca, menganalisis data dengan menggunakan langkah-langkah seperti berikut ini:⁶²

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu menyimpulkan data melakukan penelitian, wawancara dan dokumentasi dengan memastikan strategi pengumpulan data yang dianggap cocok dan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data seterusnya.

2. Reduksi data

Di dalam reduksi data penulis akan menunjukkan, menghilangkan yang tidak dibutuhkan dan menggolongkan data dengan sistematis sehingga penulis bisa menyederhanakan data yang diperoleh saat penelitian.

⁶¹ Lexy J, Moleong. *metodologi penelitian kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012),280.

⁶² Miles, matthew b. *Analisis data kualitatif buku sumber tentang metode-metode baru/matthew B miles dan A Michael Huberman: penerjemah tjejep rohendi rohidi*. (Jakarta:penerbit Universitas:Indonesi. 1920) ,15.

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan aktivitas mengumpulkan data yang telah diolah sedemikian rupa. Pengumpulan data dilakukan dengan memakai pola, diagram, bagan dan juga hubungan antar kategori agar isi dari penelitian ini lebih mudah dipahami.⁶³

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan ialah aktivitas analisis yang lebih dikhususkan pada interpretasi data yang telah disediakan. Pada penelitian kualitatif cenderung menjawab bagaimana rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya pada penelitian ini, namun juga tidak menutup kemungkinan apabila akan ada masalah di tahap selanjutnya. Kesimpulan yang terdapat dalam penelitian kualitatif cenderung menjawab bagaimana rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal penelitian, namun masalah pun dapat terlihat nanti, sedangkan dalam penelitian kualitatif cenderung bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah memperoleh hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan.

G. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan terlebih dahulu. Pelaksanaan teknis pemeriksaan data berdasarkan beberapa kriteria tertentu. Dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan data harus

⁶³ Imron rosidi. *karya tulis ilmiah*. (PT Gramedia Pustaka Utama. 2005), 26.

melalui beberapa tahap yaitu: uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan yang paling akhir uji obyektivitas.⁶⁴

1. Uji kredibilitas

Uji kredibilitas adalah uji keyakinan terhadap data hasil penelitian kualitatif. Uji kredibilitas mempunyai dua fungsi, yakni untuk menjalankan pemeriksaan supaya tahap kepercayaan terhadap penemuan peneliti dapat tercapai, dan menunjukkan tahap kepercayaan penemuan peneliti dengan bukti-bukti yang sedang dikaji.⁶⁵

Pada penelitian ini untuk menguji kredibilitas peneliti memakai triangulasi. Triangulasi ialah metode pemeriksaan keabsahan data yang terdiri dari berbagai macam metode pengumpulan data serta sumber informasi yang terkait, dalam metode ini dapat menggunakan sesuatu yang lain diluar informasi penelitian, yang memiliki tujuan sebagai keperluan pengecekan ataupun sebagai pembanding pada data riset yang diperoleh.⁶⁶ Metode triangulasi yang digunakan pada penelitian ini ialah triangulasi sumber. Sugiono berpendapat triangulasi sumber adalah membandingkan serta meneliti kembali tingkat kepercayaan suatu data yang didapat melalui waktu serta alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁶⁷

⁶⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta.2014) ,92.

⁶⁵ Andi Prastowo. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian* . (Jogjakarta: Ar-ruzzmedia.2012).

⁶⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. (Penerbit CV. Alfabeta: Bandung . 2015),372.

⁶⁷ Ibid, 373.

2. Uji transfreabilitas

Uji transferabilitas merupakan teknik untuk menguji validitas eksternal didalam penelitian kualitatif.⁶⁸ Dalam menerapkan uji transferabilitas pada penelitian ini, peneliti akan membagikan penjelasan secara rinci, jelas dan sistematis supaya hasil dari penelitian ini mudah dipahami oleh orang lain.

3. Uji dependabilitas

Uji dependabilitas sering disebut sebagai realibilitas didalam penelitian kualitatif, untuk uji dependabilitas dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap semua proses dalam penelitian.⁶⁹ Peneliti akan melakukan audit dengan pembimbing dengan cara berkonsultasi untuk mengurangi beberapa kesalahan dalam penyajian data selama proses penelitian.

4. Uji *confirmability*/ obyektivitas

Pada penelitian kualitatif, obyektivitas diukur melalui orangnya atau peneliti sendiri.⁷⁰ Dalam penelitian kualitatif, pengujian *confirmability* mirip dengan pengujian *dependability*, dimana pengujainnya dapat dilakukan secara bersamaan dengan cara menguji hasil penelitian hingga diteruskan dengan mengkaitkan proses yang telah dilakukan. Dari pengujian ini, hasil penelitian menjadi fungsi dari proses penelitian yang telah dilakukan, maka proses penelitian tersebut diyakini telah memenuhi standar *confirmability*. Adanya pengujian

⁶⁸ Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 324.

⁶⁹ Andi Prastowo. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-ruzzmedia.

⁷⁰ Afifuddin dan Beni Ahmad Sacbani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia. hlm. 15.

confirmability ini, dapat diperoleh dari hasil yang telah dilakukan peneliti mengenai sumber data, analisis data serta pengujian keabsahan data. Di dalam pelaksanaan pengujian ini terdapat empat teknik, yakni:

- a. Meningkatkan ketekunan,
- b. Triangulasi, Triangulasi sumber,
- c. Diskusi bersama teman sejawat,
- d. Menggunakan bahan referensi yang telah ada.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil PT PAL Indonesia (Persero)

PT Penataran Angkatan Laut Indonesia (Persero) menjadi salah satu industri strategis yang membuat alat utama sistem pertahanan Indonesia khususnya untuk wilayah maritim. PT PAL Indonesia (Persero) berperan dalam meningkatkan perkembangan industri kelautan, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. selain hal itu, perusahaan ini memiliki sektor industri yang sangat berpotensi dan berpeluang menjangkau pasar secara berkesinambungan dalam hal pembangunan kapal baru, ekspor kapal, pemeliharaan dan perbaikan kapal untuk mendukung sektor transportasi laut tersebut.

Berdirinya PT PAL Indonesia (Persero) berawal dari suatu galangan kapal yang disebut MARINE ESTABLISHMENT (ME) kemudian diresmikan secara langsung pada tahun 1939 oleh Pemerintah Belanda. Ketika Jepang menduduki Indonesia perusahaan ini diganti dengan nama Kaigun SE 2124.⁷¹ Setelah Indonesia merdeka, Pemerintah Indonesia kemudian menjadikan perusahaan ini menjadi milik negara dan mengubah namanya menjadi Penataran Angkatan Laut (PAL). Pada tanggal 15 April 1980, berdasarkan Peraturan

⁷¹ PT PAL Indonesia. *Profil PT PAL*. PT PAL Indonesia : Surabaya. Diakses <https://pal.co.id/>. Pada 4 juni 2021

Pemerintah Nomor 4 Tahun 1980, status perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) berubah dari Perusahaan Umum menjadi Perseroan Terbatas.⁷²

Tabel 4.1 Perkembangan PT PAL Indonesia (Persero)

Tahun	Keterangan
1822	Pada masa kolonial Belanda terbentuk suatu komisi yang dipimpin langsung oleh Gubernur Jendral Van Der Capellan. Kelompok tersebut bertujuan untuk melakukan penelitian yang akan digunakan untuk membangun galangan kapal yang bernama Marine Establishment di wilayah ujung timur pulau Jawa, pembangunan ini akan menjadi tempat untuk memperbaiki kapal yang rusak diakibatkan perang akan tetapi pembangunan tersebut belum terlaksana.
1837	Daerah ujung terpilih menjadi tempat berdirinya Marine Establishment karena dianggap yang paling memenuhi syarat dan memiliki syarat-syarat yang memenuhi kebutuhan pembangunan sehingga pada hasil pertimbangan teknis dan strategi yang dapat diterima.
1939	Tahun 1932 setelah adanya peraturan <i>stadblad</i> nomer 82 Marine Establishmentmen diresmikan menjadi sebuah perusahaan milik negara. Peraturan ini tercatat dalam <i>Bildblad</i> 14278 mencakup permasalahan tentang Direksi dan administrasi, perlengkapan, polisi, inventaris, bangunan mesin, persenjataan, pelabuhan, elektronika, bengkel mesin dan juga gudang. Tujuan dibentuknya Maritim

⁷² PT PAL Indonesia. *Profil PT PAL*. PT PAL Indonesia : Surabaya. Diakses dari https://www.pal.co.id/our_company/corporate_profile?lang=ina. (pada 4 Juli 2021)

