

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara agraris, sektor pertanian sampai kapanpun akan memainkan peranan yang sangat strategis bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pembangunan sektor pertanian, terutama tanaman pangan menjadi salah satu prioritas utama bagi pemerintah Indonesia. Faktor pendukung yang sangat menentukan pembangunan pertanian adalah ketersediaan pupuk yang berkualitas, beragam dan dapat mencukupi kebutuhan pupuk secara nasional. PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) adalah salah satu produsen pupuk yang ikut serta dalam memenuhi kebutuhan pupuk nasional dalam rangka mewujudkan kedaulatan dan kemandirian pangan nasional.¹

PT. PG adalah salah satu anak perusahaan PT. Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dahulu dikenal dengan nama PT. Pupuk Sriwidjaja (Persero) atau PUSRI (Persero) yang bergerak di bidang produksi pupuk, non-pupuk, bahan-bahan kimia dan jasa lainnya seperti jasa konstruksi dan *engineering*.² PT. PG sebagai produsen pupuk terlengkap di Indonesia, melayani kebutuhan pupuk di seluruh wilayah Indonesia dengan menggunakan jargon “Petrokimia Sahabat Petani”. Jenis pupuk yang diproduksi oleh pabrik ini antara lain adalah Zwavelzuur Ammonium (ZA), Super Phosphat (SP-36), NPK, NPK Kebomas, Urea, Phonska,

¹ *Company Profile* PT. Petrokimia Gresik, hal. 4.

² *Ibid*, hal. 2.

ZK, DAP, Petroganik, KCL, dan Ammonium Phosphat. Sedangkan produk non pupuknya antara lain Ammonia, Asam Fosfat, Asam Sulfat, Asam Klorida, *Gypsum*, Aluminium Fluorida, CO2 Cair, *Dry ice*, dan kapur pertanian.³

Seiring dengan perjalanan waktu serta perkembangan perekonomian nasional dan global, PT. PG mengembangkan kemampuannya untuk memproduksi pupuk berbasis fosfat dan kemudian berkembang lagi ke arah produksi pupuk majemuk. Dari berbagai langkah inovasi dan pengembangan pabrik yang dilakukan, PT. PG bermetamorfosis dari sekedar pabrik pupuk menjadi sebuah industri pupuk terlengkap dan terbesar di Indonesia.⁴ Begitu pun juga dengan lingkup pasar, PT. PG berupaya untuk melebarkan sayap di sektor ekonomi yang awalnya hanya berkecimpung di pasar nasional, kemudian memperluas lingkup pasar menuju ke pasar internasional dengan menjalin kerja sama dengan eksportir batu fosfat terbesar di dunia yakni Yordania.

Kerja sama PT. PG tersebut merupakan kelanjutan dari nota kesepahaman (*Memorandum of Understanding/ MoU*) yang ditandatangani pada 14 Februari 2007 dan berbentuk *joint venture* dengan saham 50:50. Pembangunan pabrik dimulai pada tahun 2009 dan mulai diresmikan pada Oktober 2014.⁵ Di tengah krisis global yang menyebabkan perekonomian dunia tidak stabil, PT. PG mengatur ulang strateginya dengan berinvestasi dalam *joint venture* bersama Yordania demi memasok bahan baku asam fosfat demi melakukan perluasan pasar.

³ *Ibid.*

⁴ *Company Profile* PT Petrokimia Gresik, hal. 6.

⁵ Dokumen Resmi tentang Kerja Sama PT. Petrokimia Gresik dengan JPMC Yordania.

Sejauh ini, dalam memproduksi produk-produk unggulan, PT. PG masih banyak melakukan impor bahan baku dari negara lain. Sejauh ini terdapat beberapa negara besar yang menjadi importir PT. PG. Salah satunya adalah Yordania yang merupakan produsen batuan fosfat terbesar di dunia. Namun, pasokan yang terbatas dan permintaan yang tinggi dari berbagai macam negara mengakibatkan kenaikan harga batuan dan asam fosfat.⁶ Dalam upaya mengurangi ketergantungan impor bahan baku produk dengan negara lain dan mengatasi permintaan pasar domestik yang semakin meningkat, PT. PG melakukan kerja sama dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) yang membangun pabrik asam fosfat berkapasitas 200.000 ton per tahun dengan komposisi saham 50:50. Pabrik tersebut bernama PT. Petro Jordan Abadi (PJA) yang ada di Kabupaten Gresik, Indonesia. Pembangunan pabrik tersebut memiliki nilai strategis untuk menjaga kepastian pasokan bahan baku utama pupuk majemuk (NPK) yaitu fosfat.

JPMC merupakan perusahaan yang berbasis pertambangan di Yordania dan didirikan pada tahun 1949. Kantor pusat JPMC berada di Amman. Perusahaan tersebut beroperasi dengan tiga fasilitas penambangan di Yordania. JPMC memproduksi beberapa produk unggulan yakni asam fosfat yang digunakan untuk pembuatan pupuk, deterjen, obat-obatan, baja dan cola. Kemudian terdapat *diammonium phosphate*, asam sulfat, dan aluminium florida yang digunakan

⁶ Bappeda Jatim. 2011. "Petrogres Bangun Pabrik Asam Fosfat" [Online] di [<http://bappeda.jatimprov.go.id/2011/07/21/semen-gresik-bangun-pabrik-asam-fosfat/>]. Diakses 8 Oktober 2017.

sebagai katalis dalam pembuatan aluminium dan magnesium serta digunakan sebagai keramik glasir.⁷

Hubungan baik antara Indonesia dengan Yordania, khususnya dalam bidang ekonomi selama ini berlandaskan atas adanya Perjanjian Kerja Sama Ekonomi dan Perdagangan yang ditandatangani pada tanggal 3 April 1986. Berdasarkan perjanjian tersebut, dibentuk juga sebuah Komisi Bersama sebagai forum resmi untuk membahas upaya peningkatan hubungan ekonomi dan perdagangan kedua negara.⁸

Begitu pun juga dengan kerja sama yang dilakukan oleh PT. PG dan JPMC tentunya memberikan keuntungan bagi kedua negara yakni Indonesia dan Yordania. Bagi Indonesia, PT. PJA memberi keuntungan karena dapat menjamin ketersediaan asam fosfat sebagai salah satu bahan baku utama pupuk majemuk dan terjadi penghematan devisa negara sebesar 75 juta dolar AS per tahun. Selain itu, PT. PJA didirikan dengan tujuan utama yakni memperkuat PT. PG dalam menjamin kebutuhan bahan baku asam fosfat. Dengan adanya jaminan ketersediaan bahan baku asam fosfat tersebut, proses produksi PT. PG akan semakin meningkat, sehingga PT. PG dapat lebih optimal dalam mengembangkan pasarnya, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Terlebih pada tahun 2014, kebutuhan asam fosfat di Indonesia mencapai 2,5 juta MT per tahun dan akan terus meningkat di setiap tahunnya. PT. PJA telah menambah kapasitas

⁷ Transkrip wawancara dengan Edri Gasyaf. Staff Media, Penerbitan dan Dokumentasi tentang Kerja Sama PT. PG dengan JPMC Yordania Departemen Hubungan Masyarakat PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) pada 26-28 Desember 2017.

