

# **STRATEGI EKSPOR SERAGAM MILITER INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT DAN NEGARA-NEGARA EROPA OLEH PT. SRI REJEKI ISMAN (SRITEX)**

**Oleh : Harum Anugerah Utami**

*harumtami10gmail@gmail.com*

**Pembimbing: Dra. Den Yelta, M.Phil**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## ***Abstract***

*This research describes the strategy of PT Sritex in exporting military uniforms to the United States and European countries. Comoditi non oil and gas exports that sed a in mainstay the Indonesian economy is textil . Value of textile comodity export is increasing year by year. As the largest textile company in Southeast Asia, PT Sritex is trusted to supply military uniforms to NATO, European countries and the United States. And also supplies for another 31 countries in the world.*

*The research is descriptive quantitative method. All data and information are obtained from telephone interviews, journals, books, documents, company reports and online media. The focus of this research is how the strategy of exporting Indonesian military uniforms to United States and European countries by PT. Sritex . This research uses the perspective of liberalism and export theory and the theory of international cooperation.*

*Strategies undertaken by PT Sritex in m export uniform military to America Union and Countries Europe is with enhancing capacity production and fixing planning system as well as the production process, availability high quality raw ingredients as important in the production process, scaling up diversification product, scaling up network with customers, approaching the destination of country export, increasesing efficiency of product, and developing of human resources.*

***Keywords: Strategy, Exports, Military Uniforms, PT. Sritex, United States, European countries***

## PENDAHULUAN

Perdagangan internasional merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Giatnya aktivitas perdagangan suatu negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya, serta menjadi tolok ukur tingkat perekonomian negara itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara. Melalui perdagangan pula suatu negara bisa menjalin hubungan diplomatik dengan negara tetangga sehingga secara tidak langsung perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik. Perdagangan atau perniagaan pada umumnya adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untuk memperoleh keuntungan.

Peran negara dalam tatanan dunia baru ekonomi global dengan menawarkan pembahasan mengenai globalisasi ekonomi dunia dan implikasinya terhadap ekonomi politik internasional. Dijelaskannya bahwa semenjak perang dingin, globalisasi telah menjadi karakteristik utama dari ekonomi internasional. Pada pertengahan dekade 1980-an, sebuah revolusi dalam ekonomi politik internasional terjadi saat perusahaan multinasional (MNC), penanaman modal asing secara langsung (FDI), dan intensitas perdagangan dunia semakin masif telah mengakibatkan dampak yang luar biasa terhadap perkembangan ekonomi dunia. Melalui instrumen-instrumen tersebut meningkatnya dampak interdependensi ekonomi menjadi hal yang semakin penting.<sup>1</sup>

Tekstil adalah komoditi ekspor non migas menjadi andalan perekonomian Indonesia. Nilai ekspor komoditi tekstil dari tahun ke tahun semakin meningkat.

<sup>1</sup> Budi Winarno, *Dinamika Isu-Isu Global Kontemporer*, (Yogyakarta: CAPS, 2014) Hal.119

Perkembangan nilai ekspor tekstil dan produk tekstil (TPT) juga semakin meningkat. Masih banyak orang Indonesia yang belum tahu akan prestasi sesamanya dikancah internasional. Seperti yang dilakukan oleh PT Sri Rejeki Isman (Sritex). Sebuah perusahaan yang bergerak di bidang tekstil ini telah mengharumkan nama Indonesia di kancah Internasional dengan memasok seragam militer ke 31 negara.

PT Sri Rejeki Isman (Sritex) Sukoharjo Jawa Tengah ini didirikan oleh Haji Mohammad (HM) Lukminto pada tahun 1966. Berawal dari pedagang kecil di Pasar Kelewer, Solo, kini HM Lukminto telah menjelma menjadi pengusaha besar di dunia pertekstilan nasional dan bahkan Internasioal. Perusahaan tekstil PT Sri Rejeki Isman (Sritex) milik pengusaha HM Lukminto tak hanya memproduksi seragam militer saja, mereka juga memproduksi merek-merek pakaian terkenal di dunia seperti Zara atau Timberland. Kebutuhan seragam militer 31 negara dipenuhi oleh PT Sritex, Sukoharjo, Jawa Tengah, sementara 40 negara lainnya menjalin kerja sama perdagangan dengan perusahaan tekstil tersebut baik meliputi pakaian dengan berbagai model, kain, dan benang.<sup>2</sup>

Enam dari Tiga Puluh negara yang dibuatkan seragam militernya oleh Sritex, adalah negara-negara Eropa, seperti Jerman, Inggris, Austria, Swedia, Belanda, dan Kroasia. Sritex cukup bangga bisa membuat seragam militer negara-negara Eropa ini karena, negara-negara di Eropa merupakan salah satu pakaian seragam tersulit di dunia dalam memproduksinya, bahkan menjadi standar seragam NATO.

<sup>2</sup> Negara tujuan ekspor seragam militer diakses dari:

<http://market.bisnis.com/read/20150313/192/411447/2-negara-ini-percayakan-order-seragam-militer-ke-sritex> (diakses pada 28 November 2017)

Proses kerjasama dengan negara-negara tujuan ekspor berupa pengajuan proposal dan berdasarkan permintaan dari negara-negara tersebut. Ekspor yang dilakukan PT. Sritex ke beberapa negara tujuan ekspor menghasilkan pendapatan ± US\$675 juta pertahun. Ekspor yang dilakukan ke Amerika Serikat nilai totalnya mencapai 300 juta dolar per tahun, sementara kedua ke kawasan Eropa yang nilainya mencapai 200 juta dolar Amerika Serikat.<sup>3</sup>