	<p>Estabilishment untuk melakukan pemeliharaan dan perbaikan kapal perang dan kapal dagang. Bahkan selama terjadi perang pasifik Marine Estabilishment ikut memperbaiki kapal kapal sekutu (Amerika, Australia, Inggris) yang rusak diakibatkan oleh perang tersebut. Sejak 1942 pada masa pendudukan jepang berganti nama menjadi Kagun sie 21-24 Butaidan yang memiliki fungsi serupa, yakni membantu memperbaiki kapal-kapal yang rusak saat perang.</p>
1961	<p>Pada tahun ini menteri keamanan nasional menyerahkan seluruh tanggung jawab pada TNI Angkatan Laut, sebagaimana sudah disesuaikan dengan keputusan Menteri Koordinator Kompartemen Pertahanan No. M/A/242/64 tanggal 1 Januari 1962 yang membuat dan menyerahkan semua kekuasaan PAL Surabaya juga menentukannya sebagaimana tercatat:</p> <p>a. Penguasa atas PAL beserta dengan seluruh kekayaannya diserahkan dari tangan Menteri Keamanan Nasional MENKO HANKAM / KSAD kepada Menteri Angkatan Laut/ Panglima Angkatan Laut.</p> <p>Terbilang sejak tanggal 1 januari 1962 PAL sudah tidak termasuk kedalam perusahaan negara, segala pengeluaran keuangan ditanggung oleh anggaran belanja angkatan laut.</p>

1963	Diperkuat oleh ketetapan MENHANKAM/PANGABNo.SKEP/A/39/VII/1971 mengenai pokok-pokok organisasi dan prosedur Angkatan Laut. Status PAL yang awalnya masih jawatan berubah menjadi sebuah satuan Komando Penataran Angkatan Laut atau KANATAL.
1980	Peraturan Pemerintah No. 14 dan KONATAL Resmi dikeluarkan dan diberlakukan sebagai dasar hukum yang berbentuk persero dengan akte pendirian no. 12 tanggal 15 April 1980, kemudian galangan ini Menjadi perusahaan umum perseroan terbatas.
2004	Pada tahun ini PT PAL Indonesia (Persero) sudah mulai mendapatkan kontrak bahkan terbesar yang berasal dari proyek kapal niaga. Barang buatan PT PAL Indonesia (Persero) pada saat itu ialah kapal yang mnejadi keunggulan produksi seperti Tug Boat, Kapal Penumpang hingga 500 Pax, Kapal Bulk Carrier 50.000 DWT (Star 50), Kapal Tanker 30.000 LTDW, dan Kapal Tanker 17.500 LTDW dan kapal perang FPB 57. Kontrak tersebut merupakan kontrak dalam negeri.
2008	Pada tahun ini terjadi bencana krisis ekonomi secara global, yang berdampak pada harga kontrak PT PAL Indonesia (Persero) yang tercatat dengan 9 miliar. Kemudian sampai pada tahun 2018 PT PAL Indonesia (Persero) mendapat kerugian yang berasal dari salah satu faktor beban bunga pinjam restrukturisasi akibat pinjaman di

	<p>tahun 2005 sampai 2010. Penanganan pembiayaan proyek tersebut menjadi terbengkalai akibat adanya proyek terminasi yang sebelumnya tertera pada kontrak kapal yang diperoleh di antara tahun tersebut. Sampai tahun 2012 dampak yang ditimbulkan oleh krisis global masih dirasakan hingga puncaknya pada tahun 2013.</p>
2014	<p>Prestasi PT PAL Indonesia (Persero) secara konsisten mulai stabil dan mendapatkan kontrak yang semakin membaik. Bahkan mulai tahun ini perolehan kontrak meningkat secara perlahan. Dan mulai mendapatkan kontrak dari luar negeri karena telah memenangkan tender yang telah diikuti. Kenaikan perolehan kontrak tertulis pada tahun 2017 senilai Rp1,8 triliun, kemudian berkembang menjadi Rp3,1 triliun di tahun 2018 dan Rp4,1 triliun di tahun 2018, serta Rp5,8 triliun di tahun 2019.</p>
2017	<p>Pada tahun 2017 terjadi peningkatan kontrak sepanjang tiga tahun terakhir yang didominasi oleh pengadaan Alutsista seperti Kapal Cepat Rudal (KCR) 60 meter batch kedua dan ketiga, Kapal Bantu Rumah Sakit (BRS) pertama, Kapal Perang Landing Platform Dock (LPD), serta lainnya. Yang mana kontrak tersebut salah satunya berasal dari luar negeri dan untuk pertama kalinya PT PAL Indonesia (Persero) mendapatkan kesempatan untuk mengeksport Alutsista yang berupa kapal perang yang berjenis LPD, dan diperoleh kontrak untuk produk non-Alutsista yaitu Dual Fuel BMPP 150 MW dan kontrak-kontrak pemeliharaan dan perbaikan.</p>

Usaha PT PAL Indonesia (Persero) menjadi sebuah proses yang besar bagi negara kita untuk bergabung pada industri global dalam bidang pertahanan. Setelah mendapat posisi selaku pemandu utama alutista matra laut, PT PAL Indonesia (Persero) untuk mengembangkan keahliannya kemampuannya agar dapat berkontribusi dalam *Driving Synergy to Global Maritime Access*. Peran utama dari PT PAL Indonesia (Persero) ini akan mengangkat dunia perindustrian maritim Indonesia untuk memenuhi pasar syarat menjadi pasar maritim secara global.⁷³ Selain itu, upaya untuk meningkatkan pertahanan dan keamanan suatu negara memerlukan kerjasama antara dua negara yang bersekutu dilaksanakan sesuai yang prinsip saling menguntungkan, persamaan dan menghormati kedaulatan suatu negara.



Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT PAL Indonesia (Persero)

Sumber: Profil PT PAL Indonesia

Sebagai perusahaan negara Indonesia yang berperan sebagai galangan kapal berkelas dunia. Banyak produksi kapal buatan perusahaan plat merah

⁷³ <https://ngada.org/uu20-2007.html>. Di akses pada (27 September 21) .

tersebut yang membantu mengharumkan nama Indonesia di dunia internasional. Bahkan Indonesia sudah dapat mengirimkan kapal perang melalui PT PAL Indonesia (Persero). kegiatan ini menunjukkan bahwa Indonesia mampu berdiri sendiri dalam bidang pertahanan dan Indonesia mampu berbicara dilevel global dengan menjadi salah satunya pengirim kapal perang di ASEAN ke Filipina.⁷⁴

Komite kebijakan industri pertahanan (KKIP) yang dipimpin langsung oleh presiden dengan menteri pertahanan sebagai penggeraknya dikeluarkan pada tahun 2010. Tahun 2012 KKIP dan pemangku kepentingan yang terkait mengeluarkan peraturan undang-undang nomor 16 tahun 2012 terkait industri pertahanan. Dalam keputusan tersebut terdapat maklumat mengenai kebebasan industri pertahanan nasional, dan juga terdapat tujuan utama dari industri pertahanan, yaitu kemandirian industri pertahanan nasional.⁷⁵

Sebagai perusahaan industri BUMN PT PAL Indonesia (Persero) memiliki pencapaian sebagai faktor utama untuk mengembangkan industri maritim nasional.⁷⁶ perusahaan milik negara tersebut berusaha dengan keras untuk selalu menjadi contoh dalam melaksanakan dan mengawasi proses operasi perusahaan yang bersaing dalam bisnis global yang semakin menuntut daya saing. PT PAL Indonesia mempunyai visi dan misi dalam menjalankan tugas sebagai perusahaan industri maritim, beberapa misi tersebut sebagai berikut:⁷⁷

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2012, http://www.kemendagri.go.id/media/documents/2012/11/22/u/uu_no.16-2012, diakses pada 20 Desember 2020.

⁷⁶ PT PAL Indonesia. *Mission statement*. Diakses 04 juni 2021, <https://pal.co.id/visi-misi/>.

⁷⁷ Ibid.

1. Menyediakan pembangunan, pemeliharaan, dan menyediakan jasa untuk merekayasa kapal atas dan bawah permukaan serta *engineering procurement dan construction* dibidang energi.

2. Menyediakan pelayanan secara terpadu dengan proses yang ramah lingkungan agar mendapat kepuasan pelanggan.

3. Mempunyai komitmen menciptakan kemandirian industri pertahanan dan keamanan matra laut, maritim, serta energi kebanggaan nasional.