⁸ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2015. "Perkembangan Hubungan Bilateral Indonesia-Yordania" [Online] di [<https://www.kemlu.go.id/amman/id/pages/yordania.aspx>]. Diakses 21 Februari 2018.

produksi asam fosfat yang menjadi bahan baku utama produksi PT. PG sebesar 400 ribu MT.⁹

Sedangkan bagi Yordania, PT. PJA memberikan peningkatan ekspor batuan fosfat sebagai bahan baku produk asam fosfat karena dapat memberi kepastian pasar ekspor batuan fosfat dalam jangka panjang. Di samping itu, tentu saja dapat mempererat hubungan bilateral antara Indonesia dan Yordania.¹⁰ Yang terpenting adalah bagi kedua negara tersebut, baik Indonesia maupun Yordania, PT. PJA dapat memberikan peluang kerja bagi warga negara. Terlebih lagi, bagi PT. PG, dengan adanya pabrik patungan ini, PG tetap dapat tumbuh dan berkembang dalam memberikan produk-produk inovasi kepada konsumen yang semakin hari semakin meningkat taraf pembeliannya. Oleh karena itu, dengan adanya kerja sama antara PT. PG dengan JPMC, Indonesia dapat melebarkan sayap di dunia ekonomi internasional serta melakukan ekspansi pasar ekonomi internasional di bidang pertanian.

Tabel 1.1. Produksi dan Kapasitas Produksi Pupuk PT. PG Tahun 2015 - 2016¹¹

PRODUKSI DAN KAPASITAS PRODUKSI Production and Production Capacity						
PRODUK PUPUK Fertilizer Product	KAPASITAS PRODUKSI Production Capacity	TAHUN/Year			KENAIKAN/(PENURUNAN) Increase/ (decrease)	
		2016	2015	%	KUANTUM Quantum	%
Urea	460.000	424.004	434.220	98	(10.216)	(2)
ZA	750.000	755.330	694.570	109	60.760	9
SP-36	500.000	464.982	281.579	165	183.403	65
Phonska	2.340.000	2.118.530	2.534.155	84	(415.626)	(16)
NPK	430.000	296.067	155.360	191	140.707	91
ZK	10.000	10.681	7.842	136	2.839	36

⁹ BUMN *Insight*. 2014. "Dinamika Kinerja Kotribusi: Era Kerja Super Cepat". Edisi November 2014.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Laporan Tahunan PT. Petrokimia Gresik Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa PT. PG dapat memproduksi produk pupuk dengan kapasitas yang meningkat dari tahun 2015 ke tahun 2016, khususnya pada produk NPK Komersil. Hal tersebut karena didukung dengan ketersediaan bahan baku pupuk yakni asam fosfat yang berasal dari pasokan PT. PG serta dari PT. PJA sebagai hasil *joint venture* antara PT. PG dengan JPMC Yordania.

Selain produk pupuk, PT. PG juga memproduksi produk nonpupuk dan banyak membutuhkan asam fosfat sebagai bahan baku produksi. Produk nonpupuk tersebut adalah AlF_3 atau Aluminium Florida. Dalam upaya menjamin ketersediaan asam fosfat, PT. PG terbantu dengan adanya pabrik yang didirikan bersama dengan JPMC Yordania karena melalui pabrik tersebut, bahan baku utama produk PT. PG yakni asam fosfat dapat terjamin serta dapat meningkatkan kapasitas produksinya.

Selain itu, *joint venture* yang dilakukan oleh PT. PG dengan JPMC membantu PT. PG dalam melanjutkan kegiatan penjualan ekspor dan terus meningkatkan pangsa pasarnya. Pada tahun 2015, PT. PG melakukan penjualan perdana melalui ekspor Crude Gypsum ke Taiwan dan memberikan profit margin sebesar 325% dari harga pokok penjualan. Hal tersebut tentunya karena didukung dari adanya pasokan bahan baku pupuk produksi PT. PG yang sangat terbantu dari adanya PT. PJA yakni hasil kerja sama dari Indonesia-Yordania melalui PT. PG dan JPMC. Dengan begitu, PT. PG juga dapat meningkatkan pangsa pasar produk, baik pupuk maupun nonpupuk di pasar lokal dan internasional. Pertumbuhan pasar ekspor pupuk PT. PG di Asia Tenggara juga mulai meningkat. Hal tersebut

tidak lain karena konsumen di luar negeri merasa puas dengan kualitas produk PT. PG.¹²

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana efektivitas kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) terhadap kapasitas produksi dan perluasan pasar luar negeri PT. PG tahun 2014-2017?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki dua tujuan. Pertama adalah untuk mengetahui kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC). Kedua adalah untuk menganalisa mengenai efektivitas kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) terhadap kapasitas produksi dan perluasan pasar luar negeri PT. PG tahun 2014-2017.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Teoritis

Secara teoritik, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi dan gambaran mengenai kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate

¹² Laporan Tahunan PT. Petrokimia Gresik Tahun 2014.

Mines Co Plc (JPMC) terhadap perluasan pasar luar negeri PT. PG. Kedua, penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan analisa penulis untuk memahami efektivitas kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) terhadap kapasitas produksi dan perluasan pasar luar negeri PT. PG tahun 2014-2017.

1.4.2. Secara Empiris

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dalam memberikan pemahaman tentang kerja sama ekonomi bilateral antar perusahaan dalam upaya memberi keuntungan satu sama lain. Selanjutnya, penelitian ini juga menjadi wawasan dalam Ilmu Hubungan Internasional dalam menganalisis tingkat efektivitas kerja sama ekonomi bilateral melalui *joint venture* yang dapat mempengaruhi kapasitas produksi dan perluasan pasar luar negeri suatu perusahaan.

