



UNIVERSITAS INDONESIA

**DAMPAK INTEGRASI EKONOMI DAN MONETER UNI EROPA
TERHADAP PERUBAHAN IKLIM DUNIA USAHA DI JERMAN**

(Studi Kasus : Perusahaan *Schnurr GmbH*)

TESIS

**YUKI WURIANTI
0806450016**

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN WILAYAH EROPA
JAKARTA
JULI 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Yuki Wurianti

NPM : 0806450016

Tanda Tangan : 

Tanggal : Juli 2010

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Yuki Wurianti
NPM : 0806450016
Program Studi : Kajian Wilayah Eropa
Judul Tesis :

DAMPAK INTEGRASI EKONOMI DAN MONETER UNI EROPA
TERHADAP PERUBAHAN IKLIM DUNIA USAHA DI JERMAN
(Studi Kasus: Perusahaan *Schnurr GmbH*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Kajian Wilayah Eropa Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing: : Prof. Dr. Lepi T. Tarmidi

: 

Penguji : Joko Kusnanto Anggoro Ph.D

: 

Penguji : Dr. Rofikoh Rokhim

: 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Juli 2010

KATA PENGANTAR / UCAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji bagi Allah SWT Rabb semesta alam. Shalawat dan salam kami panjatkan kepada Rasulullah SAW dan para sahabatnya. Dengan mengucapkan puji syukur dan hamdalah akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Penelitian berupa tesis yang berjudul Dampak Integrasi Ekonomi dan Moneter Uni Eropa Terhadap Perubahan Iklim Dunia Usaha Di Jerman (Studi Kasus: Perusahaan *Schnurr GmbH*) diselesaikan guna melengkapi dan menyelesaikan pendidikan Pascasarjana pada Program Studi Kajian Wilayah Eropa pada Universitas Indonesia.

Bersama ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Prof. Dr. Lepi T. Tarmidi sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi kepada penulis dalam menemukan data aktual yang terkait dengan penelitian ini;
- Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Kajian Wilayah Eropa yang telah menyumbangkan ilmu kepada penulis selama berada dalam masa perkuliahan;
- Para staf Kajian Wilayah Eropa yang telah banyak memberikan informasi akademis kepada penulis;
- Ayahanda yang senantiasa mendoakan penulis dalam setiap shalatnya dan dengan sabar menemani penulis hingga dapat menyelesaikan jenjang Pascasarjana ini;
- Rekan-rekan mahasiswa Kajian Wilayah Eropa yang telah meluangkan waktu bersama-sama di kampus tercinta.

Sebagai penutup penulis berharap semoga penelitian ini berguna bagi pihak-pihak yang mendalami integrasi Eropa. Semoga Allah SWT membalas kebaikan pihak-pihak yang telah membantu.

Jakarta, Juli 2010

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuki Wurianti
NPM : 0806450016
Program Studi : Kajian Wilayah Eropa
Fakultas : Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**DAMPAK INTEGRASI EKONOMI DAN MONETER UNI EROPA
TERHADAP PERUBAHAN IKLIM DUNIA USAHA DI JERMAN
(Studi Kasus: Perusahaan *Schnurr GmbH*)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Juli 2010

Yang menyatakan

(Yuki Wurianti)

ABSTRAK

Nama : Yuki Wurianti
Program Studi : Kajian Wilayah Eropa
Judul :

DAMPAK INTEGRASI EKONOMI DAN MONETER UNI EROPA TERHADAP PERUBAHAN IKLIM DUNIA USAHA DI JERMAN (Studi Kasus: Perusahaan *Schnurr GmbH*)

Tesis ini membahas tentang dampak integrasi ekonomi dan moneter di Uni Eropa terhadap perubahan iklim dunia usaha di Jerman. Adanya perbedaan yang kompleks di dalam Uni Eropa mengharuskan setiap perusahaan yang beroperasi di dalamnya untuk mentaati *directives* yang telah diterbitkan oleh Komisi Eropa. Adapun IHK sebagai kamar dagang dan industri yang memiliki wewenang terhadap jalannya roda dunia bisnis di Jerman juga harus tunduk kepada *directives* ini. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mengambil studi kasus terhadap sebuah perusahaan moulding di Jerman yaitu perusahaan *Schnurr GmbH*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah adanya integrasi ekonomi dan moneter terdapat perubahan iklim dunia usaha di Jerman, baik yang terjadi antar perusahaan maupun IHK sebagai badan yang memiliki otoritas untuk mengatur jalannya roda dunia usaha di Jerman.

Kata kunci:
Dunia Usaha di Jerman, *Schnurr GmbH*

ABSTRACT

Name : Yuki Wurianti
Study Program : European Economic Studies
Titel :

THE IMPACT OF ECONOMIC AND MONETARY INTEGRATION OF THE EUROPEAN UNION ON CHANGES OF BUSINESS ENVIRONMENT IN GERMANY (Case Study: Schnurr GmbH Company)

This thesis explains about the impact of economic and monetary integration of the European Union on changes of business environment in Germany. There are many differences in European Union, so the companies in this circumstance should obey the regulation set up in directives which published by European Commission. IHK as the chamber of trade and industry in Germany that has authority to the flow of business environment in Germany should also obey these directives. This is a qualitative research with case study of company Schnurr GmbH. The result shows that there are changes in business environment in Germany after economic and monetary integration of European Union. It happens among the companies and also to IHK as chamber of trade and industry which has authority to manage business environment in Germany.

Key words:
Business Environment in Germany, Schnurr GmbH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK, SKEMA TABEL DAN GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Metode Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Kerangka Berpikir	9
BAB 2 UNI EROPA, PASAR TUNGGAL EROPA dan MATA UANG EURO	
2.1 Uni Eropa	16
2.1.1 Traktat Maastricht	26
2.1.2 Pilar Uni Eropa	28
2.1.3 Teori Integrasi Ekonomi dan Moneter	32
2.2 Teori Mata Uang Tunggal Euro	35
BAB 3 IKLIM USAHA DI JERMAN SETELAH INTEGRASI EKONOMI UNI EROPA	
3.1 Peran IHK Di Jerman Dalam Dunia Perdagangan dan Industri Sebelum Diberlakukannya Pasar Tunggal	50
3.2 Peran IHK Di Jerman Setelah Diberlakukannya Pasar Tunggal	52
3.3 <i>Directives</i> Bagi Perusahaan Di Uni Eropa	55

BAB 4 PERUSAHAAN <i>MOULDING</i> DI JERMAN	59
4.1 Perusahaan <i>Schnurr GmbH</i>	64
4.2 Teori Aliansi Strategis	69
4.3 Analisis PLC	75
4.4 Analisis SWOT	79
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86

LAMPIRAN:

- Struktur Organisasi IHK periode 2008-2013
- Bro sur perusahaan *Schnurr GmbH* (2008)
- Daftar Pelanggan Perusahaan *Schnurr GmbH* (2009)
- Sertifikat ISO 9001 Perusahaan *Schnurr GmbH*
- Bro sur Kerjasama Antara Perusahaan *Schnurr GmbH* dengan perusahaan *Fong Shen Pte Ltd* (2008)
- Bro sur perusahaan *Fong Shen Pte Ltd* (2008)