Kesanggupan serta peningkatan kualitas dalam meningkatkan rancangan pembangunan dari PT PAL Indonesia (Persero) Produk buatan perusahaan terbesar di Indonesia yaitu PT PAL Indonesia saat ini telah resmi diterima dalam pasar internasional. Kapal-kapal perusahaan industri maritim tersebut telah melalui perairan internasional di semua kawasan dunia. PT PAL Indonesia (persero) mnejadi perusahaan galangan kapal yang memiliki pengalaman tercatat selama tiga dasawarsa bersama para karyawannya yang berjumlah 1.300 personil, telah mengurus produk kapal perang yang berkualitas.⁷⁸

PT PAL Indonesia (Persero) memiliki peran yang terus meningkat setelah ditetepkannya UU No. 16 Tahun 2012 tentang industri pertahanan di mana BUMN strategis yang mendapat jangkauan yang lebih luas. Berdasarkan ketentuan tersebut PT PAL Indonesia (Persero) membutuhkan strategi untuk mengemban tugas-tugas yang telah dipercayakan dan berperan aktif dalam

⁷⁸ PT PAL Indonesia. *Profil PT PAL*. PT PAL Indonesia : Surabaya. Diakses dari https://www.pal.co.id/our_company/corporate_profile?lang=ina. (pada 31 Jan 2020)

meningkatkan pemenuhan kebutuhan alutista matra laut dan berkontribusi menjadi pemandu utama (lead integrator) matra laut.⁷⁹

B. Kerjasama pertahanan Indonesia-Filipina

Dalam keadaan suatu negara bidang pertahanan dan keamanan menjadi hal yang mendasari kelangsungan hidup bernegara. Kelemahan upaya mempertahankan suatu negara dari berbagai ancaman dari negara lain atau ancaman yang berasal dari dalam negeri dapat menjadi penyebab suatu negara kurang mampu dalam mempertahankan kedaulatannya. Pesatnya berbagai perkembangan dalam sektor nasional dapat dilihat dengan adanya kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi, dan informasi yang telah memajukan intensitas hubungan dan interdependensi antar negara. Beriringan dengan perkembangan hubungan tersebut, kerja sama dalam ruang internasional yang terbentuk dengan adanya perjanjian internasional, baik bilateral maupun multilateral antara lain kerja sama dalam aspek pertahanan dan keamanan menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari.

Dalam rangka meningkatkan hubungan bilateral di antara kedua negara. Pemerintah Indonesia dan Filipina mengadakan perjanjian kerjasama industri dan logistik yang dilihat dengan adanya *Memorandum of Understanding* (MoU) antara Direktur Jenderal Potensi Pertahanan (Dirjen Potan Kemhan) Prof. Dr. Ir. Bondan Tiara Sofyan, M.Si beserta wakil sekretaris bidang keuangan dan material, Departemen Pertahanan Nasional Filipina Bapak Raymundo Dv Elefante di kementerian pertahanan Jakarta. Kesepakatan ini memiliki tujuan untuk menguatkan industri pertahanan, terutama dalam pelaksanaan alut sista dan

⁷⁹ PT PAL Indonesia. *Profil PT PAL Indonesia*. PT PAL Indonesia: Surabaya.

barang industri pertahanan lainnya serta menjadi hasil kesepakatan yang dibuat oleh dua negara. Kerjasama tersebut berupa *supply, service, maintenance, transportation, facilities* pembangunan dan *research*.⁸⁰ Kesepakatan tersebut mulai berlaku ketika DPR RI mengesahkannya pada bulan April 2007.⁸¹

Setelah mendapatkan kepercayaan dari Filipina hubungan kerjasama antara Indonesia dan Filipina berlanjut pada tahun tahun 2016 dalam sektor keamanan dan industri pertahanan, dimana kedua negara ini saling berkomitmen meningkatkan ekonomi di masing-masing negara tersebut. Hal ini juga bertujuan menyesuaikan tantangan perbatasan yang dengan menyepakati meninjau kesepakatan Lintas Batas dan Patroli Perbatasan antara Indonesia dengan Filipina melibatkan angkatan laut kedua negara berupa patroli terkoordinasi di wilayah perbatasan laut dengan operasi patroli perbatasan penegak hukum. Pusat patroli bersama berada daerah perairan Laut Sulawesi, yakni berada di kawasan perbatasan langsung antara Indonesia dan Filipina yang terlaksana dalam dua tahap, tahap awal atau "*Preparation Phase*" dilaksanakan pada 25-28 Mei 2016 di Bitung dan Manado, serta tahap keduanya "*Execution Phase*" pada 28 Mei-1 Juni 2016.

Patroli "Corpat Philindo" merupakan sebuah bentuk konkrit dari adanya peningkatan kerjasama dan juga "Capacity Building" oleh Indonesia dan Filipina. Beberapa misi yang paling penting dalam pelaksanaan patroli yaitu untuk melakukan pencegahan dan penuntutan atas adanya pelanggaran kawasan dan

⁸⁰RI-Philipina Tandatangani MoU Logistik dan Industri Pertahanan. <https://www.kemhan.go.id/2020/02/27/ri-philipina-tandatangani-mou-logistik-dan-industri-pertahanan.html>. Diakses pada 20 Desember 2020.

⁸¹ Merdeka, Indonesia dan Filipina Capai Kesepakatan Kerjasama <https://www.merdeka.com/politik/indonesia-filipina-capai-kesepakatan-kerjasama-empat-agenda-ziyhagz.html>.(Diakses 12 Juli 2021)

perilaku yang bertentangan di kedua pihak tersebut. Dengan adanya patroli ini sekaligus menjadi wujud untuk mengamankan pulau-pulau NKRI yang sulit dijangkau yang dekat dengan negara Filipina.

Berdasarkan *Border Patrol Agreement* antara pemerintah Indonesia dan Filipina, patroli terkoordinasi tersebut diberi nama *coordinated patrol philipines and Indonesia XXVI-12* (CorpatPhilindo XXVI-1 12) yang dilaksanakan di wilayah perbatasan kedua negara.⁸² Indonesia menurunkan kapal patroli KRI Sura (802) yang merupakan buatan PT PAL Indonesia pada pelaksanaan CorpatPhilindo XXVI-1 12, sedangkan Filipina menurunkan kapal patroli buatan Amerika Serikat yang digunakan pada perang dunia kedua yang diberi nama BRP Maga Selamat (PS-20).⁸³

Kerjasama diatas mengharuskan para pihak mengambil langkah yang diperlukan untuk mengembangkan kerjasama yang telah dijalin yaitu kerjasama pertahanan dan keamanan dalam bidang pelatihan gabungan militer, pembangunan SDM, saling berbagi informasi, teknologi pertahanan dan penelitian serta pengembangan, modernisasi dan alih teknologi. Hubungan kerjasama Indonesia dan Filipina juga mencakup dalam banyak aspek termasuk pendidikan, ekonomi, dan keamanan. Kedua negara juga telah menandatangani kerjasama *MOU on Basic Education, MoU on Sports Cooperation, MoU on Cooperation in Preventing and Combating Transnational Crimes and Capacity*

⁸² Yeremia Sukoyo. 2017. *TNI AL Gelar Patroli di Perbatasan Filipina-Indonesia*. Diakses dari https://www.beritasatu.com/dunia/440120/tni-al-gelar-patroli-di-perbatasan-filipinaindonesia_20_Februari_2021.

⁸³ Maritimnews. 2017. *Upaya Atasi Perompak di Perairan Perbatasan Indonesia-Filipina (Bagian II)*. Melalui <http://maritimnews.com/2017/05/upaya-atasi-perompak-di-perairan-perbatasan-indonesia-filipina-bagian-ii/>.Diakses pada 20 Februari 2021.

*Building, serta Joint Declaration Concerning Maritime Boundary Delimitation.*⁸⁴

Kedua negara juga memiliki kesepakatan dan perjanjian untuk meningkatkan berbagai bentuk kerjasama yang akan mempererat kerjasama yang sebelumnya telah dilaksanakan.

Pertahanan dan keamanan suatu negara ditingkatkan melalui kerjasama bilateral antar negara yang bersekutu, pelaksanaan kerjasama antar kedua negara dilaksanakan sesuai dengan prinsip yang saling memberikan keuntungan dan dapat memberikan dampak positif pada kedua pihak. Berangkat dari hasil pertimbangan tersebut Pemerintah Republik Indonesia melakukan kerja sama dengan Filipina dalam aspek pertahanan dan keamanan sesuai dengan persetujuan yang disepakati dan telah ditandatangani pada tanggal 27 Agustus 1997 kemudian disahkan dalam bentuk Undang-Undang. Bagian penting dalam persetujuan tersebut, ialah:⁸⁵

1. Kerja sama antara kedua badan pertahanan dan keamanan, meliputi peningkatan di bidang pendidikan, latihan bersama, operasi di daerah perbatasan, sumber daya manusia, kerja sama operasi, komunikasi, teknologi pertahanan, dan sistem dukungan logistik.

2. Pembentukan Komite Bersama yang mempunyai tugas mengkaji dan mengidentifikasi bidang kerja sama, memelopori dan mengusulkan kegiatan bersama, mengkoordinasikan, memantau dan mengendalikan kegiatan yang telah disetujui, serta memecahkan permasalahan yang timbul dari pelaksanaan persetujuan.

⁸⁴ Kerjasama Indonesia – Filipina (9 Maret 2011) dalam <http://kominfonewscenter.com/index.php>. diakses pada 20 Desember 2020

⁸⁵ Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2007. https://www.dpr.go.id/dokjidi/document/uu/UU_2007_20. Diakses pada 06 Juli 2021.