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1. Peringkat Analisis

Analisis suatu fenomena yang terjadi dalam hubungan internasional dapat dianalisis karena adanya penggolongan dalam suatu kajian yaitu sistem internasional, domestik, dan individu. Sistem internasional berfokus pada tingkat internasional dengan meliputi kondisi politik, kondisi ekonomi, aliansi antar negara, organisasi internasional. Domestik berfokus pada dimensi kehidupan Negara yang meliputi pemerintahan, sistem ekonomi, kepentingan nasional, partai politik dan strategi budaya. Sedangkan Individu yang berfokus pada

perseorangan, meliputi aspek-aspek kepribadian, cara pandangan terhadap dunia dan gaya kepemimpinan.¹³

Analisis hubungan internasional menurut T. Jhon Rourke dapat dilihat dari *individual-level-analysis* yang disebut sebagai manusia sebagai spesies dan dapat berperan dalam merumuskan suatu kebijakan. Kemudian *State-level analysis* berfokus pada organisasi dan pengorganisasian dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah. Selanjutnya adalah *system-level analysis* yang berperan sebagai *pressure* eksternal yang dapat mempengaruhi kebijakan suatu negara.¹⁴

Penelitian ini tidak menggunakan *level of analysis* karena penulis tidak menjelaskan kebijakan atau politik luar negeri suatu negara. Penulis membahas tentang efektivitas kerja sama ekonomi bilateral yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan dapat mempengaruhi kapasitas produksi serta perluasan pasar luar negeri.

1.5.2. Landasan Teori

1.5.2.1. Kerja Sama Ekonomi Bilateral

Hubungan internasional merupakan bentuk interaksi antara aktor atau entitas negara yang satu dengan aktor atau entitas negara lain yang melintasi batas-batas negara. Hubungan internasional terjadi karena suatu hal pokok sebagai akibat adanya saling ketergantungan dan bertambah kompleksnya kehidupan dalam dunia internasional sehingga interdependensi tidak memungkinkan adanya suatu negara yang menutup diri terhadap dunia luar. Salah satu bentuk

¹³ Marijke Breuning. 2007. "*Foreign Policy Analysis: A Comparative Introduction*". Palgrave Macmillan: New York. Vol. XVII, Number 3, pp. 179.

¹⁴Jhon T. Rourke, "*Level Of Analysis and foreign Policy.*" Ch. 3, [Online] [http://highered.mheducation.com/sites/dl/free/007340881/569832/Rourke12e_Sample_ch03] (t.t), diakses 16 Februari 2018.

ketergantungan antara aktor-aktor dalam hubungan internasional diwujudkan melalui sebuah kerja sama yang melibatkan berbagai aktor dalam hubungan internasional, baik itu negara, organisasi, maupun individu.¹⁵

Isu-isu ekonomi menjadi salah satu prioritas penting dalam hubungan internasional yang membuat pertumbuhan ekonomi suatu negara selalu menjadi sorotan utama publik internasional. Isu-isu tersebut juga yang menimbulkan kerja sama ekonomi internasional antar entitas ekonomi dalam suatu negara dengan pihak di negara lain. Kerja sama ekonomi bilateral adalah hubungan antara dua pelaku bisnis yakni suatu negara atau entitas ekonomi dengan negara atau entitas ekonomi lainnya dalam bidang ekonomi melalui kesepakatan-kesepakatan tertentu dengan prinsip keadilan serta saling menguntungkan.¹⁶

Adapun tujuan adanya kerja sama ekonomi bilateral antara lain: 1) memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri akan barang dan jasa; 2) memperluas pasar hasil produksi; 3) mendorong peningkatan produktivitas; 4) menambah devisa negara; 5) mendistribusikan manfaat sumber daya; 6) memperluas hubungan dan mempererat persahabatan; 7) mengisi kekurangan di bidang ekonomi bagi masing-masing pihak yang mengadakan kerja sama; dan 8) meningkatkan perekonomian masing-masing pihak yang bekerja sama.¹⁷

Hubungan kerja sama antar perusahaan di suatu negara dapat mempercepat proses pengembangan ekonomi. Hal tersebut sangat dirasakan manfaatnya bagi

¹⁵ Dougherty dan Graff Jr. dikutip dalam buku Anak Banyu Agung Perwita. 2008. "Pengantar Ilmu Hubungan Internasional". PT Remaja Rosdakarya: Bandung. Hal 34.

¹⁶ The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). 2018. "Towards a New International Economic Order" [Online] di [https://www.oecd-ilibrary.org/commonwealth/economics/towards-a-new-international-economic-order/economic-cooperation-among-developing-countries_9781848592315-7-en]. Diakses 10 April 2018.

¹⁷ *Ibid.*

perusahaan yang berada di masing-masing negara, khususnya di Indonesia. adapun latar belakang kerja sama ekonomi bilateral yang dilakukan dengan adanya kesepakatan yang dicapai dan selanjutnya diwujudkan dalam bentuk kegiatan operasional yang melibatkan pihak pemerintah dan terutama dunia usaha masing-masing perusahaan yang terlibat dalam kerja sama tersebut.

Pada dasarnya setiap perusahaan di suatu negara tidak dapat memenuhi kebutuhannya secara independen, melainkan perlu menjalin relasi yang baik dengan perusahaan atau negara lain. Relasi tersebut dapat berupa banyak hal, salah satunya adalah kerja sama ekonomi dalam lingkup yang luas. Era globalisasi saat ini membuat tingkat ketergantungan suatu perusahaan semakin tinggi terhadap perusahaan lain, seperti halnya ketergantungan satu negara dengan negara lain. Adapun dari adanya kerja sama ekonomi yang dilakukan antar perusahaan, setiap dari pihak pelakunya mengharapkan keuntungan.