DAFTAR GRAFIK, SKEMA, TABEL dan GAMBAR

Grafik 1.1	Tingkat Pengangguran di Uni Eropa	3
Grafik 2.1	Prosentase Nilai Ekspor Negara Uni Eropa	12
Grafik 2.2	Perbandingan Nilai Ekspor Jerman	13
Grafik 2.3	Pendapatan Jerman Dari Bidang Manufaktur	14
Grafik 2.4	Peningkatan Daya Beli Masyarakat Uni Eropa	14
Grafik 2.5	Nilai Ekspor Negara Uni Eropa	15
Grafik 2.6	Nilai Perdagangan di Uni Eropa	18
Grafik 2.7	Peningkatan Jumlah Angkatan Tenaga Kerja di Uni Eropa	18
Grafik 2.8	Prosentase Pengunjung Negara Jerman	19
Grafik 2.9	Perbandingan Hambatan Birokrasi Antara Uni Eropa Dengan USA Sebelum <i>Enlargement</i> 2004	22
Grafik 2.10	Peningkatan Jumlah Perusahaan di Uni Eropa	23
Grafik 3.1	Prosentase Negara Yang Diminati Sebagai Tempat Tujuan Kuliah	46
Grafik 4.1	Prosentase Perusahaan <i>Moulding</i> di Jerman	59
Grafik 4.2	Prosentase Perusahaan <i>Moulding</i> di Uni Eropa	60
Grafik 4.3	Perusahaan Pemakai Produk <i>Moulding</i> di Jerman	62
Grafik 4.4	Peningkatan Jumlah Produksi	68
Grafik 4.5	Analisis PLC (<i>Product Life Cycle</i>) Terhadap Perusahaan <i>Schnurr GmbH</i>	76
Skema 1.1	Kerangka Berpikir	10
Skema 3.1	Struktur Kewenangan IHK Sebelum Adanya Pasar Tunggal...	51
Skema 3.2	Struktur Kewenangan IHK Setelah Diberlakukan Pasar Tunggal	54
Skema 4.1	Sistem Penerimaan Pesanan Perusahaan <i>Schnurr GmbH</i> ...	66

Tabel 2.1	Perpindahan Mahasiswa Uni Eropa Menuju Jerman	20
Tabel 2.2	Perbandingan Penggunaan <i>Green Products</i>	21
Tabel 2.3	Nilai Kenaikan Penggunaan Perangkat Jasa di Uni Eropa ..	22
Tabel 2.4	Prosentase Nilai Perdagangan Intra Uni Eropa	23
Tabel 2.5	Prosentase Potongan Pajak Dalam Transaksi Bisnis.....	24
Tabel 2.6	Pilar Uni Eropa	31
Tabel 2.7	Tahapan Integrasi Ekonomi	34
Tabel 2.8	Tahun Bergabungnya Negara Anggota Uni Eropa	35
Tabel 2.9	Tahapan Penggunaan Mata Uang Euro	40
Tabel 2.10	Tahun Bergabungnya 16 Negara Pengguna Mata Uang Euro	42
Tabel 2.11	Nilai Tukar Mata Uang Negara Anggota Uni Eropa Terhadap Euro	43
Tabel 3.1	Komposisi Kedudukan Kursi Partai di Parlemen Jerman ...	47
Tabel 3.2	Susunan Kepemimpinan IHK München	49
Tabel 4.2	Definisi Analisis SWOT	80
Gambar 3.1	Bio-Produk Untuk Produk Ramah Lingkungan	53

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Uni Eropa merupakan realisasi integrasi ekonomi dan moneter sekaligus politik yang terdiri dari 27 negara Eropa yang masing-masing memiliki kedaulatan. Dalam naungan Uni Eropa mereka bersatu dan bersepakat untuk membentuk sebuah pasar tunggal. Gagasan untuk menyatukan Uni Eropa sudah ada sejak awal tahun 1950 dengan cara membentuk kesepakatan-kesepakatan yang dilakukan oleh beberapa negara yang kemudian berkembang negara anggotanya (Anderson, 1995).

Pasar tunggal mulai diberlakukan pada bulan Januari 1993 yang bertujuan untuk mencapai kebebasan arus barang, jasa, tenaga kerja dan modal. Salah satu perwujudan integrasi ini ditandai dengan digunakannya mata uang tunggal euro di 16 negara anggota Uni Eropa (Hintereder, 2005).

Untuk mewujudkan terbentuknya integrasi ekonomi, politik dan pembentukan pasar tunggal diperlukan waktu selama bertahun-tahun, di mana kondisi perekonomian dan politik di tiap-tiap negara tidak sama, baik dari segi inflasi, sistem pemerintahan, maupun faktor-faktor lain sehingga negara-negara yang akan bergabung dalam Uni Eropa harus dapat memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh Uni Eropa, salah satunya adalah sistem pemerintahan yang demokratis (Anderson, 1995).

Negara-negara Eropa Timur yang pada masa itu menganut sistem pemerintahan sosialis dan berada di bawah pengaruh Uni Soviet, saat ini juga telah menjadi anggota negara Uni Eropa. Setelah keruntuhan rezim komunis Uni Soviet negara-negara ini membenahi diri mereka untuk lebih terbuka mengadakan kerjasama dengan negara lain dengan sistem pemerintahan demokratis (Alkatiri, 2007).

Dalam bidang ekonomi negara-negara tersebut memiliki perbedaan dengan sistem perekonomian negara demokratis, di mana hak milik dan hak untuk berusaha dapat dimiliki oleh setiap orang yang memiliki cukup faktor-faktor produksi.

Sedangkan perekonomian pada negara penganut paham komunis, seluruh aset dikuasai secara terpusat oleh negara. Tidak diakui adanya kepemilikan pribadi atas suatu perusahaan, serta tidak diperbolehkan untuk mengadakan hubungan dan kerjasama dengan perusahaan dari negara lain (Alkatiri, 2007).

Menurut Alkatiri ada masa transisi perusahaan-perusahaan yang berada di kawasan Eropa Timur berusaha untuk melakukan adaptasi proses perdagangan dengan mitra bisnisnya dan melakukan pembenahan dari sistem perekonomian yang semula terpusat pada pemerintahan, kini menjadi wewenang penuh bagi pemilik perusahaan untuk dapat menentukan langkah yang akan diambil dalam dunia bisnis yang akan dijalani.

Konsep pembentukan Uni Eropa bermula dari penandatanganan Traktat Paris pada 18 April 1951 yaitu melalui pembentukan ECSC (*European Coal and Steel Community*) yang ditandatangani oleh enam negara pendiri Uni Eropa (*Europe Six*), yaitu Belgia, Jerman, Perancis, Italia, Luxemburg dan Belanda (De Gucht, 2007).