3. Kedua belah pihak melindungi hak milik industri dan hak cipta terhadap penggunaan dan personel yang tidak berwenang.

4. Perlindungan terhadap informasi rahasia dan peralatan yang diperoleh dari kerangka persetujuan, kecuali hanya diberikan melalui saluran resmi atau saluran lain yang telah disetujui oleh para Ketua Komite Bersama.⁸⁶

Isu Sejak tahun 1994 Indonesia dan Filipina sudah memulai merundingkan kesepakatan mengenai kawasan maritim di sekitar laut Sulawesi dan Mindanao. Untuk 10 tahun pertama tidak ada tindakan pasti yang akan diambil oleh kedua negara. kemudian, pada tahun 2003 Indonesia dan Filipina mengadakan sebuah forum (JPWG-MOC) *joint permanent working group meeting on maritime and ocean concerns* dan *sub working group*, yang merupakan pertemuan pertama yang membahas permasalahan yang terjadi di antara kedua negara. Pertemuan tersebut dilakukan sebanyak 8 kali dari tahun 2003-2014 dalam forum JPWGMOC.⁸⁷ Namun, penentuan batas ZEE tidak dapat diselesaikan dengan cepat, dikarenakan terkait dengan pengelolaan sumber daya laut dan batas wilayah suatu negara.

utama dari kerjasama pertahanan antara Indonesia dan Filipina yaitu belum menetapkan batas wilayah kemaritimannya. Filipina mengklaim semua perairan sebagai teritori wilayahnya. Kurang jelasnya batas wilayah menjadi penyebab adanya kesalahpahaman atau konflik yang terjadi antara lembaga penegak hukum dua negara yang bersangkutan.

⁸⁶ Undang-undang Republik Indonesia 2007

.https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2007_20. Diakses pada 16 Januari 2021.

⁸⁷ Republic Of The Philippines Department Of Foreign Affairs. *Ph hosts 9th meeting of the ph-ri jpwg on maritime and ocean concerns in makati city*. <https://dfa.gov.ph/dfa-news/dfa-releasesupdate/9525-ph-hostsi-9th-meeting-of-the-ph-ri-jpwg-on-maritime-and-ocean-concerns-in-makati-city>. di akses pada tanggal 06 Juli 2020.

Bertepatan di tanggal 13-14 Desember 2011 dalam peresmian the 5 *Joint Commission for Bilateral Cooperation* (JCBC) antara Indonesia dan Filipina, Menteri luar negeri Republik Indonesia Dr. Marty Natalegawa beserta Albert del Rosario selaku Menteri Luar Negeri Filipina menandatangani Agreed Minutes yang berisi perjanjian kerjasama kedua negara.⁸⁸ Dalam perjanjian tersebut terdapat beberapa pendapat yang disetujui untuk membangun Indonesia-Philippines Action Plan 2013-2015, yang bertujuan membangun kerjasama yang lebih spesifik serta mampu dilaksanakan secara nyata.

Kerjasama yang berhasil didiskusikan dan disetujui oleh Indonesia dan Filipina yaitu mengenai perundingan mengenai perbatasan maritim Indonesia-Filipina yang masih belum selesai, perdagangan antar dua negara, kerjasama perikanan, dan kerjasama dalam bidang konsuler.⁸⁹

Setelah 20 tahun lamanya Kepala negara Indonesia dan Filipina melakukan kesepakatan untuk mulai membicarakan tentang penetapan batas landas kontingen Indonesia-Filipina, dan menuntaskan permasalahan batas Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE).⁹⁰ Disamping hal itu, penyesuaian dengan berbagai tantangan yang akan dilalui diperbatasan saat ini, juga disetujui sebagai peninjauan atas Perjanjian Lintas Batas dan Perjanjian Patroli Perbatasan Indonesia Filipina.

Pemerintah Filipina sepakat untuk menyelesaikan perbatasan maritim dengan Indonesia melalui UNCLOS sebagai acuan dalam perjanjian perbatasan

⁸⁸ Kerjasama Indonesia–Filipina (9 Maret 2011) dalam <http://kominfonewscenter.com/index.php>, diakses pada tanggal 9 Juli 2021.

⁸⁹ Indonesia-Philippines Action Plan 2013. <http://www.indonesianembassy.org.ph/news/12152011>. Diakses pada tanggal 9 Juli 2021.

⁹⁰ Direktori Pulau-Pulau Kecil Indonesia..Diakses 12 Juli 2021 http://www.ppkkp3k.kkp.go.id/direktoripulau/index.php/public_c/pulau_info/306.

maritim Pulau Miangas sebagai batas terluar Indonesia.⁹¹ Perundingan yang berlaku antara Indonesia dan Filipina diselesaikan dengan adanya perjanjian bilateral. Kemudian, pada 23 Mei 2014, Indonesia dan Filipina menandatangani perjanjian perbatasan ZEE (Zona Ekonomi Eksklusif) di Manila. Perjanjian itu meliputi koordinat garis yang menunjukkan perbatasan dari dua negara kepulauan tersebut.⁹²

Dalam rangka meningkatkan hubungan Bilateral antara Indonesia dan Filipina, Filipina menggandeng Indonesia untuk bekerjasama di bidang pertahanan serta industri logistik. Adanya kerjasama ini turut serta memperkuat pertahanan, khususnya dalam pengadaan Alutsista dan produk pertahanan industri . Kerjasama tersebut meliputi supply, service, maintenance, transportation dan fasilitas serta research and development.⁹³

Kesepakatan ini dilihat dengan adanya peresmian Mou *Memorandum of Understanding* antara Direktur Jenderal Potensi Pertahanan Kementerian Pertahanan (Dirjen Potan Kemhan) Prof. Dr. Ir. Bondan Tiara Sofyan, M.Si dengan Undersecretary for Finance and Materiel, Department of National Defense of Philippines Mr. Raymundo Dv Elefante di kementerian pertahanan Jakarta⁹⁴

Usai penandatanganan MoU, wakil Menteri Pertahanan Filipina beserta rombongan mengunjungi salah satu industri pertahanan dalam negeri yaitu, PT Ridho Agung Mitra Abadi dan PT Jala Berikat Nusantara Perkasa yang berada di

⁹¹ Ibid.

⁹² Anthony Csabafi. 1971. *The Concept of State Jurisdiction in International Space Law, The Hague.*

⁹³ “Kemhan. RI-Filipina tandatangani MoU Logistik dan Industri pertahanan.”, diakses pada 25 Juli 2021, <https://www.kemhan.go.id/2020/02/27/ri-philipina-tandatangani-mou-logistik-dan-industri-pertahanan.html>.

⁹⁴ “RI-Filipina tandatangani Mou Logsitik dan Industri Pertahanan”, diakses pada 27 Juli 2021, <https://www.kemhan.go.id/2020/02/27/ri-philipina-tandatangani-mou-logistik-dan-industri-pertahanan.html>.

Jakarta untuk meninjau salah satu fasilitas industri pertahanan yang dikenal dengan sebutan J-Forces. Produk J-Forces mempunyai standart kualitas yang sanggup bersanding dengan industri pertahanan luar negeri dan sudah dipakai untuk menunjang keperluan pertahanan serta keamanan oleh Tentara Nasional Indonesia (TNI) dengan proses yang cukup serius dan menawarkan pada pihak militer serta kepolisian negara lain.



Gambar 4.2 Penandatanganan Mou antara Indonesia dan Filipina

Sumber: www.kemhan.go.id

Adanya penandatanganan MoU dalam bidang logistik dan industri pertahanan ini diharapkan perusahaan-perusahaan industri pertahanan seperti PT Pindad (Persero), PT Dirgantara Indonesia, PT PAL Indonesia (Persero), PT. Len Industri dan PT Jala Berikat Nusantara Perkasa serta perusahaan industri pertahanan lainnya turut dapat mencoba menawarkan produk-produknya ke Filipina.⁹⁵ Kerjasama tersebut dapat memberi keuntungan dan nilai tambah, tidak

⁹⁵ “Menhan RI dan Menhan Filipina bahas peningkatan kerjasama pertahanan”, diakses pada 28 Juli 2021. <https://www.kemhan.go.id/2016/06/21/menhan-ri-dan-menhan-philipina-bahas-peningkatan-kerjasama-pertahanan.html>.

hanya dalam membentuk suatu kekuatan dari pertahanan, tetapi juga dapat membantu meningkatkan perekonomian negara. Namun hal ini menjadi sangat penting lantaran atensi pemerintah kedua negara dalam meningkatkan kondisi ekonomi negara masing-masing.

Departemen Pertahanan Filipina mengharapkan dukungan dari pihak perusahaan industri Pertahanan Indonesia agar dapat berkerjasama dalam menciptakan peralatan pertahanan guna mengembangkan pertahanan Filipina. Industri pertahanan Indonesia dibekali kebutuhan alutsista yang berasal dari departemen Indonesia. Menurut *Department of National Defense of Philippines Air Marshal (Ret) Raymundo DV Elefante* Indonesia dan Filipina telah menjalani kerjasama yang baik dalam bidang pertahanan.⁹⁶ pokok utama yang di sepakati dalam kerjasama tersebut ialah bidang logistik yang manakerjasama ini dilakukan melalui Government to Government (G to G).

C. Ekspor Kapal Perang Indonesia ke Filipina

Filipina mengadakan tender internasional karena membutuhkan alat untuk meningkatkan keamanan wilayah maritim. Filipina kemudian berfokus untuk mencari instrumen pertahanan yang mampu menjaga dari segala ancaman, yaitu dengan menambah Alutsista (Alat utama Sistem Pertahanan). Maka dengan melalui tender internasional, Filipina berharap mendapat alat pertahanan untuk negaranya.