Tabel 1.1

**Total seragam dan tahun pertama tender AS dan Negara-negara Eropa**

Negara	Tahun tender	Total seragam
Jerman	1995	300.000 stel
Norwegia	2001	90.000 stel
Belanda	2004	350.000 stel
AS	2007	750.000 stel
Kroasia	2010	50.000 stel

Tabel 1.2

**Pendapatan dari negara tujuan ekspor**

Tujuan ekspor	Pendapatan
Amerika serikat	US\$300.000.000
Kawasan eropa	US\$200.000.000
Asia	US\$178.500.000
Timur tengah	US\$ 155.000.000
Afrika	US\$ 135.000.000

Dalam penelitian ini Perspektif yang digunakan penulis adalah **Perspektif Liberalisme**. Perspektif liberalisme

<sup>3</sup><http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/01/22/348383/sritex-pasok-seragam-militer-ke-30-negara>

merupakan salah satu pendekatan ekonomi politik internasional yang ada pada dasarnya berawal dari pandangan bahwa setiap manusia itu baik dan rasional, dan karena manusia itu rasional maka akan menginginkan adanya kerjasama untuk mencapai kepentingan bersama dan perdamaian. Pandangan akan kepentingan dan kerjasama antar manusia ini yang kemudian menuntut pada salah satu asumsi dasar kaum liberalis, yaitu adanya keyakinan bahwa hubungan internasional lebih bersifat kooperatif daripada konfliktual.

Tingkat analisis yang digunakan untuk memahami perilaku dari aktor hubungan internasional menjadi lima: Pertama, Tingkat analisa yang melihat fenomena hubungan internasional sebagai interaksi perilaku individu-individu. Kedua, Tingkat analisis kelompok. Ketiga, Tingkat analisis negara bangsa. Keempat, Tingkat analisis Kelompok Negara-Bangsa. Kelima, Tingkat analisis Sistem Internasional. Berdasarkan tingkat analisis yang telah dipaparkan, penelitian ini menggunakan tingkat analisis negara bangsa.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan **Teori Ekspor, serta Teori Kerjasama Internasional**.

Pertama, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori-teori yang mendukung penulisan penelitian ini sesuai dengan kajian ekonomi-politik yang penulis pahami selama ini.

**Teori Ekspor.** Ditinjau dari sudut pengeluaran, ekspor merupakan salah satu faktor terpenting dari *Gross Nasional Product* (GNP), sehingga dengan berubahnya nilai ekspor maka pendapatan masyarakat secara langsung juga akan mengalami perubahan. Di lain pihak, tingginya ekspor suatu negara akan menyebabkan perekonomian tersebut akan sangat sensitif terhadap keguncangan-keguncangan atau fluktuasi yang terjadi di

pasar internasional maupun di perekonomian dunia.

Menurut Irham dan Yogi, mendefinisikan ekspor sebagai berikut: “Menjual barang-barang ke luar negeri untuk ekspor memperoleh devisa yang akan digunakan bagi penyelenggaraan industri/pembangunan di negaranya, dengan asumsi ekspor yang terjadi haruslah dengan diversifikasi ekspor sehingga bila terjadi kerugian dalam satu macam barang akan dapat diimbangi oleh keunggulan dari komoditi lainnya”.<sup>4</sup>

Kegiatan ekspor adalah sistem perdagangan dengan cara mengeluarkan barang-barang dari dalam negeri keluar negeri dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Ekspor merupakan total barang dan jasa yang dijual oleh sebuah negara kenegara lain, termasuk diantara barang-barang, asumsi, dan jasa-jasa pada suatu tahun tertentu.<sup>5</sup> Selanjutnya pengertian ekspor menurut Todaro mengatakan bahwa yang dimaksud dengan ekspor: “Kegiatan perdagangan internasional yang memberikan rangsangan guna membutuhkan permintaan dalam negeri yang menyebabkan tumbuhnya industri-industri pabrik besar, bersamaan dengan struktur politik yang stabil dan lembaga sosial yang fleksibel”.<sup>6</sup> Teori ekspor peneliti gunakan untuk menganalisa manfaat kegiatan ekspor melalui transaksi perdagangan ini. Teori ekspor menjelaskan bahwa kegiatan ini dapat memperluas pasar bagi produk Indonesia. Kegiatan ekspor merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk Indonesia ke luar negeri. Seragam militer merupakan salah satu produk Indonesia yang mulai dikenal oleh masyarakat dunia secara perlahan. Apabila permintaan terhadap seragam militer buatan Indonesia semakin meningkat, pendapatan para produsen

seragam militer semakin besar. Dengan demikian, kegiatan produksi seragam militer di Indonesia akan semakin berkembang. Teori Kerjasama Internasional. Pada dasarnya setiap manusia adalah makhluk sosial yang cenderung untuk bekerjasama dengan orang lain. Secara lebih luas, teori ini juga berlaku pada setiap daerah. Tidak ada satu pun daerah yang dapat menghidupi kawasannya secara benar-benar mandiri, setiap daerah pasti membutuhkan daerah lain yang dapat menjadi penyangga dalam memenuhi kebutuhannya. Teori Kerjasama inilah yang nantinya akan digunakan untuk menjelaskan alasan utama timbulnya rencana untuk menjalin kerjasama perdagangan seragam militer Indonesia dengan negara tujuan ekspor.

Berdasarkan fenomena yang ada, penulis ingin meneliti dan membahas lebih lanjut, dengan judul penelitian **“Bagaimana strategi ekspor seragam militer Indonesia ke Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa yang dilakukan oleh PT Sritex?”**.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan gambaran umum PT Sri Rejeki Isman (Sritex)
2. Menjelaskan hubungan bilateral antara Indonesia dengan Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi ekspor seragam militer Indonesia oleh PT Sritex ke Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa.