Melalui traktat ini *Europe Six* (Fontaine, 2006) memandang perlunya kerjasama, perdamaian dan persatuan diantara mereka untuk menuju kemajuan ekonomi dan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Kesepakatan mengenai hal-hal yang mendalam belum dibicarakan dalam traktat ini.

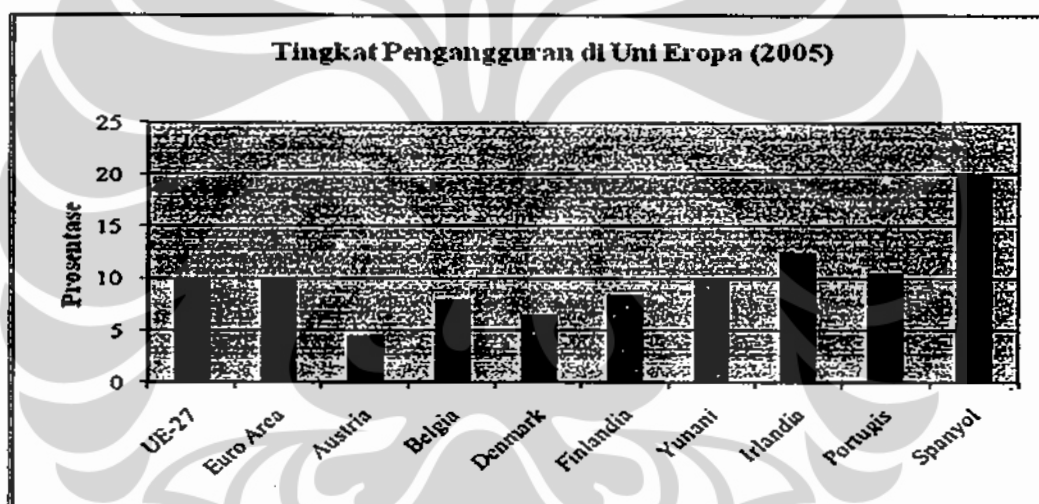
Yang menjadi tujuan utama pada saat itu adalah bersatunya negara-negara Eropa untuk dapat berbagi sumber energi, yaitu batubara dan baja, yang pada masa itu sangat diperlukan.

Beberapa tahun kemudian pembentukan ECSC ditindaklanjuti dengan penandatanganan beberapa traktat, yaitu Traktat Roma, Maastricht, Amsterdam, Nice dan Lisbon yang semakin menguatkan tujuan bangsa-bangsa Eropa untuk bersatu dalam Uni Eropa. Hingga

saat ini anggota Uni Eropa berjumlah 27 negara. Masih ada beberapa negara di kawasan ini yang belum dapat bergabung dalam pasar tunggal yang dibentuk Uni Eropa.

Salah satu dampak negatif yang ditimbulkan oleh pasar tunggal adalah tingginya arus pekerja pendatang yang masuk ke dalam negara anggota Uni Eropa lain, di mana negara tujuan ini dianggap perekonomiannya lebih stabil dari negara asalnya sehingga hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi pemerintah negara tujuan. Karena masuknya arus pekerja pendatang yang tidak memiliki keahlian khusus akan meningkatkan jumlah pengangguran (Hintereder, 2005).

Grafik 1.1: Tingkat Pengangguran di Uni Eropa (2005)



Sumber: www.bls.gov/fls/intl_unemployment...thly.htm (2005)
(Diakses tanggal 19 Juli 2010)

Sedangkan salah satu dampak positif dari pasar tunggal adalah para tenaga kerja terampil dan terlatih memiliki peluang yang luas untuk bekerja di negara anggota Uni Eropa manapun yang sesuai dengan kualifikasi yang dimilikinya. Untuk itu Komisi Uni Eropa mengeluarkan peraturan yang dituangkan dalam *directives* yang diantaranya mengatur masalah ketenagakerjaan (Johnson, 2004).

Puncak dari terealisasinya integrasi ekonomi dan moneter ini adalah dengan diterbitkannya mata uang tunggal euro. Namun dalam menyatukan integrasi moneter di seluruh daratan Eropa, Uni Eropa masih mengalami sedikit hambatan, seperti penolakan Inggris serta beberapa negara anggota UE lain untuk bergabung menggunakan mata uang euro (Johnson MP, 2004). Negara-negara ini memiliki alasan masing-masing untuk tidak menggunakan mata uang euro terutama karena alasan kestabilan perekonomian dalam negerinya.

Menurut catatan Komisi Eropa, pasar tunggal telah menciptakan 2,5 juta lapangan kerja baru & meningkatkan kesejahteraan sebanyak 800 miliar euro sejak tahun 1993 hingga tahun 2006. Peningkatan perdagangan maupun kesejahteraan ini, di sisi lain menciptakan timbulnya persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku bisnis di kawasan Uni Eropa.

Peraturan mengenai persaingan dunia usaha dalam integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa memainkan peran penting untuk mencegah timbulnya monopoli. Untuk itu dibuat suatu peraturan yang ditetapkan dalam *directives* (berupa pasal-pasal peraturan) untuk mengatur kegiatan usaha yang berlaku sama di seluruh Uni Eropa (http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk_geschaeftsfelder/innovation, diakses pada 19 Juli 2010).

Masih berdasarkan informasi dari *website* di atas, *directives* ini tidak hanya mengatur persaingan antar perusahaan dan prosedur investasi, bahkan juga mengenai kebijakan pemesanan barang dan kebijakan yang mengatur keterlambatan pembayaran dalam transaksi perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha di dalam negara anggota Uni Eropa maupun perusahaan lain yang berhubungan dengan negara anggota Uni Eropa.

Adapun persamaan peraturan ini ditujukan untuk mencapai kestabilan masyarakat Uni Eropa itu sendiri dalam menjalankan kehidupan ekonominya. Selain itu peraturan terpusat yang ditetapkan juga berlaku umum bagi masyarakat Uni Eropa (<http://www.eurochambers.eu>, diakses pada 15 Februari 2010).

Seperti yang telah ditetapkan Uni Eropa sebagai misinya bagi masyarakatnya adalah sebagai berikut:

1. Menjaga perdamaian, kemakmuran dan stabilitas masyarakat Uni Eropa;
2. Menyatukan seluruh daratan Eropa;
3. Menjamin keselamatan masyarakat Uni Eropa;
4. Mencapai keseimbangan ekonomi dan pembangunan sosial
5. Mampu menghadapi tantangan globalisasi dan menjaga keberagaman masyarakat Uni Eropa
6. Menghargai Hak Asasi Manusia.

Dalam bidang dunia usaha, misi Uni Eropa ini telah ditetapkan oleh Komisi Eropa yang mengeluarkan *directives* bagi perusahaan-perusahaan yang berada di dalamnya. *Directives* ini wajib dilaksanakan terutama oleh Kementerian masing-masing negara Uni Eropa.