Kegiatan ekspor kapal perang sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh Indonesia ke negara lain. Adanya kegiatan tender internasional yang dilakukan

⁹⁶ Indonesia dan Filipina sepakati kerjasama logistik dan pertahanan.
<https://www.matamatapolitik.com/indonesia-dan-filipina-sepakati-perjanjian-logistik-dan-pertahanan-news/>. Diakses pada 28 Juli 2021.

oleh Filipina menjadi langkah awal Indonesia mulai bergerak dalam bidang ekspor kapal perang. Pada 2014 Filipina membuka acara tender yang diikuti oleh beberapa negara salah satunya Indonesia. Kegiatan tender tersebut menjadi jembatan yang mempererat hubungan Indonesia dan Filipina. Setelah sebelumnya melakukan kerjasama industri keamanan dan pertahanan.⁹⁷

Indonesia menjadi salah satu negara yang berpartisipasi dalam kegiatan tender yang diadakan Filipina melalui undangan secara langsung *Government to Government* (G to G).⁹⁸ Diantara sekian banyak perusahaan alutsista yang ada di Indonesia, PT PAL Indonesia terpilih sebagai perusahaan yang mewakili Indonesia untuk membuat kapal perang yang akan mengikuti tender. Faktor pendukung yang menjadikan PT PAL sebagai perusahaan yang membuat kapal perang karena perusahaan ini merupakan perusahaan alutsista terbesar di Indonesia yang mampu membuat kapal perang.⁹⁹

Tender yang diadakan oleh Filipina berhasil menjadikan Indonesia sebagai negara yang terpilih memenangkan lelang tersebut dan mampu mengalahkan negara pesaing seperti Korea Selatan yang dikenal sebagai negara produsen kapal hingga jet untuk perang dan juga Australia. Ada lima poin yang menjadikan PT. PAL Indonesia mampu bersaing dengan negara lain: *pertama*, Indonesia dan Filipina memiliki kondisi wilayah yang serupa yakni negara maritim. *Kedua*, Indonesia dan Filipina memiliki hubungan kerjasama bilateral di

⁹⁷ CNN Indonesia. 2014. Indonesia Ikut Tender AlutsistaMiliter Filipina. Diakses 28 November 2021, <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20141217172403-106-18867/indonesia-ikut-tender-alutsista-militer-filipina>.

⁹⁸ Wawancara dengan Utario Esna Putra, manajer Humas PT PAL Indonesia (Persero), tanggal 15 Maret 2021.

⁹⁹ PT PAL Indonesia (Persero). 2020. *Tentang perusahaan PT PAL Indonesia (Persero)*. Diakses pada 27 November 2021, <https://pal.co.id/>.

berbagai aspek, salah satunya dalam aspek pertahanan dan keamanan negara. *Ketiga*, kapal perang yang ditawarkan Indonesia memiliki harga lebih ekonomis daripada negara lain. *ke empat*, kapal perang buatan PT PAL memberikan kualitas yang tidak kalah saing meskipun memiliki harga ekonomis dan terlihat dari desain kapal yang menarik. *Kelima*, PT PAL mempunyai kemampuan manajemen produksi yang baik.¹⁰⁰

Indonesia dipercaya untuk memproduksi alutsista yang berupa kapal perang oleh Filipina setelah mengikuti dan memenangkan tender internasional yang diadakan oleh pemerintah pertahanan Filipina yang diikuti oleh beberapa negara Asia lainnya. Filipina terpikat dengan canggihnya kapal SSV profuk Indonesia yang pada akhirnya memberikan kepercayaan untuk memproduksi kapal perang SSV kepada perusahaan BUMN galangan kapal Indonesia yaitu oleh PT PAL Indonesia (Persero).

Hal ini menjadi pembuka tahap awal kerjasama Indonesia dalam mengeksport kapal perang ke Filipina dengan menjadikan PT PAL Indonesia (Persero) sebagai perusahaan yang membuat kapal perang untuk Filipina. Kemudian kerjasama ini menjadi menarik bagi negara lain untuk memiliki hubungan dengan Indonesia dalam bidang pembuatan alutsista yang berupa kapal perang.

¹⁰⁰ Devi Anggraini, Staf Public Relations PT PAL Indonesia, Wawancara oleh penulis pada 5 Maret 2021.



Gambar 4.3 Pelepasan Ekspor Kapal Perang Perdana Oleh Wakil

Presiden Jusuf Kalla

Sumber: www.republika.co.id

Pada 8 Mei 2016 ekspor kapal perang pertama Indonesia dilepas oleh wakil presiden Jusuf Kalla di galangan kapal PT PAL secara langsung. Wakil Presiden mengapresiasi kapal pertama yang diekspor keluar negeri dan dibuat oleh para anak bangsa. Serta berharap industri galangan kapal Indonesia menjadi lebih maju dan berkembang serta mampu bersaing dengan banyak negara di luar Asia Tenggara. Kemudian disusul ekspor kapal kedua pada 4 Mei 2017 yang dilepas langsung oleh Menteri Pertahanan Ryamizard Ryacudu.¹⁰¹ Dalam pelepasan tersebut menteri pertahanan Filipina banyak menyampaikan rasa terima kasih dan kepuasannya terhadap kapal perang buatan Indonesia.

¹⁰¹ Esthi Maharani. 2016. *Filipina Puas dengan Kapal Perang Buatan Indonesia*. Diakses di <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/09/29/oe9c0u335-filipina-puas-dengan-kapal-perang-buatan-indonesia>.(dikases pada 23 januari 2021)

D. Strategi Cost Leadership

Hubungan internasional antar negara dapat memiliki berbagai macam bentuk, hubungan tersebut dibangun untuk meningkatkan kemajuan antara negara baik dalam bidang ekonomi, sosial, dan politik. Peningkatan perekonomian negara menjadi salah satu faktor terbentuknya hubungan antar negara. Perdagangan Internasional menjadi salah satu dari awal terbentuknya hubungan antara Indonesia dan Filipina. Perdagangan internasional yang dilakukan oleh Indonesia ke Filipina yaitu berupa ekspor kapal perang SSV.¹⁰² Bagian kapal perang *Landing Platform Dock* (LPD) jenis *Strategic Sealift Vessel* (SSV) yang didukung dengan persenjataan yang cukup maju dan pendaratan tiga helikopter ditambah fasilitas hanggar. Melakukan kegiatan ekspor kapal merupakan suatu progres yang baik bagi Indonesia. Selain Filipina ada juga beberapa negara yang memilih Indonesia sebagai negara tempat pembelian kapal yaitu antara lain Malaysia, Thailand, Senegal, Kongo, Guinea Bissau, dan Burkina Faso¹⁰³.

Adanya ekspor kapal perang SSV yang dilakukan oleh Indonesia ke Filipina, pada 2016 lalu melalui sebuah acara tender internasional. Acara tender yang dilakukan oleh Filipina dilakukan untuk mencari kapal perang yang sesuai dengan kebutuhan negaranya. Dampak dari hal ini terhadap Indonesia, cukup menjadi pengaruh besar dalam meningkatkan kegiatan ekspor Indonesia.¹⁰⁴ Saat

¹⁰² Kapal perang jenis SSV (*Strategic Sealift Vessel*) memiliki spesifikasi panjang 123 meter, lebar 21,8 meter, bobot 7200 ton dan kecepatan maksimal 16 knots. Kapal SSV dapat membawa maksimal 621 personel dan 12 unit kendaraan militer, dan dapat mengakomodasi 3 helikopter.

¹⁰³ Rizki Jaramaya. 2018. *PT PAL Indonesia perluas pasar ekspor*. Diakses <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/01/22/p2y7sz382-pt-pal-indonesia-perluas-pasar-ekspor>. Pada 05 Juni 2021.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Utario Esna Putra, Manajer Humas PT PAL Indonesia (Persero), tanggal 15 Maret 2021.

kapal buatan perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) memenangkan tender tersebut. Hal inilah yang menjadi terbentuknya perdagangan internasional diantara PT PAL Indonesia (Persero) dengan Filipina.

Salah satu faktor keunggulan yang dimiliki PT PAL Indonesia (Persero) sehingga membuat Filipina tertarik yaitu karena perusahaan alutsista tersebut memiliki keterikatan sebagai salah satu industri alutsista dalam negeri yang unggul berdasarkan pada tingkat produktivitas yang ada. Perkembangan dalam negeri Indonesia sendiri pada saat ini masih berada dalam proses berinovasi agar mampu bersaing dan mengejar ketertinggalan dalam hal teknologi dibandingkan negara-negara besar lainnya yang terlebih dahulu memiliki kekuatan teknologi dengan terus berusaha mengembangkan dan berbenah meningkatkan teknologi dalam segala aspek.