Tujuan dari terjalinnya kerja sama ekonomi, khususnya kerja sama ekonomi bilateral adalah untuk dapat menciptakan kesejahteraan masing-masing pihak perusahaan yang terkait. Selain itu, dapat memberikan kemajuan di bidang perekonomian. Kemajuan tersebut dapat dilihat pada arus ekspor dan impor barang serta jasa. Ekspor yang tinggi dapat menghasilkan devisa negara yang tinggi pula. Kemudian suatu perusahaan juga dapat diberikan kesempatan dalam mencari dan menimba ilmu pengetahuan serta teknologi dari perusahaan di negara lain. Selain itu juga dapat memperkuat dalam daya tawar dan posisi suatu perusahaan dan negara di mata dunia internasional. Setelah adanya kerja sama ekonomi tersebut juga memberikan kemudahan pada setiap perusahaan dalam

mendapat bahan baku dan bahan penolong yang digunakan untuk proses produksi. Dengan demikian, suatu perusahaan dapat membuka lapangan pekerjaan dan menurunkan angka pengangguran serta kemiskinan dengan melibatkan sumber daya manusia di dalam setiap produksi atau pun manajemen perusahaan di suatu negara.¹⁸

1.5.2.2. Perluasan Pasar

Strategi perluasan pasar yang dapat disebut dengan ekspansi menurut Alex S. Nitisemito adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbesar perusahaan dari ukuran yang lebih kecil menjadi ukuran yang lebih besar karena permintaan yang makin bertambah terhadap barang-barang atau jasa-jasanya.¹⁹ Perusahaan melakukan ekspansi untuk merambah ke pangsa pasar secara global. Menurut A. Hitt, Keland dan Huskissen pilihan ekspansi internasional dicapai melalui ekspor produk-produk, perjanjian lisensi, aliansi strategis, akuisisi dan membentuk anak perusahaan baru yang sepenuhnya dimiliki.²⁰

Perluasan pasar luar negeri erat kaitannya dengan peningkatan nilai ekspor. Ekspor mencerminkan aktivitas perdagangan antar negara yang dapat memberikan dorongan dalam dinamika pertumbuhan perdagangan internasional,

¹⁸ The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). 2018. “Towards a New International Economic Order” [Online] di [https://www.oecd-ilibrary.org/commonwealth/economics/towards-a-new-international-economic-cooperation-among-developing-countries_9781848592315-7-en]. Diakses 10 April 2018.

¹⁹Alex, S. dalam Nofa Nofiyantl, dkk. “Analisis Kelayakan Investasi Dalam Rangka Ekspansi (Studi Kasus Pada Pdam Tirta Satria Kabupaten Banyumas)”, [<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca1/article/download/808/26+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=id>], hal 383.

²⁰ A. Hitt, Keland dan Huskissen dalam Raihanah Daulay, “Faktor Faktor Yang Menentukan Ekspansi Perusahaan Ke Pasar Global”, *Jurnal Manajemen & Bisnis* 11 no. 01 (April 2011), hal 62, : http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/126/pdf_23.

sehingga suatu negara berkembang dapat mencapai kemajuan perekonomian setaraf dengan negara-negara maju. Ekspor adalah penjualan barang dalam negeri ke negara lain. Faktor terpenting yang menentukan ekspor adalah kemampuan dari suatu negara untuk mengeluarkan barang-barang untuk dapat bersaing dalam pasar luar negeri. Ekspor secara langsung akan mempengaruhi pendapatan nasional.²¹

1.5.2.2.1. Aliansi Strategis dan *Joint Venture*

Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis yang demikian pesat, ketergantungan perusahaan terhadap pihak-pihak lain semakin kuat. Pengelola dari berbagai perusahaan bertindak untuk saling melengkapi dan mendukung kegiatan satu dengan yang lainnya. Selain itu, suatu perusahaan juga dapat mengembangkan pasar baik domestik maupun internasional. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membentuk aliansi strategis perusahaan yang merupakan salah satu cara dalam melakukan perluasan pasar.²²

Salah satu cara untuk memasuki pasar luar negeri atau pasar global adalah dengan menciptakan aliansi strategis. Menurut Krajewski dan Ritzman, aliansi strategis adalah sebuah persetujuan suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang dapat berupa salah satu dari tiga cara yaitu usaha kolaborasi, *joint venture*, dan lisensi teknologi. Usaha kolaborasi sering timbul ketika suatu perusahaan mempunyai kompetensi inti yang dibutuhkan oleh perusahaan lainnya, tetapi tidak mempunyai niat untuk meniru. Dua perusahaan tersebut menyetujui untuk bekerja

²¹ Benny Jimmy. 2013. "Ekspor dan Impor: Pengaruhnya terhadap Posisi Cadangan Devisa di Indonesia", *Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado*, Vol. 1 No.4, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2920>.

²² Siyamtinah. 2009. "Aliansi Strategik: Faktor Pendorong dan Hambatannya". *Jurnal Sultan Agung* Vol. XLV No. 119, Hal. 1.

sama untuk mendapatkan manfaat yang saling menguntungkan. Kemudian dalam *joint venture*, dua perusahaan menyetujui untuk memproduksi suatu produk atau jasa secara bersama-sama. Pendekatan ini sering digunakan untuk mendapatkan akses terhadap pasar luar negeri. Sedangkan lisensi teknologi adalah ketika suatu perusahaan melakukan lisensi metode teknologi produksi atau pelayanan terhadap perusahaan lain.²³

Perusahaan yang melakukan usaha internasional akan menemukan peluang baru yang dapat memberikan sesuatu yang lebih baik dari pasar domestik. Walaupun harus menghadapi banyak tantangan dan hambatan untuk masuk ke pasar global. Perusahaan di beberapa negara, seperti Indonesia, melakukan perluasan pasar dengan melalui ekspor terlebih dahulu.²⁴ Cara lainnya adalah melalui *joint venture* dengan perusahaan dari negara asing. *Joint venture* muncul karena peran penting dari *partnership* dalam strategi organisasi besar di banyak perusahaan. Selain memudahkan jalan ke pasar baru, semua *partner* yang terlibat akan dimudahkan untuk meraih keuntungan dari pengetahuan dan keahlian *partner* asingnya.

Selain itu, *joint venture* dapat membantu perusahaan untuk tumbuh lebih cepat dalam meningkatkan produktivitas sehingga tercapainya keuntungan yang lebih besar. *Joint venture* juga dapat memberikan akses sumber daya yang lebih besar, termasuk dengan sumber bahan baku maupun teknologi yang dapat digunakan dalam proses produksi. Dengan demikian, suatu perusahaan dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan melihat dari adanya peningkatan volume

²³ *Ibid.*

²⁴ Fitriyani, dkk. 2015. "Analisa Strategi Pemasaran Ekspor CV Amarnya Indotama dalam Memasuki Pasar Global". Vol. 6 No. 2, Hal. 142.

maksimum produksi dalam kurun waktu tertentu. Peningkatan kapasitas produksi suatu perusahaan akan lebih cepat terealisasi karena adanya pengembangan produksi bersama mitra usaha.²⁵