Namun di Jerman *directives* ini wajib dijalankan selain oleh Kementerian Ekonomi dan Teknologi, juga oleh sebuah badan yang mengatur dunia perdagangan dan bisnis di Jerman yaitu IHK (*Industrie- und Handelskammer*). Badan ini merupakan semacam kamar dagang dan industri yang ada di setiap negara bagian di Jerman. Sebelum terjadinya integrasi ekonomi, badan ini di setiap negara bagian memiliki wewenang penuh untuk menyeleksi dan mengatur pendirian perusahaan yang akan beroperasi di Jerman.

Setelah Uni Eropa bersatu, maka badan ini hanya sebagai pelaksana saja dan yang memiliki kewenangan utama adalah Komisi Eropa, dengan mengeluarkan *directives* yang wajib diterapkan di seluruh negara anggota Uni Eropa (http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk_geschaeftsfelder/innovation, Diakses pada 19 Juli 2010).

Secara khusus penelitian ini membahas studi kasus terhadap sebuah perusahaan *moulding* di Jerman, yaitu perusahaan *Schnurr GmbH* yang mengalami perbedaan dalam bidang transaksi serta jalannya dunia usaha, pada saat sebelum dan setelah terjadinya pasar tunggal di Uni Eropa.

Adapun kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan *Schnurr GmbH* adalah perusahaan ini memiliki karyawan yang ahli di bidangnya masing-masing serta berasal dari negara campuran negara Uni Eropa. Serta masih banyak kelebihan-kelebihan lain yang dimiliki oleh perusahaan ini sehingga menarik untuk dilakukan studi kasus dalam penelitian ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Integrasi ekonomi dan moneter di Uni Eropa menyebabkan perubahan peraturan yang ditetapkan mengatur kegiatan perekonomian di dalamnya. Di mana yang sebelumnya tiap-tiap negara memiliki otoritas masing-masing dalam rangka menetapkan peraturan yang berkaitan dengan proses transaksi perdagangannya, setelah bergabung dalam Uni Eropa seluruhnya diatur dalam *directives* yang ditetapkan oleh Komisi Eropa.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penelitian ini dilakukan lebih lanjut guna menjawab permasalahan yang timbul melalui studi kasus terhadap sebuah perusahaan *moulding* yang berbasis di Jerman.

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa dampak integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa terhadap perubahan iklim dunia usaha di Jerman?
2. Apa kendala yang dihadapi perusahaan tersebut dengan adanya integrasi ekonomi Uni Eropa?
3. Langkah apa saja yang dilakukan oleh perusahaan tersebut untuk menghadapi persaingan yang timbul dalam pasar tunggal Eropa?
4. Apa dampak integrasi ekonomi Uni Eropa terhadap perusahaan *Schnurr GmbH*?
5. Apa kendala yang dihadapi perusahaan *Schnurr GmbH* dengan adanya integrasi ekonomi Uni Eropa?

6. Langkah apa yang dilakukan oleh perusahaan *Schnurr GmbH* untuk menghadapi persaingan yang timbul dalam pasar tunggal Eropa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dampak integrasi Uni Eropa sebagai pasar tunggal terhadap perubahan iklim dunia usaha di Jerman;
2. Kemudian mengungkapkan kendala-kendala yang dihadapi sebagai dampak integrasi ekonomi. Selanjutnya menjelaskan langkah-langkah dan strategi bisnis yang ditempuh perusahaan-perusahaan tersebut terhadap persaingan yang timbul di pasar tunggal agar mereka tetap eksis dan tidak mengalami kemunduran;
3. Akan dikemukakan masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan di Uni Eropa setelah diberlakukannya pasar tunggal;
4. Selain itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui secara khusus dampak integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa perusahaan *moulding* di Jerman dalam hal ini perusahaan *Schnurr GmbH*;
5. Dalam penelitian ini akan diuraikan kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan *Schnurr GmbH* setelah diberlakukannya integrasi ekonomi Uni Eropa;
6. Mengungkapkan strategi bisnis yang dilakukannya dalam menghadapi persaingan yang timbul sebagai akibat dari integrasi Uni Eropa, di mana perusahaan ini memiliki pelanggan tetap dari berbagai negara dan juga menjalin kerjasama dengan perusahaan yang berasal dari negara lain.

1.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa studi kasus untuk melakukan analisis kontekstual yang disesuaikan dengan realita yang terjadi mengenai dampak integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa terhadap perubahan iklim usaha di Jerman dengan mengambil contoh perusahaan *moulding Schnurr GmbH* yang berbasis di Bayern salah satu negara bagian di Jerman bagian selatan.

Data-data mengenai Uni Eropa dikumpulkan melalui studi pustaka dari buku-buku, *leaflet* dan *website*. Kemudian data-data mengenai perusahaan *Schnurr GmbH* diperoleh melalui *website* perusahaan, *download* brosur serta tanya jawab melalui *e-mail* kepada pemilik perusahaan tersebut.

Penelitian sebelumnya membahas mengenai integrasi Uni Eropa adalah tesis mahasiswa Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia mengenai tanggapan Amerika Serikat terhadap Integrasi Eropa.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Proses pembentukan integrasi Uni Eropa memerlukan waktu yang cukup lama untuk dicapai kesepakatan dari negara-negara anggotanya. Terutama penjelasan mengenai kronologis timbulnya ide integrasi ini membutuhkan data dan keterangan yang cukup panjang.

Kemudian adaptasi yang harus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang berada di kawasan ini diperlukan kesungguhan yang harus dapat dipertanggungjawabkan kepada pemerintah masing-masing negara yang telah menjadi anggota Uni Eropa. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penjelasan umum mengenai proses pembentukan integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa yang berpedoman kepada Traktat Maastricht;

2. Penjelasan umum mengenai tugas-tugas IHK München (Kamar Dagang dan Industri negara bagian Bayern) dan perusahaan *moulding* di Jerman;
3. Penjelasan khusus mengenai dampak yang dialami oleh perusahaan *Schnurr GmbH* terhadap integrasi ekonomi Uni Eropa.

1.6 Kerangka Berpikir

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai pasar tunggal, integrasi ekonomi, aliansi strategis, analisis PLC dan analisis SWOT yang berlaku sebagai alat ukur keberhasilan studi kasus terhadap perusahaan *Schnurr GmbH*. Teori-teori tersebut dijelaskan dalam bab masing-masing yang khusus membahas permasalahan tersebut.

Traktat Maastricht merupakan dasar bagi pembentukan integrasi Uni Eropa untuk membentuk suatu integrasi sistem ekonomi, moneter dan politik dari negara anggotanya. Dalam Uni Eropa dibentuk badan-badan yang mengatur sistem dan dapat mengeluarkan peraturan. Komisi Eropa mengeluarkan *directives* yang mengatur tentang sistem dunia usaha yang berlaku di kawasan Uni Eropa dan wajib untuk dilaksanakan oleh semua perusahaan yang berada di kawasan Uni Eropa.