Mendapat kesempatan untuk bersaing dengan negara lain dalam bidang ekspor, Indonesia membutuhkan strategi dalam bersaing secara supportif. Perlu dilakukan rencana yang disusun secara sistematis supaya dengan adanya kerjasama perdagangan internasional dapat meningkatkan perekonomian di dalam negeri. Memasarkan sebuah produk ke luar negeri membutuhkan suatu langkah yang sesuai dan tepat supaya bisa membuat tertarik konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan. Terdapat langkah-langkah yang dapat diterapkan suatu perusahaan untuk menentukan strategi yang akan digunakan. Internasionalisasi merupakan langkah bagi perusahaan untuk memajukan dan meningkatkan keterlibatannya dalam skala internasional. Salah satu hal yang terpenting untuk memaksimalkan kapasitas ekspor suatu perusahaan yaitu melalui promosi

perdagangan atau *trade promotion*¹⁰⁵ Seperti yang ada pada penelitian konteks ini, yang mana PT PAL Indonesia (Persero) telah mengikuti kegiatan pemasaran dalam rangka mengikuti tender internasional kapal perang yang diadakan oleh Filipina.

PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan strategi *Cost Leadership* serta kualitas produk dalam melakukan ekspor. Strategi *cost leadership* merupakan strategi atau mekanisme untuk membangun keunggulan kompetitif dengan menggunakan biaya operasi yang rendah dalam suatu industri atau perusahaan. Strategi *cost leadership* adalah bagian dari strategi bisnis dimana strategi ini mampu menciptakan suatu perusahaan yang bisa mendapatkan keuntungan lebih banyak karena mampu mengurangi biaya produksi dan akhirnya memberikan harga yang dapat bersaing dengan laba. Perusahaan yang menetapkan strategi ini dapat mengendalikan pengeluaran produksi yang berlebihan. Strategi ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya menekan pengeluaran dalam semua aspek bisnis. Hal ini juga dijalankan oleh PT PAL Indonesia (Persero) dengan tujuan untuk berdiri sebagai sebuah perusahaan yang memiliki biaya produksi paling rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki bidang sejenis. Sekaligus, dalam proses produksi PT PAL Indonesia (Persero) memproduksi kapal yang di ekspor ke Filipina dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas akan tetapi dengan harga yang lebih rendah. Selain itu, sumber daya manusia atau tenaga kerja yang bertugas memproduksi juga sangat berkualitas. Oleh karena itu, strategi *cost leadership* ini lebih efektif digunakan untuk menarik konsumen melalui harga pasar yang lebih rendah. Akan

¹⁰⁵ Ibid.

tetapi PT PAL Indonesia (Persero) tidak menurunkan kualitas dari yang dibuat oleh perusahaan agar konsumen tidak merasa dikecewakan oleh harga produk kapal perang yang lebih rendah dari negara lain.

Dalam hal ini, profitabilitas dari PT PAL Indonesia (Persero) yang menggunakan strategi *cost leadership* untuk mengeksport kapal ke Filipina, akan lebih bertahan dibandingkan dengan pesaing yang memberikan harga yang lebih tinggi dengan kualitas baik. Akan tetapi, perusahaan yang menggunakan strategi *cost leadership* ini akan lebih bertahan dan terus berinovasi. Hal tersebut juga tidak akan menjamin PT PAL Indonesia (Persero) seterusnya akan menggunakan strategi tersebut dalam melakukan ekspor produknya. Karena, dunia bisnis saat ini semakin berkembang pesat. Maka dari itu, PT PAL Indonesia (Persero) harus mengikuti arus agar tidak kalah dengan pesaing yang lain meskipun dengan *loss margin*.

E. Strategi Produk

PT PAL Indonesia (Persero) dalam mengaplikasikan strategi *cost leadership* juga berpegang pada beberapa faktor agar dapat bertahan dan mempertahankan keunggulannya. Adapun faktor-faktor tersebut dapat dilihat dari: skala ekonomi, ukuran keuntungan, fokus, bahan baku, dan efisiensi pengukuran.

Faktor adanya perbandingan ekonomi ialah kegiatan produksi yang sesuai dan dapat mengurangi biaya produksi. Tingkat kemajuan suatu perusahaan akan terlihat penting ketika kita membahas tentang skala ekonomi. Secara singkat, sebuah bisnis harus berkembang semakin besar namun dengan biaya yang lebih rendah. Hasil keuntungan dapat terlihat dengan adanya peningkatan daya beli

merupakan hasil akhir dari adanya sebuah keuntungan. Ketika banyak keuntungan yang masuk kepada pemasok (yakni Filipina ke Indonesia), maka akan mendapat peluang besar untuk menciptakan kesepakatan terbaik yang akan menghasilkan keuntungan.

Proses produksi yang baik dan inovatif menjadi permasalahan utama saat ingin mengurangi biaya. Pada dasarnya teknologi pendukung yang dipakai oleh PT PAL Indonesia (Persero) ketika peluangnya semakin besar untuk menjadi biaya utama dalam jangka panjang. PT PAL Indonesia (Persero) tidak perlu berkembang lebih besar untuk menjadi *cost leadership* di pasar. Walaupun PT PAL Indonesia (Persero) mampu menghasilkan satu produk, akan tetapi memiliki fokus dan efisiensi yang penuh, PT PAL Indonesia (Persero) bisa menerapkan strategi ini dalam aspek pasar tersebut. secara singkat, PT PAL Indonesia (Persero) berfokus untuk membangun kualitasnya, karena dapat memiliki peluang untuk menjadi pemimpin biaya dalam domain itu.

Faktor bahan baku, pemilihan bahan baku yang dilakukan oleh perusahaan untuk proses produksi dapat dikurangi ketika suatu perusahaan memiliki jumlah akses terhadap bahan baku tersebut. suatu perusahaan dapat memungkinkan untuk membayar sumber daya tertentu dalam jumlah yang sangat besar, sedangkan perusahaan lain tidak perlu membayarnya. Pada intinya, perusahaan lebih banyak memiliki akses ke bahan baku yang bersifat potensial karena dapat memiliki peluang mengurangi biaya produksi dibandingkan dengan perusahaan lain.

Faktor efisiensi pengoperasian, menuntaskan lebih banyak pekerjaan dalam waktu dan biaya yang lebih pendek dan menjadi upaya peningkatan

efisiensi serta mengutangi biaya. Semakin kecil jumlah jumlah uang dan waktu yang dipakai oleh perusahaan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan maka peluangnya akan lebih besar untuk menjadi perusahaan yang efektif dan hemat biaya.

Tahapan dalam menentukan strategi produk oleh PT PAL Indonesia (Persero) yang menggunakan strategi *cost leadership* untuk mengeksport kapal ke Filipina yang tepat, yakni:

1. Indonesia harus melakukan riset pasar, ini bertujuan untuk melihat keadaan serta karakteristik dari pasar. Riset ini berupa riset terkait perincian kebutuhan dari Filipina, daya beli Filipina, serta sikap dari Filipina, keadaan persaingan, trend, dan peluang pasar.

2. Indonesia harus mempelajari kemampuan internal dari perusahaan ketika menciptakan produk kapal perang jenis SSV yang dikirim ke Filipina sebagai tujuan ekspor.

3. Desain dari produk kapal perang SSV yang dikirim ke Filipina patut disesuaikan dengan spesifikasinya sesuai dengan permintaan Filipina.

Dari hal tersebut Indonesia mampu menjalankan strategi produk sehingga lima poin yang menjadikan PT PAL Indonesia (Persero) mampu bersaing dengan negara lain: *pertama*, Indonesia dan Filipina memiliki kondisi wilayah yang serupa yakni negara maritim. *Kedua*, Indonesia dan Filipina memiliki hubungan kerjasama bilateral di berbagai aspek, salah satunya dalam aspek pertahanan dan keamanan negara. *Ketiga*, kapal perang yang ditawarkan Indonesia memiliki harga lebih ekonomis daripada negara lain. *ke empat*, kapal perang buatan PT PAL memberikan kualitas yang tidak kalah saing meskipun

memiliki harga ekonomis dan terlihat dari desain kapal yang menarik. *Kelima*, PT PAL mempunyai kemampuan manajemen produksi yang baik.

F. Strategi Internasionalisasi

PT PAL Indonesia (Persero) ketika akan memasarkan suatu produk untuk diekspor ke luar negeri tentu saja perlu melalui beberapa tahapan untuk menunjang penerapan strategi ekspor. Tahapan-tahapan tersebut yakni Internasionalisasi. Internasionalisasi sendiri merupakan sebuah kompetensi dan juga peluang usaha untuk memajukan diri dalam persaingan antar negara. Ada juga yang menafsirkan sebagai proses di mana perusahaan meningkatkan keterlibatan mereka di dunia internasional. Pada proses internasionalisasi pangsa pasar merupakan strategi pertama yang ditentukan. Pemilihan pangsa pasar ditentukan dari yang terdekat secara geografis dan juga psikologis.¹⁰⁶ PT PAL Indonesia (Persero) memiliki suatu alasan dalam melakukan internasionalisasi diantaranya, memperluas sektor penjualan, mendapatkan sumber daya, supplier dan meminimalisir persaingan. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi penjualan suatu perusahaan, pertama barang atau jasa yang dihasilkan membuat konsumen tertarik, kedua karena konsumen tertarik untuk membeli.¹⁰⁷

Internasionalisasi mempunyai banyak bentuk, diantaranya penanaman modal asing, lisensi, warabala, proyek terima jadi dan ekspor. Dalam hal ini bentuk internasionalisasi ialah ekspor. Fungsi penting ekspor dari perdagangan luar negeri adalah negara memperoleh keuntungan dan pendapatan nasional naik, yang pada gilirannya menaikkan jumlah output dan laju pertumbuhan ekonomi.