Joint Venture juga merupakan mekanisme yang cepat untuk pertumbuhan strategis. Hal tersebut dikarenakan adanya peningkatan keterampilan karena dapat berbagai wawasan terkait produktivitas dengan mitra usaha. *Joint Venture* juga dapat mengamankan kapasitas produksi atau bahkan dapat memberikan peningkatan pada kapasitas produksi serta didukung karena adanya penurunan biaya produksi suatu perusahaan.²⁶

1.5.2.3. Asumsi Efektivitas *Joint Venture*

Menurut Peter Mahmud, *joint venture* merupakan suatu kontrak antara dua perusahaan untuk membentuk suatu perusahaan baru. Perusahaan baru inilah yang kemudian disebut perusahaan *joint venture*. Sedangkan menurut Erman Rajagukguk, *joint venture* merupakan suatu kerja sama antara pemilik modal asing dengan pemilik modal nasional berdasarkan suatu perjanjian (kontraktual). Dengan skema *joint venture* ini, para pihak mendapatkan beberapa manfaat seperti mengurangi kebutuhan modal dan sumber daya lainnya karena adanya unsur pembagian kebutuhan; transfer teknologi antar pihak; meminimalisasi resiko usaha; dan dapat mengembangkan usaha sampai ke skala global.²⁷

²⁵ Business Gateway. 2014. “*Joint Venture and Partnering*” [Online] di [<https://www.bgateway.com/business-guides/grow-and-improve/joint-ventures-and-business-partnering/joint-ventures-and-partnering/>]. Diakses 11 April 2018.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal. 2018. “*Joint Ventures and Partnering*” [Online] di [<http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/joint-ventures-and-partnering/>]. Diakses 10 April 2018.

Joint venture merupakan salah satu jenis aliansi strategis klasik antara dua atau lebih perusahaan dengan jangka panjang maupun pendek dan digunakan untuk berbagai aktivitas, mulai dari teknik produksi hingga distribusi di pasar yang lebih luas.²⁸ *Joint venture* merupakan cara efektif untuk memasuki pasar baru yang cepat karena memiliki nilai kemitraan dengan perusahaan lain dan dibentuk atas tujuan atau proyek tertentu. *Joint venture* memungkinkan untuk mendapat akses yang jauh lebih cepat menuju pasar luar negeri. *Joint venture* juga menyediakan akses cepat ke saluran distribusi dan mengetahui akses pasar lokal yang secara substansial meningkatkan keberhasilan usaha tersebut. Mitra perusahaan yang terlibat juga memiliki hubungan yang ada dengan pemasok utama maupun pelanggan.²⁹

Selain itu, *joint venture* dapat membantu perusahaan untuk tumbuh lebih cepat dalam meningkatkan produktivitas sehingga tercapainya keuntungan yang lebih besar. *Joint venture* juga dapat memberikan akses sumber daya yang lebih besar, termasuk dengan sumber bahan baku maupun teknologi yang dapat digunakan dalam proses produksi. Dengan demikian, suatu perusahaan dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan melihat dari adanya peningkatan volume maksimum produksi dalam kurun waktu tertentu. Peningkatan kapasitas produksi

²⁸ Michael Schneider et al. 2002. “*International Joint Ventures*” [Online] di [<http://www.tradeforum.org/International-Joint-Ventures/>]. Diakses 19 Maret 2018.

²⁹ David Wright. 2011. “*International Joint Ventures, A Practical Approach*” [Online] di [[https://www.dwt.com/files/Publication/1b841dbe-3453-4983-97cd-d6f5b44e5b2f/Presentation/PublicationAttachment/47d38fc0-1cc3-4c3e-b91f-d8aacd2ce6d1/International%20Joint%20Ventures%20Article Stewart.pdf](https://www.dwt.com/files/Publication/1b841dbe-3453-4983-97cd-d6f5b44e5b2f/Presentation/PublicationAttachment/47d38fc0-1cc3-4c3e-b91f-d8aacd2ce6d1/International%20Joint%20Ventures%20Article%20Stewart.pdf)]. Diakses 19 Maret 2018.

suatu perusahaan akan lebih cepat terealisasi karena adanya pengembangan produksi bersama mitra usaha.³⁰

Berdasarkan konsep pemikiran di atas, maka untuk menilai efektivitas suatu *joint venture* yang dilakukan oleh dua perusahaan atau lebih sebagai bentuk aliansi strategis, dalam penelitian ini penulis menggunakan asumsi dasar *joint venture* dikatakan efektif ketika suatu perusahaan atau pihak yang terlibat mengalami peningkatan kapasitas produksi dari adanya *joint venture* tersebut.³¹ Suatu kapasitas produksi dari produk perusahaan dapat dilihat dari volume maksimum produk yang dihasilkan dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Adapun produk tersebut dapat mengalami peningkatan apabila tersedianya sumber daya yang mendukung, terutama bahan baku dalam setiap proses produksi.³²

Selain itu juga *joint venture* dikatakan efektif apabila perusahaan dapat mendapatkan akses atau jangkauan pasar dan membantu perusahaan dalam melakukan perluasan pasar, terutama setelah terbentuknya *joint venture* tersebut. Selain itu, *joint venture* dikatakan efektif apabila adanya peningkatan jumlah produk yang diekspor ke pasar yang lebih luas.³³

³⁰ Business Gateway. 2014. “*Joint Venture and Partnering*” [Online] di [<https://www.bgateway.com/business-guides/grow-and-improve/joint-ventures-and-business-partnering/joint-ventures-and-partnering/>]. Diakses 11 April 2018.