### **Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis dan akurat. Penelitian ini mendeskripsikan strategi ekspor perdagangan seragam militer oleh PT. Sritex Indonesia ke Amerika Serikat dan negara-negara Eropa. Adapun teknik

<sup>4</sup> Laely Rahmawati Hidayat. *Teori Ekspor-Impor*. Tersedia di: <http://laelyrahmawati.wordpress.com/2013/11/26/ekspor-impor/>

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

pengumpulan data yang penulis gunakan adalah Library Research, yaitu dengan cara mengumpulkan data dari yang bersumber atau diambil dari jurnal, buku, dokumen, laporan-laporan dan media online yang berhubungan langsung dengan masalah ini dan juga meminta langsung ke perusahaan terkait. Dan juga melakukan wawancara via telepon dengan Humas perusahaan tersebut. Data-data yang yang didapat kemudian diarahkan dan disesuaikan terhadap permasalahan yang diangkat dari penulisan ilmiah.

### **TINJAUAN UMUM PT. SRI REJEKI ISMAN (SRITEX)**

Perseroan Terbatas dan disingkat dengan PT tidak dapat ditelusuri tetapi sebutan tersebut telah menjadi baku di dalam masyarakat bahkan juga dibakukan di dalam UU No. 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Pengertian Perseroan Terbatas terdiri dari dua kata, yakni perseroan dan terbatas. Perseroan merujuk kepada modal PT yang terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Adapun kata terbatas merujuk kepada pemegang yang luasnya hanya sebatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya

PT Sri Rejeki Isman (Sritex) dimulai sebagai sebuah perusahaan perdagangan yakni "Sri Redjeki" yang didirikan pada 1966 di pasar Klewer, Solo, Jawa Tengah oleh H. M. Lukminto. H.M. Lukminto diberi modal ayahnya Rp. 100.000. Dengan segenap usaha dan perjuangan, H.M. Lukminto berhasil berdagang batik di pasar klewer. Beliau bermimpi untuk membuat pabrik. Saat di Solo ia dapat mendirikan pabrik yang pada saat itu masih sekedar pabrik printing dan celup. Karena tata ruang kota Solo kecil dan tidak memungkinkan akhirnya Bapak Lukminto harus memindahkan perusahaannya ke suatu daerah dekat Solo dan pada tahun 1994 beliau memindahkan perusahaan ke desa Sukoharjo, pada saat itu luas perusahaan +5.500 m persegi dengan karyawan berjumlah 200 orang.

Produk perusahaan dibagi menjadi empat kategori: kapas, benang, kain, dan pakaian yang dijual kepada produsen tekstil serta pengecer. 70% hasil produksi diekspor ke luar negeri, 30% diantaranya adalah seragam militer. Selain pasar lokal, perusahaan mampu menembus ke 94 pasar di 55 negara antara lain: Jerman, Australia, Singapura. Perusahaan ini juga menyediakan produk seragam untuk perusahaan maupun militer. Saat ini, mencakup seragam militer dan Hasil produksi seragam militer berupa seragam upacara, seragam tempur, coverall, jaket tahan api, tahan noda, anti inframerah, tenda, tas, selimut, sarung bantal, dll.<sup>7</sup>

Perusahaan menunjukkan pendapatan yang terus tumbuh dapat dilihat CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) sebesar 12,8% selama 2008-2012. CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) atau disebut juga dengan laju pertumbuhan majemuk tahunan adalah konsep bisnis dan investasi yang memperhalus pandangan pertumbuhan tahunan dari sebuah bisnis dalam beberapa periode. Kontribusi yang kuat dari pasar ekspor (mencakup 54% dari total pendapatan FY12 + 50% di FY11) ditujukan pada kinerja pendapatan yang solid. Hal ini juga membantu perusahaan menghilangkan risiko forex pada bahan baku, yang pada dasarnya berbasis komoditas. Akibatnya, laba kotor dan laba bersih naik signifikan dengan CAGR sebesar 27% selama 2010-2012. Dengan meningkatnya batas (dari 17% dan 6,4% pada tahun 2010 menjadi 22% dan 8,0% pada tahun 2012 berturut-turut).<sup>8</sup>

PT Sri Rejeki Isman kemudian memperluas pabrik untuk memintal dan menenun pada tanggal 8 Mei 1982. Pendiri PT.Sritex, H.M. Lukminto, berhasil menjalankan Sritex menjadi terintegrasi

---

<sup>7</sup> *Loc. Cit:* Sejarah Sritex (diakses pada 4 Agustus 2018)

<sup>8</sup> *Loc. Cit:* Profil dan Perkembangan awal Sritex (diakses pada 4 Agustus 2018)

secara vertikal Textil dan Garment yang terdiri dari 9 unit pemintalan (Spinning), 5 unit penenunan (Weaving), 3 unit pencetakan-pencelupan (Dyeing Printing), dan 7 unit garment. Untuk menjalankan semua itu, PT Sri Rejeki Isman terletak di beberapa properti di area lebih dari 100 hektar dan mempekerjakan sekitar 25.000 orang.<sup>9</sup>

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SRIL meliputi usaha-usaha dalam bidang industri pemintalan, penenunan, pencelupan, pencetakan, penyempurnaan tekstil dan pakaian jadi. Untuk bisnis seragam, Sritex dipercaya menjadi produsen seragam tentara Jerman dan sejumlah negara NATO lainnya.