¹⁰⁶ Hollensen, Svend. 2010. *Marketing Management. Relationship Approach*. USA : *Pearson Education Inc.*

¹⁰⁷ Daniels J., Radebaugh L., Sullivan D., *International Business: environment and operations*, 11th edition, *Prentice Hall*, 2007.

Dengan tingkat output yang lebih tinggi lingkaran kemiskinan dapat dipatahkan dan pembangunan ekonomi dapat ditingkatkan.¹⁰⁸ Tender yang diadakan oleh Filipina berhasil menjadikan Indonesia sebagai negara yang terpilih memenangkan lelang tersebut dan berhasil mengekspor serta mampu mengalahkan negara pesaing seperti Korea Selatan dan Australia yang dikenal sebagai negara produsen kapal hingga jet untuk perang.

G. Strategi Corporate Branding

Setiap perusahaan ingin memiliki citra yang baik untuk mengembangkan reputasi perusahaan di pasar. Apabila memiliki *brand* yang kuat maka promosi suatu perusahaan akan lebih mudah untuk dilakukan. Tanpa sebuah *brand* produk akan hanya mejadi komoditas. Setiap brand adalah produk, tapi tidak semua produk adalah *brand*. *Brand* yang berhasil bisa mnejadi hambatan bagi para pesaing yang menginginkan produknya terkenal dengan *brand* yang sama. *Brand* memiliki peran strategis sebagai pembeda dengan *brand* yang ditawarkan oleh para pesaing. Menurut konsumen, brand yang terpercaya merupakan jaminan atas konsistensi kinerja suatu produk. Brand juga merupakan janji kepada kosnumen jika dengan menyebut namanya terdapat harapan produk tersebut akan memberikan kualitas yang baik.

Brand yang kuat datang dari persepsi konsumen atas produk yang memiliki keunggulan, menciptakan citra yang menjadi keinginan konsumen, dan membngkitkan pengalaman tertentu saat konsumen berinteraksi dengannya.¹⁰⁹

Salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan PT PAL Indonesia dalam

¹⁰⁸ Todaro, M.P. dan Smith, S.C. 2006. *Pembangunan Ekonomi*. Jilid I Edisi Kesembilan. Haris Munandar (penerjemah). Erlangga, Jakarta.

¹⁰⁹ Tybout, Carpenter. (2000). *Creating & Managing Brands*.

membranding perusahaannya yaitu melalui penilaian konsumen. Berhasilnya perusahaan tersebut menciptakan alutsista seperti kapal dagang, kapal perang, kapal selam dan juga alutsista lainnya yang sudah dioperasikan dan digunakan oleh konsumen membuat PT PAL Indonesia (Persero) memiliki citra yang baik. PT PAL Indonesia (Persero) juga membranding dirinya sebagai perusahaan produsen alutsista (Alat Utama Sistem Pertahanan) terbesar di Indonesia dan juga menjadi satu-satunya negara di ASEAN yang dapat mengekspor kapal perang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam melakukan ekspor kapal perang jenis Strategic Sealift Vessel ke Filipina, PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan strategi *cost leadership*, strategi kualitas produk, strategi internasionalisasi dan strategi *corporate branding*. Strategi *cost leadership* digunakan untuk menarik konsumen, yaitu Filipina, melalui harga pasar yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Meskipun menetapkan harga yang rendah, akan tetapi PT PAL Indonesia (Persero) tidak menurunkan kualitas ekspor. Strategi ini diterapkan melalui sejumlah tahapan (1) Indonesia melakukan riset pasar dengan tujuan melihat keadaan serta karakteristik dari pasar. Riset ini berupa riset terkait perincian kebutuhan dari Filipina, daya beli Filipina, serta sikap dari Filipina, keadaan persaingan, trend, dan peluang pasar. (2) Indonesia mempelajari kemampuan internal dari perusahaan ketika menciptakan produk kapal perang jenis SSV yang dikirim ke Filipina sebagai tujuan ekspor. (3) Desain dari produk kapal perang SSV yang dikirim ke Filipina patut disesuaikan dengan spesifikasinya sesuai dengan permintaan Filipina.

Strategi internasionalisasi digunakan oleh PT PAL Indonesia (persero) untuk menentukan pangsa pasar yang akan dituju, memperluas sektor penjualan, mendapatkan sumber daya, supplier dan juga memanimalisir persaingan. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi penjualan suatu perusahaan, pertama barang atau jasa yang dihasilkan membuat konsumen tertarik, kedua karena memang konsumen tertarik untuk membeli. Pada hal ini faktor pertama yang membuat PT PAL Indonesia (Persero) berhasil menjual produknya yaitu dikarenakan Filipina

tertarik terhadap produk kapal perang yang dibuat oleh perusahaan alutsista Indonesia tersebut. Sedangkan strategi *corporate branding* diterapkan oleh perusahaan PT PAL Indonesia (Persero) untuk memiliki citra yang baik serta mengembangkan reputasi perusahaan di pasar. Salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan PT PAL Indonesia dalam membranding perusahaannya yaitu melalui penilaian konsumen. Berhasilnya perusahaan tersebut menciptakan alutsista seperti kapal dagang, kapal perang, kapal selam dan juga alutsista lainnya membuat PT PAL Indonesia (Persero) memiliki citra yang baik dihadapan para konsumen. PT PAL Indonesia (Persero) juga membranding dirinya sebagai perusahaan produsen alutsista (Alat Utama Sistem Pertahanan) terbesar di Indonesia dan juga menjadi satu-satunya negara di ASEAN yang dapat mengekspor kapal perang.

B. Saran

Penelitian skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapakan saran dan kritik dari berbagai pihak dalam rangka menyempurnakan penelitian ini. Peneliti juga akan memberikan saran kepada berbagai pihak. Pertama, para pembaca maupun para penstudi hubungan internasional dan juga kepada peneliti selanjutnya yang tertarik dengan kajian dan topik yang sama agar lebih baik lagi dari segi konsep, sudut pandangan teori untuk lebih dipertajam lagi, serta data-data yang akan disajikan lebih luas, mendalam dan juga terstruktur.

Kedua, untuk PT PAL Indonesia (Persero) dalam mengekspor kapal perang lebih ditingkatkan dari segi produksinya dan sering mengikuti *tender* Internasional kapal perang agar dapat memiliki relasi dengan negara-negara lain

seperti Korea Selatan dan Australia yang dikenal sebagai negara produsen kapal hingga jet untuk perang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- Andi P. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-ruzzmedia.
- Amir, M. (2004). *Strategi Memasuki Pasar Ekspor*. Penerbit PPM.
- Boediono. (1999). *Teori Perumbuhan Ekonomi* (Edisi Pert). Cetakan Pertama BPFE.
- Bogdan dan Taylor. (2012). *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bryson, J. M. (1999). *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial* (P. Pelajar (ed.)).
- Dr. Winardi, S. (1981). *Manajemen Pemasaran*. Sinar Baru.
- Fajar Harry Sampurno. (2011). *Keruntuhan Industri Strategis Indonesia*. Jakarta : Khazanah Bahari.
- Fandy Tjiptono.(2009). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Gayo, H. M. I. (2000). *Upaya Warga Negara*. Buku Pintar, Seri Senior.
- Husein Umar.(200). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imron rosidi. (2005). *karya tulis ilmiah*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jhon M. Bryson. (1999). *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Koltel, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Lan, N. . (1952). *Tiongkok Sepanding Abad*. Balai Pustaka.
- Marzuki.. (2000) *Metodologi Riset*.. Yogyakarta: BPFE-UII.
- Matthew b.(1920). *Analisis data kualitatif buku sumber tentang metode-metode baru/matthew B miles dan A Michael Huberman: penerjemah tjejep rohendi rohidi*. Jakarta:penerbit Universitas:Indonesia.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Mochtar, Mas'ood. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. Jakarta LP3ES.
- Nana Syaodih Sukmadinata.(2009). *Metode penelitian pendidika*. Bandung: Remaja rosdakarya.
- Patmasari, T. (2016). *Perkembangan Terakhir Batas Maritim Indonesia Dengan Negara Tetangga*.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Mutu Terpadu*. PT. Bumi Aksara.
- Sampurno, F. H. (2011). *Keruntuhan Industri Strategis Indonesia* (K. Bahari (ed.)).
- Sugiyono. (2014). *Moteodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D`*. CV. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (1993). *Managemen Penelitian* (Cet. Ke-2). PT. Renika Cipta.
- Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Sukardi. (2008) *metodologi penelitian pendidikan kompetensi dan prateknnya*. Jakarta;PT Bumi Aksara.
- Suyadi Prawirosentono. (2002). *Manajemen Mutu Terpadu* . Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tambunan. (2002). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Ghalian Indonesia.
- Tandjung, M. (2011). *Aspek dan Prosedur Ekspor-Import*. Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2009). *Manajemen .Jasa*. Andi.
- Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis* (Gramedia P).
- Wibowo. (2010). *Manajemen Kinerja*. Rajawali Press.