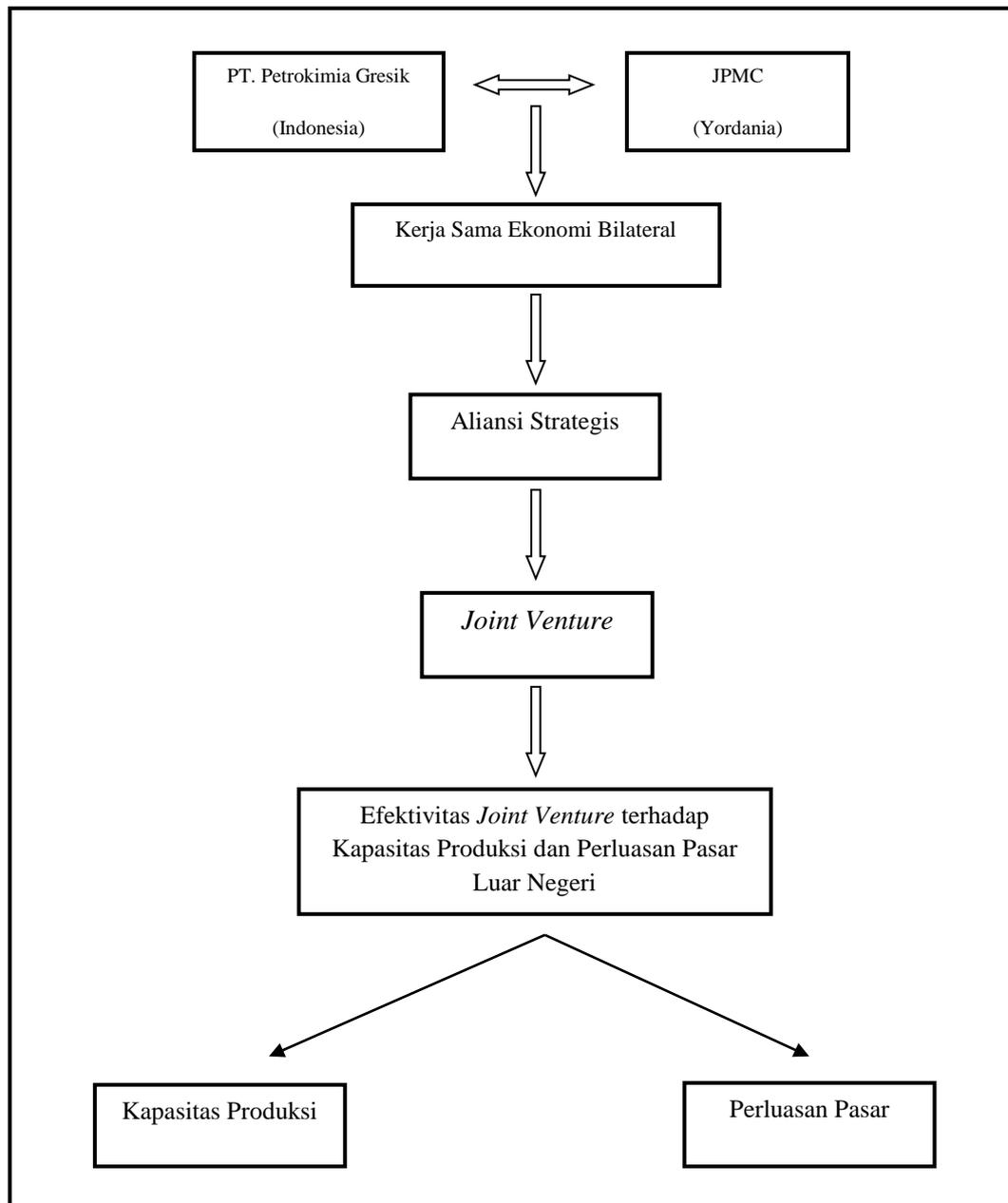
³¹ The Chamber of Commerce of Metropolitan Montreal. 2018. “*Joint Ventures and Partnering*” [Online] di [<http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/joint-ventures-and-partnering/>]. Diakses 10 April 2018.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

1.5.3. Sintesa Pemikiran

Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan skema di atas, terdapat dua perusahaan yang saling melakukan kerja sama ekonomi bilateral dengan menjalin aliansi strategis dalam bentuk *joint venture*. Asumsi dasar dalam penelitian ini adalah efektivitas kerja

sama ekonomi bilateral dua perusahaan lintas negara melalui *joint venture*. Kerja sama ekonomi bilateral yang dilakukan melalui *joint venture* dikatakan efektif apabila dapat meningkatkan kapasitas produksi suatu perusahaan. Pembangunan perusahaan baru yang dapat memberikan *supply* produk atau bahan produksi yang dibutuhkan tentunya akan sangat membantu perusahaan inti atau pemilik saham dalam mengembangkan kapasitas produksi. Peningkatan tersebut dilihat dari sebelum adanya *joint venture* dan setelah adanya *joint venture*. Kemudian *joint venture* dikatakan efektif apabila dapat mendapatkan akses pasar dalam jangkauan yang lebih luas. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah ekspor produk yang dijual ke luar negeri, terutama produk yang menggunakan bahan baku dari *joint venture* dalam proses produksi.

1.6. Hipotesa

Pemerintah Indonesia bekerja sama dengan PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) sebagai anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) saling berintegrasi dalam mengembangkan perekonomian negara. Kerja sama tersebut membuat PT. PG tetap dapat bertahan di dunia perdagangan, baik nasional maupun internasional. Dengan melakukan analisa terhadap teori kerja sama ekonomi bilateral dan perluasan pasar, dapat ditarik hipotesa bahwa kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) dianggap efektif karena dengan adanya *joint venture* yang diberi nama PT. Petro Jordan Abadi (PT. PJA) yang didirikan di Kabupaten Gresik, PT. PG dapat meningkatkan kapasitas produksi, khususnya melalui produk pupuk NPK komersil dan produk nonpupuk

AlF₃ yang banyak menggunakan bahan baku asam fosfat dalam proses produksi dan asam fosfat tersebut didapatkan dari *joint venture* yang didirikan. Selain itu, PT. PG juga dapat memperluas pasarnya dalam lingkup pasar yang lebih luas. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah ekspor produk pupuk NPK komersil dan produk nonpupuk AlF₃ ke negara-negara lain, terutama produk yang mendapatkan *supply* bahan baku asam fosfat dari adanya *joint venture* dalam proses produksi.

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.7.1.1. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi adalah *output* maksimum yang dapat diproduksi dalam bisnis dengan sumber daya yang tersedia dan menyesuaikan sesuai dengan permintaan.³⁴ Menurut Yamit, kapasitas produksi dapat diartikan sebagai jumlah maksimum *output* yang dapat diproduksi dalam satuan waktu tertentu.³⁵

Definisi operasional kapasitas produksi adalah jumlah maksimum produksi produk unggulan PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) yang memakai bahan baku asam fosfat dari PT. Petro Jordan Abadi (PT. PJA). PT. PJA merupakan hasil *joint venture* PT. PG dengan Jordan Phosphate Minus Co Plc (JPMC) Yordania. Salah satu produk tersebut adalah pupuk NPK komersil dan nonpupuk

³⁴ MBA Skool Study. 2008. "Production Capacity" [Online] di [<https://www.mbaskool.com/business-concepts/operations-logistics-supply-chain-terms/15483-production-capacity.html>]. Diakses 11 April 2018.

³⁵ Bogdan Vorotilin. 2009. "Production Capacity Function in Manufacturing". MA in Economics: Kyiv School of Economics. Hal. 16.