#### **HUBUNGAN BILATERAL INDONESIA DENGAN AMERIKA SERIKAT DAN NEGARA-NEGARA EROPA DALAM BIDANG EKSPOR SERAGAM MILITER PT. SRITEX**

##### **Sekilas Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat**

Hubungan antara Indonesia dan Amerika Serikat telah ditetapkan jauh sebelum Proklamasi Kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945. Hubungan diplomatik antara keduanya, bagaimanapun, secara resmi ditandai dengan pembukaan Kedutaan di masing-masing kedua negara. Amerika Serikat membuka Kedutaan Besarnya di Jakarta pada tanggal 28 Desember 1949 dan menunjuk Horace Merle Cochran sebagai Duta Besar AS pertama di Indonesia, sedangkan Indonesia menunjuk Dr. Ali Sastroamidjojo sebagai Kedutaan Indonesia pertama ke Amerika Serikat pada 20 Februari 1950.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> *Loc. Cit:* Profil dan Perkembangan awal Sritex (diakses pada 4 Agustus 2018)

<sup>10</sup> Sekilas hubungan bilateral Indonesia-Amerika Serikat <https://www.kemlu.go.id/washington/id/Pages/Ame>

##### **Dalam bidang perdagangan**

Amerika Serikat merupakan negara tujuan ekspor utama Indonesia, tercatat total ekspor Indonesia pada Januari-Maret 2018 ke Negeri Paman Sam tersebut mencapai USD 4,42 miliar, sementara impor sebesar USD 2,13 miliar. Indonesia mengantongi surplus senilai USD 2,28 miliar pada periode tersebut. Beberapa komoditas ekspor Indonesia ke Amerika Serikat yang mengalami peningkatan ekspor pada Maret 2018 dibanding Februari antara lain adalah alas kaki yang naik sebesar 46,07%, barang rajutan 26,29%, serta besi baja yang naik dari USD 2,13 juta menjadi USD 35,3 juta.<sup>11</sup>

##### **Sekilas Hubungan Bilateral Indonesia-Jerman**

Hubungan Diplomatik Indonesia – Jerman dibuka secara resmi pada tahun 1952. Namun Hubungan Jerman dengan Indonesia merupakan hubungan persahabatan Jerman terlama dengan negara di luar Eropa., jauh sebelum kemerdekaan. Istilah Indonesia, yang menjadi nama negara kita, juga dipopulerkan oleh orang Jerman. Adolf Bastian dalam laporannya menyebut Hindia“ yang disambung dengan kata bahasa Yunani nesus“ yang berarti pulau.

Juga hubungan dagang Jerman – Indonesia bisa ditelusuri sejak abad ke-19. Sebagai contoh tujuh tahun setelah Siemens didirikan di Jerman pada tahun 1854, Rumah Siemens sudah aktif di Surabaya. Selain itu Indonesia juga memainkan peranan yang tidak bisa diabaikan dalam sejarah kesusasteraan dan seni Jerman pada abad ke-19. Pelukis Indonesia Raden Saleh (1807-1880) mengabadikan perkembangan seni di Dresden, Jerman secara signifikan.

[rika-Serikat.aspx](#) (diakses pada 21 September 2018)

<sup>11</sup> Badan Pusat Statistik (Ekspor-Impor Indonesia ke Amerika Serikat)

## **Dalam bidang perdagangan**

Di sektor perdagangan, Jerman merupakan salah satu mitra dagang utama bagi Indonesia. Produk-produk ekspor unggulan Indonesia ke Jerman, antara lain minyak kelapa sawit, alas kaki, peralatan elektronik, pakaian dan asesoris pakaian, karet dan produk dari karet, mesin-mesin mekanik, kopi-teh & rempah-rempah, alat fotografi, kayu dan mebel. Sementara, produk ekspor Jerman ke Indonesia umumnya barang manufaktur seperti kendaraan bermotor, kendaraan pengangkut, mesin untuk industri yang memproduksi produk plastik, packaging, peralatan, perkapalan, peralatan komunikasi, barang kimia, peralatan laboratorium, dan produk metal.

## **Sekilas hubungan Bilateral Indonesia-Belanda**

Periode awal pasca Proklamasi Kemerdekaan Indonesia, hubungan antara Indonesia dan Belanda diwarnai dengan berbagai perundingan dan konferensi serta aktivitas militer yang intens. Persetujuan Meja Bundar yang ditandatangani di Den Haag pada tanggal 27 Desember 1949 telah mengakhiri konflik antara Indonesia dan Belanda, yang ditandai dengan penyerahan kekuasaan formal Belanda kepada Republik Indonesia.

Hubungan bilateral kedua negara sempat terkendala karena masalah pengembalian Irian Barat yang berujung pada pemutusan hubungan diplomatik pada bulan Agustus 1960. Dua tahun kemudian, melalui Perjanjian New York yang ditandatangani oleh Indonesia dan Belanda, disepakati bahwa Belanda menyerahkan Irian Barat kepada Pemerintah Sementara PBB (UN Temporary Executive Administration, UNTEA), yang kemudian menyerahkan Irian Barat kepada Indonesia pada bulan Mei 1963.

## **Dalam bidang perdagangan**

Komoditi ekspor utama Indonesia ke Belanda tahun 2010 antara lain minyak kelapa, kopra, alas kaki, karet, kayu (wood continuously shaped), dan printing machinery. Belanda merupakan negara tujuan ekspor Indonesia yang menempati posisi ke-9. Beberapa jenis produk ekspor Indonesia pada awal 2010 yang menunjukkan peningkatan secara signifikan di pasar Belanda antara lain: palm oil and its fraction naik 32,54%; unwrought tin naik 179,81%, printing machinery used for printing naik 79,28%, coconut "copra" and fraction thereof naik 65,14%, prepared binders for foundry moulds or cores naik 1018,57% dan natural rubber naik 150,05%.<sup>12</sup>

## **Sekilas Hubungan Bilateral Indonesia-Kroasia**

### **Kerja sama bidang ekonomi perdagangan**

Indonesia dan Kroasia memiliki instrumen hubungan kerja sama bidang ekonomi dan perdagangan yaitu:

1. Persetujuan Kerja Sama Ekonomi dan Teknik, 1997
2. MoU Pembentukan Komisi Bersama Kerja Sama Ekonomi dan Teknik, 1998
3. Persetujuan Peningkatan dan Perlindungan atas Penanaman Modal (P4M), 2002
4. Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda, 2002

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, dari 2012 hingga 2016, Indonesia selalu menikmati surplus. Pada tahun 2016, total perdagangan mengalami peningkatan yaitu USD 62,88 juta dari USD 46,01 juta pada tahun 2015. Pada periode Januari-Mei 2017, total perdagangan bilateral naik sebesar 33,41%

---

<sup>12</sup> *Loc.Cit*

dari periode yang sama tahun 2016 yaitu dari USD 21,37 juta menjadi USD 28,52 juta.<sup>13</sup>

### **Sekilas Hubungan Bilateral Indonesia-Norwegia**

Hubungan diplomatik RI – Norwegia dibuka pada Januari 1951, namun masih merupakan wilayah perangkapan KBRI Stockholm, Swedia sampai tahun 1962. Pada periode 1962 – 1981 Norwegia dirangkap oleh KBRI Kopenhagen, Denmark, dan baru pada 17 September 1981 KBRI Oslo resmi dibuka.

### **Dalam bidang perdagangan**

Nilai total perdagangan kedua negara cenderung meningkat dari tahun ke tahun dan pada tahun 2010 mencapai USD 353,79 juta.<sup>14</sup> Komoditas ekspor Indonesia adalah pakaian jadi, alas kaki, dan furniture, alat-alat komunikasi, alat-alat optic, dan rempah-rempah. Di bidang investasi, Norwegia telah menanamkan modal di Indonesia dalam bidang perikanan, industri kertas, industri kimia dasar, industri logam dasar, konstruksi, perdagangan & reparasi, pengangkutan, gudang & komunikasi, real estate.

### **Ekspor Seragam Militer PT. Sritex ke Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa**

Kerjasama yang terjalin antara PT. Sritex dengan Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa dengan adanya ekspor seragam militer dari PT. Sritex ke negara-negara tersebut. Sritex memang dikenal sebagai perusahaan penyokong seragam industri militer ke 31 negara dan North Atlantic Treaty Organization (NATO). PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) sudah tersohor akan reputasi produk yang mendunia. Berdiri sejak tahun 1966,

perusahaan yang bermula di Surakarta ini telah berhasil memasarkan produknya hingga lebih dari 100 negara. Maka dari itu, tak heran kini kontribusi ekspornya mencapai 53,34 persen dari total penjualan sebesar US\$572,59 juta hingga kuartal III 2017 silam.<sup>15</sup>

### **Ekspor Seragam Militer PT. Sritex ke Amerika Serikat**

Amerika Serikat termasuk negara yang sulit untuk dimasuki oleh PT. Sritex. Pasalnya seperti yang diketahui AS adalah negara adidaya dan juga negara super power. Selain itu AS juga sudah memproduksi seragam militer sendiri. PT Sritex selalu mengupayakan agar bisa memenangkan tender untuk seragam militer di AS. Butuh waktu sedikit lama sampai akhirnya terjalin kerjasama antara AS dan PT. Sritex.

Dalam kegiatan ekspor seragam militer ke negara-negara tujuannya, PT. Sritex mengajukan proposal tender. Tender pertama ke Amerika Serikat dimulai pada tahun 2007. Amerika Serikat juga merupakan bagian dari NATO. NATO menjadikan seragam militer buatan PT. Sritex sebagai standar seragam militernya. Karna itu Amerika Serikat mulai tertarik dengan seragam dari PT. Sritex.

Sejak 2007 sampai saat ini, terhitung sudah 4 kali PT. Sritex memenangkan tender untuk pakaian seragam di AS. Berikut adalah tabel tender pertama sampai terakhir juga total seragam yang diekspor ke Amerika Serikat.

<sup>13</sup> Sekilas hubungan bilateral Indonesia-Kroasia <https://www.kemlu.go.id/zagreb/id/Pages/Kroasia1.aspx> (diakses pada 21 September 2018)

<sup>14</sup> Badan Pusat Statistik

<sup>15</sup>

<https://www.gatra.com/rubrik/nasional/pemerintahan-daerah/221481-seragam-militer-nato-pakai-produk-pt-sritex> (diakses pada 8 September 2018)

Tabel 3.3

**Tahun tender dan total seragam  
Amerika Serikat**

Tahun tender	Total seragam
2007	750.000 stel
2010	850.000 stel
2013	900.000 stel
2016	1.000.000 stel

Data olahan penulis

**Kerjasama ekspor seragam militer  
PT. Sritex ke Negara-negara Eropa**

**Jerman**

Kerjasama PT. Sritex dengan negara-negara Eropa, pertama kali diawali oleh Jerman. Jerman menjadi negara ke 2 setelah NATO yang dibuatkan seragam militernya oleh PT. Sritex. Awal ketertarikan Jerman ketika pasukan TNI keluar negeri tahun 1994 menjadi sukarelawan. Dalam kesempatan tersebut, Jerman juga menjadi sukarelawan. Setelah melihat seragam pasukan TNI, pihak militer Jerman tertarik. Kemudian Jerman mengirim utusan dari pihak militernya, namun PT. Sritex tidak bisa memberikan nama utusan tersebut. PT. Sritex dinilai baik dan memenuhi standar seragam militer Jerman. Spesifikasi yang paling diinginkan Jerman yaitu: Anti infrared. Standar dari Jerman lebih tinggi dibandingkan negara-negara lain yang ditangani oleh PT. Sritex.<sup>16</sup> Ekspor seragam militer ke Jerman baru dimulai dari tahun 1995. Tender pertama terjadi di tahun 1995. Hingga saat ini, PT. Sritex sudah 7 kali memenangkan tender untuk seragam militer Jerman. Berikut tahun dan banyaknya seragam yang dibuatkan PT. Sritex:

<sup>16</sup> Wawancara via phone penulis dengan Humas PT Sritex, Basuki Saptano pada tanggal 26 Oktober 2018 pukul 14.39

Tabel 3.4

**Tahun tender dan total seragam Jerman**

Tahun Tender	Total seragam
1995	300.000 stel
1998	450.000 stel
2001	650.000 stel
2004	750.000 stel
2007	800.000 stel
2010	865.000 stel
2013	950.000 stel
2016	1.100.000 stel

Data olahan penulis

**Belanda**

Setelah Jerman negara di kawasan Eropa yang dibuatkan seragam militernya oleh PT. Sritex adalah Belanda. Belanda merupakan salah satu negara yang tergabung dalam NATO dan juga pendiri NATO. Proses tender dari Belanda menjadi lebih mudah bagi PT. Sritex karena sudah menjadi anggota NATO. Berikut ini adalah tabel tender pertama sampai terakhir juga total seragam yang diekspor ke Belanda:

Tabel 3.5

**Tahun tender dan total seragam  
Belanda**

Tahun tender	Total seragam
2004	350.000 stel
2007	500.000 stel
2010	600.000 stel

2013	750.000 stel
2016	850.000 stel

Data olahan penulis

### Norwegia

Norwegia menjadi negara ke-3 di Eropa setelah Belanda yang dibuatkan seragam militer oleh PT. Sritex. Awalnya norwegia juga tertarik melihat seragam NATO. Norwegia juga merupakan negara anggota NATO. Proses tender dari Norwegia juga menjadi lebih mudah bagi PT. Sritex karena sudah menjadi anggota NATO. Berikut adalah tabel tender pertama sampai terakhir juga total seragam yang diekspor ke Norwegia:

Tabel 3.6

#### Tahun tender dan total seragam Norwegia

Tahun tender	Total seragam
2001	90.000 stel
2004	110.000 stel
2007	200.000 stel
2010	250.000 stel
2013	380.000 stel
2016	450.000 stel

Data olahan penulis

### Kroasia

Negara selanjutnya setelah norwegia. Kroasia juga merupakan negara anggota NATO dan bergabung pada 1 April 2009. Awalnya juga ketertarikan yang sama dengan seragam buatan PT. Sritex yang digunakan anggota NATO sebelumnya dan juga Jerman. Tender pertama dimulai pada

2010. PT Sritex juga mudah dalam melakukan proses tender karna Kroasia merupakan negara anggota NATO. Berikut ini adalah tabel tender pertama sampai terakhir juga total seragam yang diekspor ke Kroasia:

Tabel 3.7

#### Tahun tender dan total seragam Kroasia

Tahun tender	Total seragam
2010	50.000 stel
2013	80.000 stel
2016	120.000 stel

Data olahan penulis

## STRATEGI PT. SRI REJEKI ISMAN (SRITEX) MENGEKSPOR SERAGAM MILITER KE AMERIKA SERIKAT DAN NEGARA-NEGARA EROPA

### Strategi

Berbagai capaian pertumbuhan tersebut diraih melalui implementasi berbagai strategi yang dijalankan sepanjang 2016. Strategi-strategi yang telah terlaksana sepanjang 2016 terdiri atas empat fokus utama, meliputi ekspansi kapasitas produksi, peningkatan efisiensi produksi, perluasan diversifikasi produk, serta perluasan jaringan pelanggan, baik domestik maupun internasional. Adapun strategi yang disiapkan PT. Sritex:

#### 1. Meningkatkan kapasitas produksi dan memperbaiki sistem perencanaan serta proses produksi.

Ekspansi kapasitas produksi dijalankan secara bertahap sepanjang 2016 guna memenuhi permintaan pelanggan yang meningkat. Pada divisi *spinning*, Perseroan telah melakukan ekspansi dari 566.000 bales menjadi 654.000 bales. Di divisi

*finishing*, ekspansi yang dilakukan telah meningkatkan kapasitas dari 120 juta yards menjadi 240 juta yards kain yang akan mulai beroperasi dipertengahan tahun 2017. Dalam divisi *weaving*, kapasitas produksi juga telah meningkat dari 120 juta meter menjadi 140 juta meter kain mentah yang diperkirakan akan meningkat menjadi 180 juta meter kain mentah di pertengahan tahun 2017. Kemudian, ekspansi yang dilakukan Perseroan telah meningkatkan kapasitas produksi pakaian jadi dari 18 juta menjadi 23 juta potong pakaian yang diperkirakan akan meningkat menjadi 30 juta potong pada akhir tahun 2017.<sup>17</sup>

## **2. Memastikan tersedianya bahan baku berkualitas tinggi sebagai penting dalam proses produksi**

Produk Sritex dihasilkan dari berbagai bahan baku pilihan, mulai dari rayon, katun dan polyester dengan standar yang tinggi dengan strategi penjualan “made to stock” hal yang diterapkan oleh Perusahaan untuk produk benang dan greige. Hal ini melengkapi produksi kain jadi, serta pakaian jadi dalam bentuk seragam maupun fashion yang strategi penjualannya menggunakan pola “made to order”<sup>18</sup>

## **3. Perluasan diversifikasi produk**

Selanjutnya, perluasan diversifikasi produk serta perluasan jaringan pelanggan yang dilakukan telah menghadirkan nilai tambah bagi Perseroan terkait peningkatan kinerja sepanjang 2016. Diversifikasi produk yang dilakukan meliputi produk-produk kemiliteran, seperti seragam, IPP set, ransel, mantel hujan, tenda, serta *sleeping bag*. Perluasan diversifikasi produk juga dilakukan pada segmen-segmen lain, seperti produk *fashion* dan seragam kerja serta operasional.<sup>19</sup>