ARTIKEL JURNAL

- Assembly, U. G. (2008). *Report of the Secretary-General on Ocean and The Law of The Sea*.
- Anthony Csabafi. 1971. *The Concept of State Jurisdiction in International Space Law, The Hague*.
- Balmer, J. M. T., & R., G. E. (2003). *Corporae Brands : What Are They ? What Of Them ?* *European Journal Of Marketing*, 37(7), 92–97.
- Dueck, C. (2006). *Relucant Crusaders: Power, Culture and Change In American Grand Strategy*. Princeton University.

Gary, Hart. (2004). *The Fourt Power: A Grand Strategy For The United Statesin The Twenty Fisrt Century* (Oxford University Press).

Hunger, H. W. and J. D. (2008). *Strategic Management and Business Policy. Prentice Hall International.*

Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The Internationalization Process of The Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market. *Journal of International Business Studies.*

Lehtinen, U. and Penttinen, H. Definition Of The Internationalization Of The Firm. In U. (1999) Lehtinen, H. Seristoe (Eds). *Perspectives On Internationalization. (Helsinki: Helsinki School Of Economics And Business Administration,. Vol 3).*

Valipour, H., Birjandi, H., & Honarbakhsh, S. (2012). The Effect of Cost Leaderhip Strategy and Product Differentiation Strategy on the Performance of Firms. *Journal of Asian Business Strategy.*

Wheelen Hunger and J. David Hunger. (2008). *Strategic Management and Business Policy. Prentice Hall International: New Jersey.*

Tesis

Aliza, W. (2018). *Peran Pemerintah Dalam Mensejahterakan Masyarakat dari Potensi Maritim.* Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Azria, A. T. (2018). *Analisis Strategi Perusahaan dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus pada CV. Aroma & Co).* Universitas Sumatera Utara.

Indrianto, B. (2009). *Strategi Pemasaran Ekspor Pada PT. Industri Api (INKA) Madiun dalam Meghadapi Persaingan Internasional.* Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pratama, M. D. A. (2020). *Pengaruh Kerjasama Indonesia-Bangladesh di Bidang Perkeretaapian Terhadap Pembentukan Indonesia Bangladesh Preferential Trade Agreement (IB-PTA) Tahun 2018.* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Putra, G. P. (2011). *Startegi PT. Indokom Samudra Persada Memasuki Pasar Udang Prancis Dalam Tahun 2008-2009.* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Trahastadie, S. A. (2019). *Kerjasama PT. PAL Indonesia Dengan Damen Schelde Naval Shipbuilding Belanda Dalam Bidang Pertahanan Untuk Modernisasi Alat Utama Sistem Persenjataan Indonesia (2012-2017).* Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Website Resmi

Dpr.go.id. Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2007. .Diakses pada 06 Juli 2021. https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2007_20 Undang-undang Republik Indonesia 2007.

Gazete, O. “Q&A on the Philippine and Indonesian agreement on the Exclusive Economic Zone Boundary”, diakses 3 Januari 2021 <http://www.gov.ph/2014/05/23/faqson-the-philippines-and-indonesiaagreement-on-the-delimitation-of-eezboundary>.

Indonesia Institute. Pemenuhan Alutsista dan Kemandirian Industri Pertahanan, Diakses pada 2 januari 202, http://www.theindonesianinstitute.com/wp-content/uploads/2014/02/Materi-TheIndonesian-ForumSeri-27-TheIndonesian-InstitutePemenuhan-Alutsista-dan-Kemandirian-Industri-Pertahanan_TB-Hasanuddin.

Kemendag. *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. diakses 15 Februari 2021 <https://www.kemendag.go.id/>.

Kemhan. RI-Philipina Tandatangani MoU Logistik dan Industri Pertahanan. Diakses pada 20 Desember 2020 <https://www.kemhan.go.id/2020/02/27/ri-philipina-tandatangani-mou-logistik-dan-industri-pertahanan.html>.

Kemhan. *RI-Philipina tandatangani MoU Logistik dan Industri pertahanan*, diakses pada 25 Juli 2021, <https://www.kemhan.go.id/2020/02/27/ri-philipina-tandatangani-mou-logistik-dan-industri-pertahanan.html>.

Kemhan. Menhan RI dan Menhan Filipina bahas peningkatan kerjasama pertahanan”, diakses pada 28 Juli 2021. <https://www.kemhan.go.id/2016/06/21/menhan-ri-dan-menhan-philipina-bahas-peningkatan-kerjasama-pertahanan.html>.

Kkp.go.id. Direktori Pulau-Pulau Kecil Indonesia..Diakses 12 Juli 2021 http://www.ppkkp3k.kkp.go.id/direktoripulau/index.php/public_c/pulau_info/306.Philippines national statistical office. *the 2010 census of population housing reveals the philipine population at 92,34 million*, diakses 20 Desember 2020,

<https://www.census.gov.ph/content/2010-census-population-and-housing-reveals-philippine-population--million>.

PT PAL Indonesia. *Profil PT PAL*. PT PAL Indonesia : Surabaya. Diakses Pada 4 juni 2022 <https://pal.co.id/>.

Republic Of The Philipines Department Of Foreign Affairs. *Ph hosts 9th meeting of the ph-ri jpwg on maritime and ocean concerns in makati city*. di akses pada tanggal 06 Juli 2020. <https://dfa.gov.ph/dfa-news/dfa-releasesupdate/9525-ph-hostsi-9th-meetinng-of-the-ph-ri-jpwg-on-maritiime-and-ocean-concerns-in-makati-city>.

Internet

Berita satu.. *TNI AL Gelar Patroli di Perbatasan Filipina-Indonesia*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/dunia/440120/tni-al-gelar-patroli-di-perbatasan-filipinaindonesia> 20 Februari 2021.

CNN Indonesia. 2014. *Indonesia Ikut Tender AlutsistaMiliter Filipina*. Diakses 28November2021<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20141217172403-106-18867/indonesia-ikut-tender-alutsista-militer-filipina>.

Indonesia embassy. *Indonesia-Philippines Action Plan 2013*. Diakses pada tanggal9Juli2022. <http://www.indonesianembassy.org.ph/news/12152011>.

Kom info. *Kerjasama Indonesia–Filipina (9 Maret 2011)*. diakses pada tanggal 9 Juli 2021. dalam <http://kominfonewscenter.com/index.php>.

Kom info. *Kerjasama Indonesia – Filipina (9 Maret 2011)*. diakses pada20 Desember 2020 <http://kominfonewscenter.com/index.php>.

Mata- mata politik. *Indonesia dan Filipina sepakati kerjasama logistik dan pertahanan*. Diakses pada 28 Juli 2021 <https://www.matamatapolitik.com/indonesia-dan-filipina-sepakati-perjanjian-logistik-dan-pertahanan-news/>.

Maritimnews. 2017. *Upaya Atasi Perompak di Perairan Perbatasan Indonesia-Filipina (Bagian II)*. Diakses pada 20 Februari 2021.

Melalui <http://maritimnews.com/2017/05/upaya-atasi-perompak-di-perairan-perbatasan-indonesia-filipina-bagian-ii/>.

Metro tv news. *Potensi Indonesia Sebagai Negara Maritim*, , Diakses 08 Februari 2021, <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2014/130/252/30857613/potensi-indonesia-sebagai-negara-maritim>.

Merdeka, Indonesia dan Filipina Capai Kesepakatan Kerjasama. .Diakses 12 Juli 2021 <https://www.merdeka.com/politik/indonesia-filipina-capai-kesepakatan-kerjasama-empat-agenda-ziyhagz.html>.

National Tempo. Senjata Tempur Tni Sudah Tua dan Lelah. diakses pada 2 Januari 2021, <https://nasional.tempo.co/read/438273/ketika-senjatatempur-tni-sudah-tua-dan-lelah>.

News OkeZone. Keamann Filipina Meningkatkan di Bawah Pemerintahan Duterte, diakses 13 Januari 2021, <https://news.okezone.com/keamanan-filipina-diklaim-meningkat-di-bawah-pemerintahan-duterte>.

Republika.co.id. 2016. *Filipina Puas dengan Kapal Perang Buatan Indonesia*. Diakses pada 23 januari 2021 . <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/09/29/oe9c0u335-filipina-puas-dengan-kapal-perang-buatan-indonesia>.

Scribd. *Pengertian Prosedur Menurut Para Ahli*. Diakses pada 22 Desember 2021. <http://www.scribd.com/doc/95784643/pengertian-prosedur>.

Tri patmasari, “*Perkembangan Terakhir Batas Maritim Indonesia Dengan Negara Tetangga*”. Seminar Nasional NKRI 2016.