AlF₃. Hasil maksimum produksi produk tersebut dapat dilihat dalam kurun waktu satu tahun dan menyesuaikan dengan permintaan pasar.

1.7.1.2. Perluasan Pasar

Menurut Ewing Marion, perluasan pasar adalah strategi yang dapat memaksimalkan penjualan ke lingkup yang lebih luas dengan mempertimbangkan segala macam resikonya.³⁶ Perluasan pasar juga diartikan sebagai strategi pertumbuhan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar yang ada.³⁷ Dalam melakukan perluasan pasar, terdapat beberapa cara yang dapat diterapkan oleh suatu perusahaan atau entitas bisnis, diantaranya adalah: 1) ekspor; 2) pemberian lisensi; 3) aliansi strategis; 4) akuisisi; dan 5) pendirian anak perusahaan.

Definisi operasional perluasan pasar adalah strategi PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dalam mengembangkan jangkauan pasar di dunia internasional dengan mempertimbangkan segala macam resiko yang ada. Hal tersebut juga dapat membantu PT. PG dalam meningkatkan pendapatan serta memasuki akses pasar yang lebih luas. Dalam mengembangkan jangkauan pasar, PT. PG menerapkan aliansi strategis dengan perusahaan asing dan juga melakukan ekspor.

1.7.1.3. Ekspor

Definisi ekspor menurut keputusan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Nomor 182/MPP/KEP/4/1998 tentang ketentuan umum di bidang

³⁶ Ewing Marion. 2018. "Growth Strategy: Market Expansion" [Online] di [<https://www.entrepreneurship.org/articles/2006/09/growth-strategy-market-expansion/>]. Diakses 11 April 2018.

³⁷ Canada Business Ontario. 2017. "What is A Market Strategy and How Can it Boost Your Sales?" [Online] di [<https://www.opstart.ca/market-expansion-strategy-can-boost-sales/>]. Diakses 11 April 2018.

ekspor yang menyatakan bahwa ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dan jasa dari suatu negara ke nagara lain. Secara konseptual, definisi ekspor adalah seluruh pengiriman barang dagang ke luar negeri untuk meningkatkan pendapatan domestik, khususnya bagi perusahaan yang beroperasi. Kemudian menurut Mankiw, ekspor adalah berbagai macam barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri lalu dijual di luar negeri.

Definisi operasional ekspor adalah penjualan produk unggulan PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) yang berkapasitas tinggi dan memakai bahan baku asam fosfat dari PT. Petro Jordan Abadi (PT. PJA). PT. PJA merupakan hasil *joint venture* PT. PG dengan Jordan Phosphate Minus Co Plc (JPMC) Yordania. Salah satu produk tersebut adalah pupuk NPK. Dengan tersedianya bahan baku asam fosfat dari PT. PJA, PT. PG dapat terus melakukan pengembangan produk pupuk NPK komersil dan nonpupuk AlF_3 yang sudah ada ke pasar yang lebih luas guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.7.1.4. Efektivitas

Menurut Subagyo, efektivitas adalah kesesuaian antara *output* dengan tujuan yang ditetapkan.³⁸ Kemudian menurut Gibson, efektivitas merupakan pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama. Richard Steer dan Halim menambahkan bahwa efektivitas dapat dinilai atas dasar tujuan yang terlaksana, bukan atas dasar konsep tujuan yang maksimum.³⁹

³⁸ Ni Wayan Budiani. 2007. "Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna "Eka Taruna Bhakti" Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar". Jurnal Ekonomi dan Sosial. Vol. 2 No. 1. Hal. 52.

³⁹ *Ibid.*

Definisi operasional efektivitas dalam penelitian ini adalah suatu bentuk realisasi dari tujuan yang telah ditetapkan oleh PT. PG dalam mendirikan *joint venture* dengan JPMC Yordania berupa pabrik yang memproduksi bahan baku asam fosfat yang berkapasitas tinggi dan diberi nama PT. PJA. Efektivitas dari adanya *joint venture* tersebut dapat dilihat dari tercapainya *output* yang sesuai dengan tujuannya.

1.7.2. Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, sekaligus menguji hipotesis dari variabel-variabel penelitian.⁴⁰

Terkait dengan kerja sama ekonomi bilateral antara Indonesia-Yordania melalui *joint venture* PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) terhadap perluasan pasar luar negeri PT. PG merupakan suatu bentuk hubungan dengan variabel pertama adalah tentang kerja sama ekonomi bilateral yang berbentuk *joint venture* dan variabel selanjutnya adalah kapasitas produksi dan perluasan pasar luar negeri. Hubungan antar dua variabel tersebut dapat dijelaskan melalui penelitian eksplanatif, sehingga dapat ditarik suatu dugaan sementara (hipotesis) terkait dengan dampak yang akan terjadi untuk kemudian dapat dibuktikan kebenaran serta tingkat efektivitasnya.

⁴⁰ Research Methodology. 2017. “Causal Research (Explanatory Research)” [Online] di [<https://research-methodology.net/causal-research/>]. Diakses 10 April 2018.

1.7.3. Jangkauan Penelitian

Untuk membatasi agar penelitian ini tidak terlalu jauh dan luas dalam pembahasan, maka penulis memberikan batasan waktu. Jangkauan pada penelitian ini mengambil rentang waktu dari tahun 2014 hingga tahun 2017. Pada dasarnya kerja sama yang dilakukan antara PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) dengan Jordan Phosphate Mines Co Plc (JPMC) sudah terjalin sejak tahun 2007 melalui perjanjian dalam bidang ekonomi. Namun, pada tahun 2014, PT. PG baru meresmikan pabrik asam fosfat dengan kapasitas produksi terbesar di Indonesia yang diberi nama PT. Petro Jordan Abadi (PT. PJA) dan pabrik tersebut merupakan hasil kerja sama Indonesia melalui PT. PG dengan Yordania melalui JPMC dalam bentuk *joint venture* dengan saham 50:50. Kemudian penulis membatasi penelitian ini sampai dengan tahun 2017 karena laporan terkait tingkat kapasitas produksi dan jumlah penjualan ekspor PT. PG akan produk pupuk NPK komersil dan produk nonpupuk AlF_3 terakhir dilaporkan pada tahun 2017, sehingga penulis dapat melakukan analisis terhadap peningkatan kapasitas produksi serta penjualan ekspor ke negara lain.