## **4. Perluasan jaringan pelanggan**

Terkait perluasan jaringan pelanggan, secara spesifik Perseroan menjalankan beberapa strategi seperti (1) berpartisipasi pada acara-acara maupun pameran terkait industri tekstil dan pakaian, (2) membuat iklan pada semua media publikasi dan situs-situs internet terkait industri tekstil, (3) membuat kantor pemasaran di Jakarta, Bandung, Surakarta, dan Surabaya, menempatkan agen-agen kantor pemasaran di Australia, Jerman, UAE, Hong Kong, Singapura, dan Amerika, serta mengaplikasikan strategi-strategi pemasaran yang unik, seperti *multiproduct*, *multicustomer*, dan *multicountries*.<sup>20</sup>

## **5. Melakukan pendekatan dengan Negara tujuan ekspor**

Untuk pasar internasional, strategi pendekatan dengan negara tujuan ekspor adalah hal yang sangat penting yang dilakukan PT.Sritex. sebelumnya perusahaan melakukan survey terlebih dahulu, kemudian baru diadakan pendekatan. Untuk memastikan produknya tetap diminati oleh pelanggan dan menarik perhatian pelanggan, PT Sritex gencar melakukan promosi-promosi di media online Internasional dan juga mengadakan pameran karya hasil produksi dari PT Sritex yang dilakukan di Amerika Serikat, Negara-negara Eropa dan juga negara tujuan ekspor lainnya.

## **6. Meningkatkan efisiensi produk**

Peningkatan efisiensi produksi telah dijalankan Perseroan melalui tiga aspek pendukung, meliputi peralatan produksi yang modern dan superior, proses kontrol kualitas produksi yang terintegrasi, serta pemeliharaan mesin yang terjaga. Untuk menjaga kualitas produksi, Perseroan telah memastikan bahwa peralatan yang digunakan merupakan mesin-mesin dengan kualitas unggul dan teruji dari produsen-pemroses ternama asal Eropa dan Jepang. Proses kontrol terhadap kualitas produksi dilaksanakan mulai sejak tahap penerimaan bahan baku dengan tiap

<sup>17</sup> Annual Report PT. Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) 2016: Strategi hal. 249

<sup>18</sup> Annual Report PT. Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) 2016: Strategi hal. 250

<sup>19</sup> Annual Report PT. Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) 2016: Strategi hal 252

<sup>20</sup> Annual Report PT. Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) 2016: Strategi hal. 253

tahapan produksi diawasi secara ketat melalui sistem kontrol kualitas. Selain itu, Perseroan memiliki bagian Perencanaan Produksi dan Kontrol Persediaan (PPIC) yang melakukan pengecekan secara berkala terhadap sistem kontrol kualitas yang dijalankan.

## **7. Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan mitra strategis dalam upaya pencapaian visi Perseroan untuk tumbuh sebagai produsen tekstil dan garmen terbesar, bereputasi paling baik dan paling terpercaya. Oleh karena itu, Perseroan senantiasa berkomitmen untuk menjalankan tata kelola SDM yang berkualitas serta menjalankan berbagai program pengembangan SDM secara berkelanjutan.

Perseroan memiliki program-program pengembangan SDM yang diselenggarakan secara rutin di tiap tahun, meliputi program *Knowledge Management* serta *Achievement Motivation Treatment* (AMT). *Knowledge Management* merupakan upaya Perseroan untuk mengelola serta mendistribusikan secara merata pengetahuan yang dimiliki karyawan, melalui forum-forum diskusi. Berbeda dengan itu, AMT merupakan upaya Perseroan untuk mengevaluasi potensi serta kekurangan tiap karyawan, guna penyusunan strategi pengembangan SDM yang efektif.

## **Kesimpulan**

PT. Sri Rejeki Isman atau lebih dikenal dengan PT. Sritex adalah perusahaan tekstil yang terletak di Solo, Jawa tengah. PT Sritex memproduksi seragam militer untuk negara-negara luar dan seragam instansi pemerintah untuk Indonesia dan perusahaan-perusahaan Internasional. Total produksi sebanyak 70% dipasarkan ke luar negeri. Dari pasar ekspor, proporsi seragam militer mencapai 30%. Sisanya dijual dalam bentuk kain, benang, dan pakaian jadi. Seragam militer buatan PT Sritex telah menjadi

kepercayaan di 31 negara. PT Sritex juga ditunjuk untuk menjadi mitra resmi di luar Eropa untuk memproduksi seragam militer untuk NATO.

Dari 31 negara yang menjadi pelanggan tetap PT Sritex, Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Norwegia, Kroasia adalah negara-negara yang memesan total seragam terbanyak pada tender pertama. Amerika Serikat mengawali tender pertama pada tahun 2007; Jerman pada tahun 1995; Belanda pada tahun 2004; Norwegia pada tahun 2001; Kroasia pada tahun 2010.

Proses pengerjaan seragam militer PT Sritex bergerak dinamis karena dilakukan dalam kurun waktu sekali 3 tahun dengan sistem tender. PT Sritex mengajukan proposal ke negara tujuan ekspor dan bersaing dengan perusahaan dari Eropa dan Asia. Negara-negara yang dibuatkan seragam oleh PT Sritex memiliki spesifikasi yang berbeda dan tidak dapat disamakan negara satu dengan negara lainnya. Spesifikasi bergantung kepada kondisi dan medan yang dihadapi tentara dilapangan.