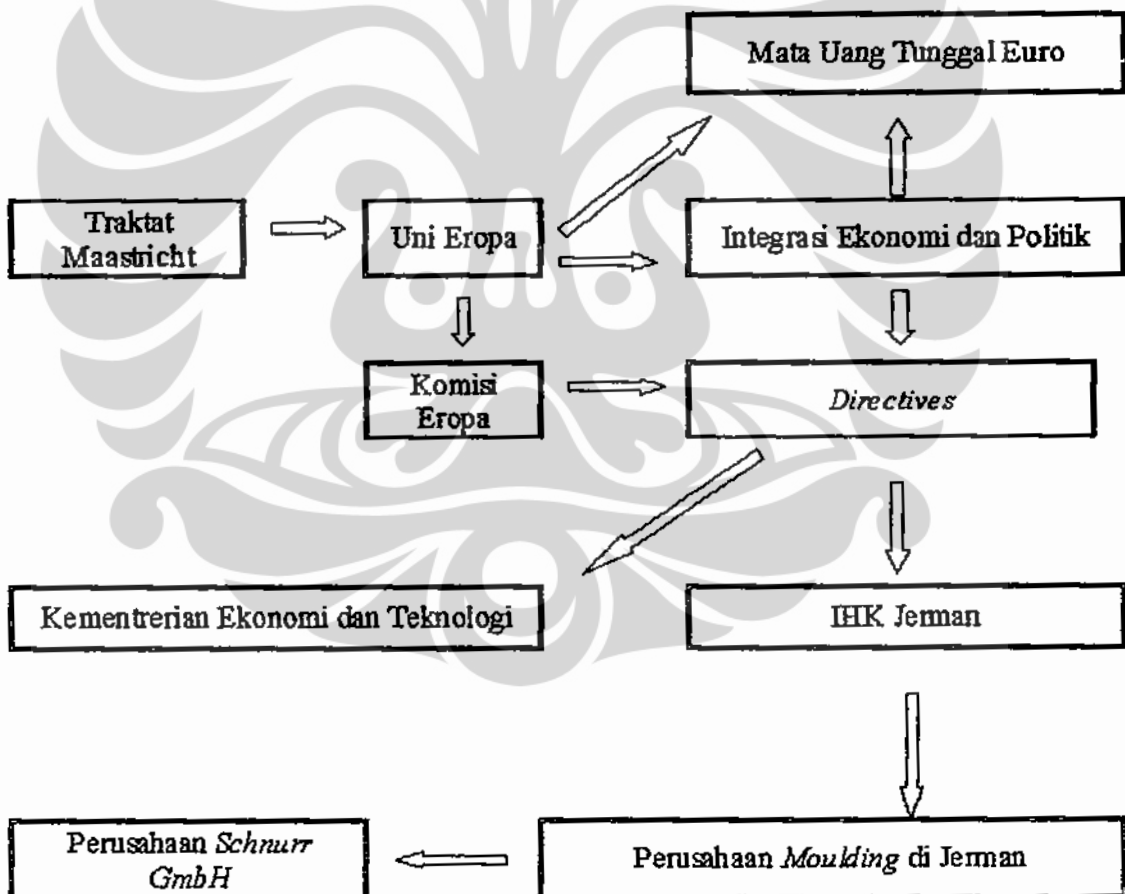
Perusahaan *moulding* di Jerman dianggap sebagai perusahaan suku cadang yang sangat berpengaruh dan menentukan bagi pabrik-pabrik manufaktur di Jerman. Sebagai negara industri, produk *moulding* yang dihasilkan untuk perusahaan manufaktur di Jerman memerlukan tingkat ketelitian dan keakuratan yang cukup tinggi.

Perusahaan *Schnurr GmbH* adalah salah satu perusahaan *moulding* di Jerman bagian selatan dengan kelebihan dan kesempatan yang dimiliki agar tetap eksis memiliki beberapa strategi yang dilakukan di tengah persaingan bisnis yang semakin tajam di era pasar tunggal dan integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa. Diantaranya

adalah dengan melengkapi diri dengan mesin-mesin berteknologi tinggi yang tentu saja hasilnya akan berdampak menghasilkan produk yang canggih dan berkualitas.

Yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah perubahan kewenangan IHK di Jerman yang sebelum diberlakukan pasar tunggal memiliki tugas dan otoritas penuh terhadap perusahaan-perusahaan yang beroperasi di negara bagiannya masing-masing. Namun setelah diberlakukannya pasar tunggal dan mata uang euro, seluruh kebijakan sepenuhnya mengacu kepada *directives* yang diterbitkan oleh Komisi Eropa.

Skema 1.1 : Kerangka Berpikir



Skema di atas menjelaskan tentang urutan penjelasan permasalahan pada penelitian ini. Bermula dari Traktat Maastricht sebagai titik tolak integrasi Uni Eropa. Di dalam traktat ini disepakati

adanya kebebasan arus barang, jasa, modal dan tenaga kerja serta disepakati juga adanya mata uang tunggal tunggal euro yang beredar di Uni Eropa sebagai bukti keberhasilan sebuah integrasi ekonomi dan moneter.

Dengan semakin bertambahnya negara pengguna mata uang euro maka semakin menandai keberhasilan integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa yang diprakarsai oleh enam negara pendiri, yaitu : Belgia, Jerman, Perancis, Italia, Luxemburg dan Belanda.

Kemudian lahiriah Uni Eropa, di mana di dalamnya terdapat lembaga-lembaga yang bertugas untuk membuat kebijakan dan undang-undang yang berlaku di seluruh Uni Eropa, yaitu:

1. Parlemen Eropa: mewakili warga negara Uni Eropa dan dipilih langsung oleh mereka;
2. Dewan Uni Eropa: yang mewakili masing-masing negara anggota
3. Komisi Eropa : yang berupaya untuk menegakkan kepentingan Uni Eropa secara keseluruhan.

Dalam bidang ekonomi dan perdagangan ditetapkan adanya peraturan yang disebut dengan *directives* yaitu peraturan yang ditetapkan oleh Komisi Eropa bagi dunia usaha yang berada di kawasan Uni Eropa.

Kemudian penelitian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai perusahaan *moulding* di Jerman yang harus mentaati *directives* Komisi Eropa. Lalu secara khusus meneliti langkah-langkah dan strategi yang dijalankan oleh perusahaan *Schnurr GmbH* untuk tetap eksis di tengah persaingan pasar tunggal yang semakin ketat.

Pada akhir penelitian akan dikemukakan jawaban atas permasalahan yang diajukan, yaitu dampak dari integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa terhadap perubahan iklim dunia usaha di Jerman dengan mengambil studi kasus terhadap perusahaan *Schnurr GmbH*.