Selain batasan waktu, penulis juga memberikan batasan produk yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Produk tersebut adalah pupuk NPK komersil dan produk nonpupuk AlF_3 . Penulis berfokus pada kedua produk tersebut karena baik pupuk NPK komersil maupun produk nonpupuk AlF_3 , masing-masing menggunakan asam fosfat sebagai bahan baku produksi.

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Metode kualitatif banyak menggunakan metode studi kasus, etnografi, observasi dan wawancara mendalam. Dalam mengumpulkan data juga harus diperhatikan sumbernya.⁴¹

Sumber data dilakukan agar penulis dapat menunjukkan bukti secara nyata yang ada dilapangan. Penulis menggunakan sumber data primer dan data sekunder untuk melakukan penelitian. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dengan data dengan pengamatan penulis secara langsung atau *first-hand information*, yang berarti penulis berinteraksi secara langsung dengan objek kajian. Penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan beberapa karyawan PT. Petrokimia Gresik (PT. PG) di masing-masing departemen yang berhubungan dengan penelitian penulis. Karyawan-karyawan tersebut adalah Edri Gasyaf sebagai Staff Media, Penerbitan dan Dokumentasi Departemen Hubungan Masyarakat, Pandu Hida Swaraka sebagai Staff Madya Departemen Pengelolaan Anak Perusahaan (Lola Anper), Ferry Herdinan sebagai Staff Muda Gol. VI A Departemen Penjualan Pupuk Korporasi PT. Petrokimia Gresik, dan juga Joko Rusiadi sebagai Staff Departemen Penjualan Produk Non Pupuk dan Jasa (PPNPJ).

Sedangkan data sekunder ialah data yang diperoleh dengan data hasil pengamatan pihak lain. Penulis mengumpulkan data dengan cara mengumpulkan artikel-artikel yang ada di Internet dan mengumpulkannya menjadi satu hingga

⁴¹ Gerben Moerman. 2018. "Qualitative Research Methods" [Online] di [<https://www.coursera.org/learn/qualitative-methods>]. Diakses 10 April 2018.

menjadi sebuah data yang dapat dilaporkan. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara studi pustaka (*Library Research*) dengan cara mengumpulkan berbagai materi yang berkaitan dengan judul penelitian ini dari berbagai sumber yang berupa buku-buku, dokumen-dokumen, dan situs internet.⁴²

1.7.5. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan sebuah proses berkelanjutan dalam penelitian, dengan analisis awal menginformasikan data yang kemudian dikumpulkan untuk disederhanakan dan dikelompokkan sesuai dengan klasifikasinya (tabulasi), sehingga nantinya akan dapat lebih mudah untuk dipahami.⁴³ Metode analisis data ini terbagi menjadi dua, yaitu metode analisis kuantitatif dan metode analisis kualitatif.⁴⁴ Dalam metode kuantitatif ini menggunakan statistik sebagai alat analisis datanya.⁴⁵

Selain metode analisis kuantitatif, terdapat pula metode analisis kualitatif. Analisis data kualitatif ini dilakukan apabila data empiris yang digunakan adalah data kualitatif yang berupa kata-kata dan tidak dapat dikategorisasikan.⁴⁶ Dalam menganalisis data-data yang didapat untuk penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Setelah data-data didapat, data-data tersebut dianalisis, dipilih, dan disederhanakan dalam bentuk yang sederhana sesuai dengan kebutuhan untuk menjawab hipotesis.

⁴² Rofiq Djaelani. 2013. "Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif", *Majalah Ilmiah Pawiyatan* 20, [Online] di <http://E-Journal.Ikip-Veteran.Ac.Id/Index.Php/Pawiyatan/Article/Viewfile/55/64>. Diakses 18 Maret 2018.

⁴³ Rani Susanti. 2013. "Fungsi Teori Dalam Penelitian Kuantitatif" [Online] di [<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=a&id=203342>]. Diakses 10 April 2018.

⁴⁴*Ibid*, hal. 27.

⁴⁵*Ibid*.

⁴⁶*Ibid*.

Berdasarkan kualifikasi di atas, penelitian ini menggunakan teknis analisis data kualitatif karena menganalisa data-data empiris yang diperoleh. Analisis tersebut dapat digunakan untuk menjawab hipotesis serta digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan.

1.7.6. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pemahaman dalam tulisan ini, maka disini penulis akan diuraikan secara garis besar dan sistematis mengenai hal-hal yang akan diuraikan lebih lanjut.

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran yang terdiri dari landasan teori yang di dalamnya terdapat definisi, kenseptualisasi, kontekstualisasi, argumentasi, dan metodologi penelitian yang terdiri dari paradigma penelitian, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan kajian pustaka yang berisi mengenai kebutuhan PT. PG akan bahan baku produksi asam fosfat terutama dari negara eksportir sebagai latar belakang terlaksananya *joint venture* bersama JPMC Yordania, gambaran kapasitas produksi produk PT. PG yang banyak menggunakan asam fosfat sebagai bahan baku, serta gambaran pangsa pasar PT. PG sebelum menjalin kerja sama ekonomi bilateral dengan Jordan Phosphate Minus Co Plc (JPMC) Yordania dalam bentuk *joint venture*.

BAB III merupakan hasil dari peningkatan kapasitas produksi PT. PG akan produk NPK dan nonpupuk AlF_3 setelah menjalin kerja sama ekonomi

bilateral dengan JPMC Yordania melalui *joint venture*. Analisis dilakukan dengan mengkaji seberapa efektif *joint venture* yang dilakukan oleh PT. PG dalam meningkatkan kapasitas produksi produk NPK dan nonpupuk AIF₃ PT. PG tahun 2014-2017.

BAB IV merupakan hasil dari perluasan pasar luar negeri yang dilihat dari peningkatan jumlah ekspor produk NPK komersil dan nonpupuk AIF₃, PT. PG setelah menjalin kerja sama ekonomi bilateral dengan JPMC Yordania melalui *joint venture*. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori perluasan pasar melalui sebuah aliansi strategis. Selain itu, analisis juga dilakukan dengan mengkaji seberapa efektif *joint venture* yang dilakukan oleh PT. PG dalam memperluas pasar luar negeri akan produk NPK komersil dan nonpupuk AIF₃ PT. PG tahun 2014-2017.

BAB V merupakan kesimpulan dan saran dari penelitian. Adapun kesimpulan berisi tentang hasil pemikiran dari BAB I hingga BAB IV, mulai dari awal mula masalah terbentuk hingga pada analisis pembahasan yang didasarkan pada kerangka pemikiran yang ditentukan oleh peneliti.