Strategi yang dilakukan PT Sritex dalam ekspor seragam militer ke negara-negara tujuan ekspor adalah:

1. Meningkatkan kapasitas produksi dan memperbaiki sistem perencanaan serta proses produksi
2. Memastikan tersedianya bahan baku berkualitas tinggi sebagai penting dalam proses produksi
3. Perluasan diversifikasi produk
4. Perluasan jaringan pelanggan
5. Pendekatan dengan Negara tujuan ekspor
6. Meningkatkan efisiensi produk
7. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sebagai hasil dari upaya pengendalian kualitas yang konsisten, Sritex memiliki sejarah kepuasan pelanggan yang tinggi, sebagaimana dibuktikan dengan tingkat yang rendah untuk produk yang cacat, pengembalian order, dan pengiriman yang terlambat. Selain itu, pesanan dari para klien militer seperti angkatan bersenjata seperti Jerman, Inggris, Belanda dan negara-negara NATO lainnya merupakan sebuah kesaksian tersendiri akan kualitas produk Sritex.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

Firdaus, Ahmad Heri. 2007. Analisis Daya Saing dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia di Pasar Amerika Serikat. FEM. IPB. Bogor.

Kasan. 2003. Perdagangan Luar Negeri. Jurnal Tinjauan Perdagangan Indonesia bagian I No. 27. Trade and Management Development Institute. Jakarta

Kusumawardiani, Riandini. 2005. Analisa Perkembangan Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) dan Peran Pasar Kuota bagi Indonesia. FEM. IPB. Bogor.

Sorcha Macleod and Douglas Lewis. 2004, "Transnational Cooperation: Power, Influence, and Responsibility", Global Social Policy, Vol 4

Theodore J. Lowi, 2001. "Our Millenium: Political Science Confronts The Global Corporate Economy", International Political Science Review, vol. 22 no.2.

Utomo, Tri Widodo W. *Telaah Normatif dan Empiris Tentang Implementasi Asas Dekonsentrasi di Indonesia*. Jurnal Borneo Administrator, Volume 8, Nomor 3, 2014, hal. 259-292

### Buku

Amir. 1996. *Ekspor Impor: Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Presindo.

Asosiasi Pertekstilan Indonesia. 2007. *Indonesia Highlight 2007*. Asosiasi Pertekstilan Indonesia, Jakarta.

Budi Winarno, *Dinamika Isu-Isu Global Kontemporer*. (Yogyakarta: CAPS,2014) hal 117-120.

David Held. 1999. *Global Transformations: Politics, Economic, and Culture*, Standford,California. Standford University Press.

Holsti, KJ. 1988. *International Politics: A Frame for Analysis*. New Jersey: Prentice Hall ever,

Ikbar, Yanuar. 2002. *Ekonomi Politik Internasional*. Jatinangor: Universitas Padjajaran.

Lipsey, Richard G. 1995. *Pengantar Makroekonomi Edisi Kesepuluh Jilid Dua*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Mankiw, N. George. 2000. *Teori Makroekonomi Edisi Keempat*. Penerjemah: Imam Nurmawan. Penerbit Erlangga, Jakarta. Terjemahan dari: Macroeconomics.

Mas`oed, Mohtar, 1989. *Studi Hubungan Internasional tingkat analisis dan teorisasi*. Yogyakarta

Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social Research Methods: Quantitative Approaches*. Amerika Serikat: Pearson International Edition,

Pramudji, S.. 1985. *Kerjasama Antar Daerah dalam Pembinaan Wilayah*. Jakarta.

Robert Gilpin dan Jean Mills Gilpin, 2002. *Tantangan Kapitalisme Global Ekonomi Dunia Abad ke-21*, Murai Kencana, Jakarta

Sitepu, P. Anthonius. 2011. *Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Todaro M P. 1995. *Pembangunan ekonomi di Dunia ke tiga*. Edisi keenam. Jakarta: Erlangga.

### **Data Resmi**

Laporan tahunan PT Sri Rejeki Isman Tbk tahun 2015

Laporan tahunan PT Sri Rejeki Isman Tbk tahun 2016

### **Website**

Fokus: Konsep Pengaruh, Tersedia di: <http://digilib.unila.ac.id/311/11/BAB%20II.pdf>

Laely Rahmawati Hidayat. *Teori Ekspor-Impor*. Tersedia di: <http://laelyrahmawati.wordpress.com/2013/11/26/ekspor-impor/>

[https://googleweblight.com/?lite\\_url=https://jakartagreater.com/60688-2//](https://googleweblight.com/?lite_url=https://jakartagreater.com/60688-2//)

<http://market.bisnis.com/read/20150313/192/411447/2-negara-ini-percayakan-order-seragam-militer-ke-sritex>

KBBI: <http://kbbi.kemdikbud.go.id>

PT Sritex: <http://www.sritex.co.id>

[www.britama.com](http://www.britama.com)

Sekilas hubungan bilateral Indonesia-Amerika Serikat: <https://www.kemlu.go.id/washington/id/Pages/Amerika-Serikat.aspx>

Sekilas hubungan bilateral Indonesia-Jerman:

<https://www.kemlu.go.id/berlin/id/Pages/Hubunganbilateral.aspx>

Sekilas hubungan bilateral Indonesia – Belanda:

<https://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/detail-kerjasama-bilateral.aspx?id=93>

Sekilas hubungan bilateral Indonesia-Kroasia:

<https://www.kemlu.go.id/zagreb/id/Pages/Kroasia1.aspx>

Hubungan kerjasama RI-Norwegia : <https://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/detail-kerjasama-bilateral.aspx?id=62>

<https://www.gatra.com/rubrik/nasional/pemerintahan-daerah/221481-seragam-militer-nato-pakai-produk-pt-sritex>

<http://www.soloblitiz.co.id/2014/02/24/menang-tender-sritex-garap-pesanan-baju-militer-jerman>

<http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/01/22/348383/sritex-pasok-seragam-militer-ke-30-negara>

<http://www.bps.go.id/>