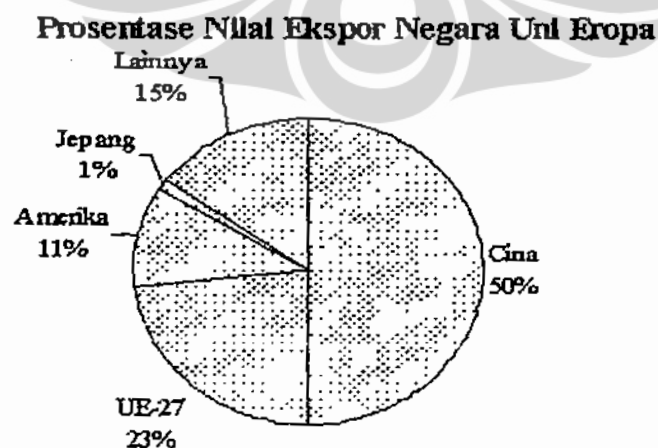
BAB 2

UNI EROPA, PASAR TUNGGAL EROPA dan MATA UANG EURO

Perluasan Uni Eropa saat ini membawa kemajuan dan kemakmuran bagi masyarakatnya. Dengan jumlah total penduduk mendekati 500 juta jiwa dari 27 negara, Uni Eropa semakin kuat dan berpengaruh dalam dunia internasional (De Gucht, 2004). Perluasan keanggotaan Uni Eropa yang saat ini masih dalam peninjauan adalah Turki dan Kroasia. Di sisi lain, penambahan anggota juga berakibat pada pengeluaran dan pemasukan Uni Eropa sehingga perlu adanya peninjauan lebih lanjut.

Menurut De Gucht, salah satu faktor yang menjadi pertimbangan dari suatu negara untuk dapat menjadi anggota Uni Eropa adalah seberapa besar biaya yang harus ditanggung oleh Uni Eropa untuk proses pengembangan negara baru tersebut. Hal ini dapat dilihat dari nilai perdagangan yang terjadi dari nilai ekspor dan impor. Begitu juga halnya dengan perekonomian Uni Eropa. Melalui perluasan ini tentunya diharapkan dapat menambah volume ekspor dan impor Uni Eropa.

Grafik 2.1 : Prosentase Nilai Ekspor Negara Uni Eropa (2008)

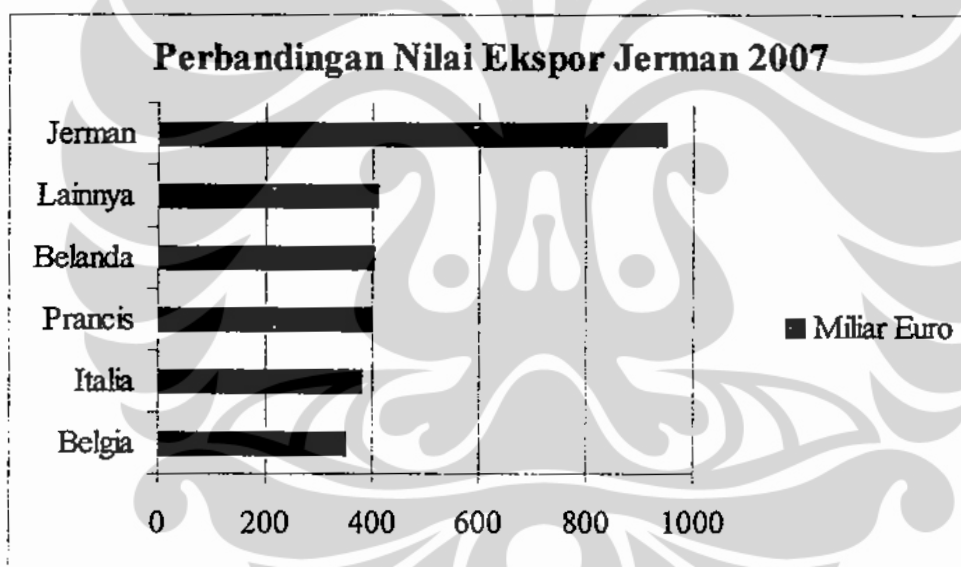


Sumber: Pfeiffer (2008)

Grafik 2.1 menunjukkan prosentase nilai ekspor negara Uni Eropa dalam perdagangan dunia adalah 23% dari total kegiatan ekspor di seluruh dunia. Sedangkan nilai ekspor terbesar tetap dipegang oleh Cina melalui *mass* produknya yang sangat murah dan berhasil menguasai pasar Asia. Bahkan saat ini mulai memasuki wilayah Eropa.

Jerman sebagai negara industri terbesar di Uni Eropa cukup memberikan peran yang besar bagi pendapatan Uni Eropa. Kekuatannya di bidang industri manufaktur dibandingkan dengan negara Uni Eropa lainnya cukup berpengaruh terhadap posisi Jerman sebagai pendiri Uni Eropa.

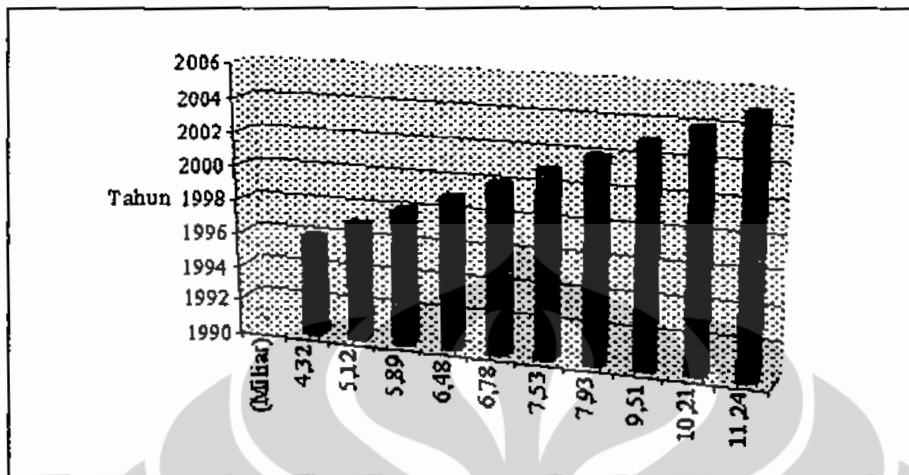
Grafik 2.2 Perbandingan Nilai Ekspor Jerman (2007)



Sumber: Pfeiffer (2008)

Sesuai data pada grafik 2.2 pendapatan Jerman dari nilai ekspor hampir mencapai 1 miliar euro pada tahun 2007. Kemudian disusul oleh Belanda dan Prancis yang nilainya mencapai 400 miliar euro. Meskipun nilai ekspor Prancis dan Belanda cukup besar, namun kedua negara ini lebih unggul di bidang pertanian. Terutama Prancis mengutamakan anggur sebagai produk unggulan (Johnson, 2004). Dari nilai total pendapatan Jerman tersebut, sebagian besar didapat dari sektor industri manufaktur.

Grafik 2.3: Pendapatan Jerman dari Bidang Manufaktur (1996-2005)

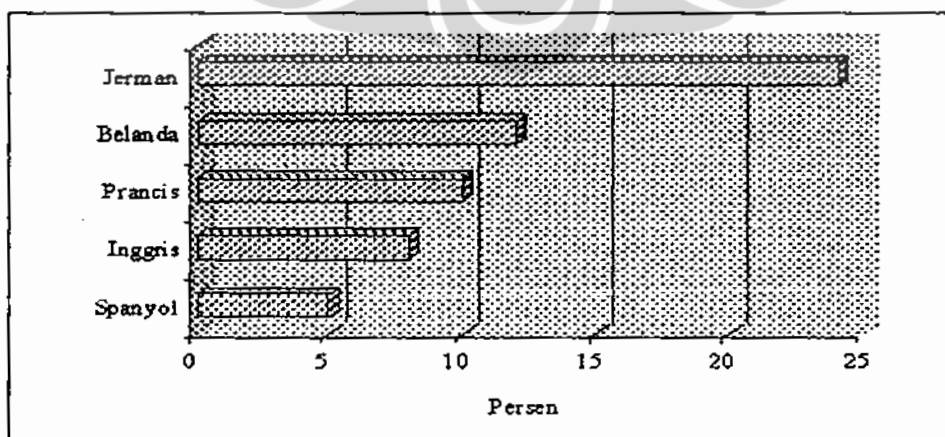


Sumber: Pfeiffer (2008)

Grafik di atas menunjukkan bahwa pendapatan Jerman dari bidang manufaktur semakin bertambah setiap tahunnya rata-rata sekitar 1%. Kenaikan ini membuat kedudukan Jerman sebagai negara pendiri Uni Eropa berada di tingkat atas dalam bidang manufaktur.

Keberhasilan perluasan Uni Eropa dalam jangka panjang dipastikan akan membawa peningkatan nilai ekspor dan daya serap pasar di Uni Eropa. Standar hidup dan tingkat kemakmuran yang meningkat akan mendorong peningkatan daya beli individu di Uni Eropa (Rosamond, 2000).

Grafik 2.4 : Peningkatan Daya Beli Masyarakat Uni Eropa (2005)



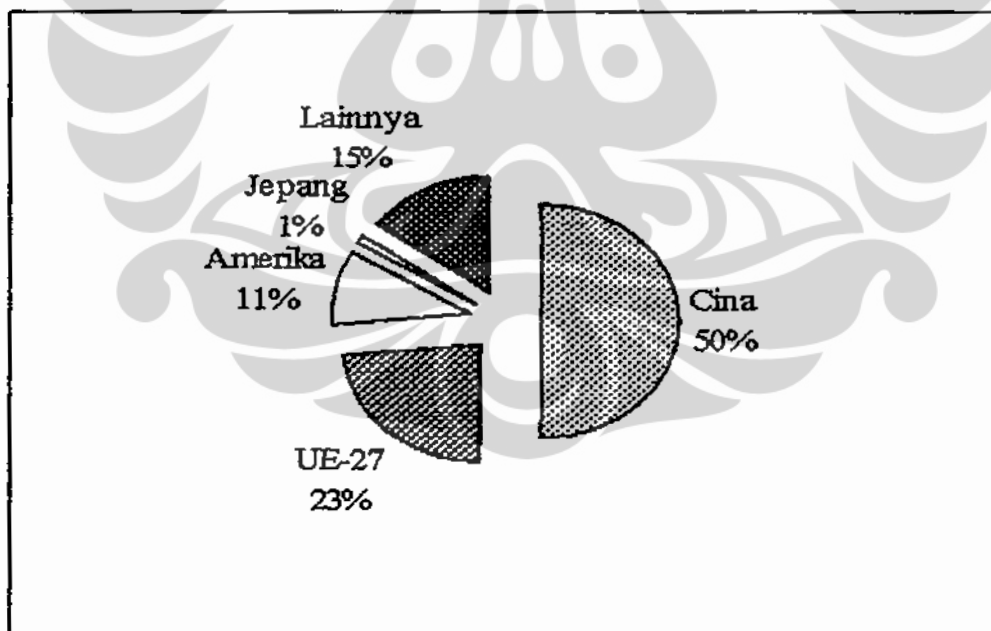
Sumber: Hintereder (2005)

Grafik 2.4 menunjukkan bahwa tingkat kemakmuran masyarakat Uni Eropa sejak bergabungnya hingga tahun 2004 mengalami peningkatan. Yang mengalami peningkatan pesat adalah Jerman yaitu hampir 25%.

Sebagai negara pendiri Uni Eropa sekaligus negara dengan penghasilan terbesar dari sektor manufaktur, Jerman dapat dikatakan sebagai motor bagi perekonomian Uni Eropa. Dikarenakan adanya kemudahan dan kesejahteraan yang dapat diperoleh oleh masyarakatnya dalam memenuhi standar hidupnya.

Integrasi penuh pasar negara-negara kandidat ke pasar Uni Eropa, membuka kesempatan mesin ekonomi negara-negara itu mencapai pertumbuhan ekonomi yang dinamis. Karena dengan bergabung ke Uni Eropa, negara-negara tersebut memiliki prospek yang lebih baik (Rosamond, 2000).

Grafik 2.5 : Nilai Ekspor Negara Uni Eropa (2008)



Sumber: Pfeiffer (2008)

Berdasarkan data pada grafik 2.5, posisi nilai ekspor Uni Eropa terhadap raksasa industri dunia yaitu Cina dan Amerika berada di tingkat kedua. Di mana posisi pertama tetap diduduki oleh Cina yang mampu menguasai pasar dengan mass produknya yang kompetitif.

Hal ini sekaligus juga memotivasi sektor ekonomi pasar yang dapat memperluas munculnya pelaku-pelaku ekonomi baru. Dengan gambaran itu, bukan tidak mungkin perekonomian negara-negara kandidat dalam jangka panjang akan mendekati bahkan menyamai PDB per kapita Jerman (Pfeiffer, 2008).

Prediksi itu mungkin tidak banyak meleset mengingat prasyarat dan parameter bergabungnya negara-negara kandidat tersebut ke dalam sistem perekonomian Uni Eropa (pasar tunggal, sistem moneter, mata uang tunggal dan lain-lain) sama dengan yang berlaku di negara-negara anggota saat ini dan diaplikasikan sangat ketat (Wallace dan Wallace, 1996).

Dari sisi politisnya, Uni Eropa tidak akan semakin *'inward-looking'* setelah *enlargement*. Uni Eropa akan tetap *commit* ke sistem multilateral seperti PBB dan WTO. Banyak anggota Uni Eropa yang memiliki ikatan sejarah yang kuat dengan berbagai belahan dunia lain. Hal ini tidak akan dapat digantikan dengan adanya hubungan baru dengan negara-negara kandidat. Selain itu, negara-negara kandidat juga memiliki ikatan sejarah yang kuat dengan berbagai belahan dunia lain (Phinnamore, 1996).

2.1 Uni Eropa

Keanggotaan UE terbuka bagi setiap negara Eropa yang ingin menjadi anggota dengan persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu negara yang bersangkutan harus berada di benua Eropa, dan negara tersebut menerapkan prinsip-prinsip demokrasi, penegakan hukum, penghormatan HAM dan menjalankan segala peraturan perundangan UE (Cairns, 2001).

Realisasi integrasi ekonomi Uni Eropa adalah dengan diberlakukannya pasar tunggal yang bertujuan untuk mencapai empat macam kebebasan arus barang, tenaga kerja, modal dan jasa di dalam Uni Eropa. Sedangkan penghalang yang dihapuskan melalui program ini adalah peraturan, birokrasi, dan proteksionisme produk. Untuk menjembatani perubahan yang ada, Komisi Eropa menerbitkan *directives* atau pasal-pasal peraturan yang harus dijalankan oleh semua negara anggota Uni Eropa (<http://www.bayem.de/Arbeitsmarkt-und-Wirtschaftsleistung>, diakses pada 15 Februari 2010).

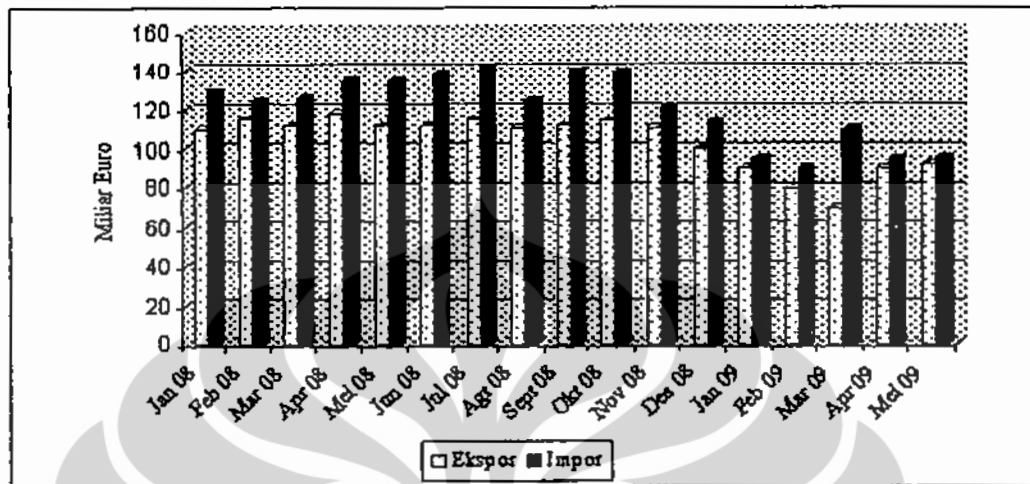
Sedangkan yang memperoleh keuntungan dari pasar tunggal ini adalah dari sisi konsumen, mereka memperoleh produk dengan harga yang lebih rendah namun memiliki kualitas yang sama seperti sebelumnya. Pilihan jenis produk yang ditawarkan juga lebih beragam karena berasal dari negara Uni Eropa lainnya. Lalu masyarakat Uni Eropa juga dapat bekerja di negara anggota Uni Eropa lainnya tanpa mengalami hambatan birokrasi (Dinand, 2002).

Bagi para usahawan dapat menikmati persaingan yang sehat dan tidak dicurangi oleh perusahaan lainnya. Karena permasalahan kompetisi juga sudah ditetapkan dalam *directives* Uni Eropa. Lalu mereka juga dapat mengembangkan jangkauan produksinya menuju pasar global.

Menurut Vogt (2005), kelebihan diberlakukannya pasar tunggal diantaranya adalah:

1. **Meningkatkan kemakmuran:** Selama lebih dari 15 tahun pasar tunggal telah menambah nilai kemakmuran GDP Uni Eropa hingga 2,15% bila dibandingkan dengan sebelum diberlakukannya pasar tunggal. Pada masa ini konsumen semakin sering membelanjakan uangnya, di mana para produsen secara otomatis juga melakukan peningkatan produksi. Terutama yang semakin memudahkan adalah dihilangkannya pembatas antar negara sehingga semua pihak semakin bebas untuk bergerak.

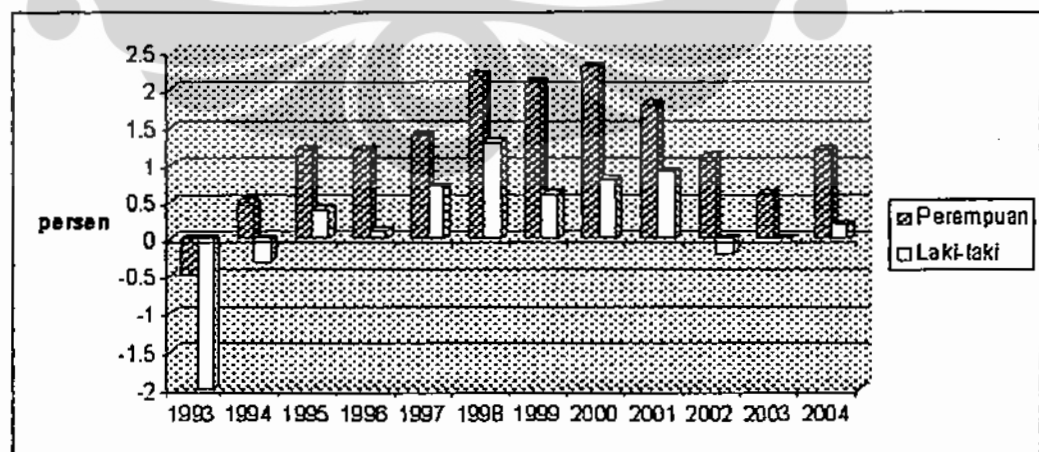
Grafik 2.6: Nilai Perdagangan di Uni Eropa (Desember 2007- November 2008)



Sumber: Pfeiffer (2008)

2. **Meningkatkan lapangan pekerjaan:** Selama kurun waktu 1992-2006 telah berhasil diciptakan sebanyak 2,75 juta lapangan pekerjaan. Pada masa ini perusahaan mengalami persaingan yang ketat dengan kompetitor sehingga produk yang dihasilkan juga semakin mengalami kemajuan.

Grafik 2.7: Peningkatan Jumlah Angkatan Tenaga Kerja di Uni Eropa (2004)



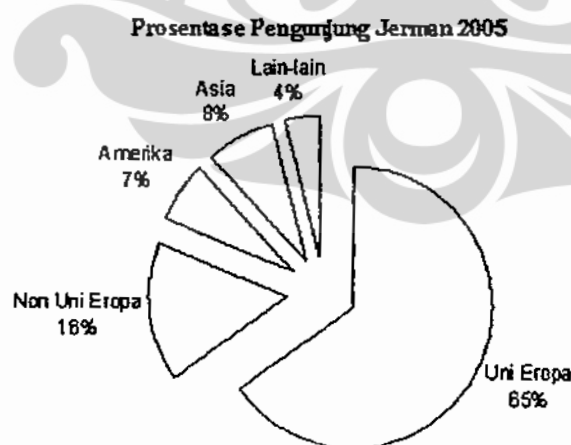
Sumber: <http://www/bfai.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Berdasarkan grafik 2.7 jumlah tenaga kerja di Uni Eropa setelah diberlakukannya pasar tunggal mengalami kenaikan. Jika dilihat dari gender, kaum perempuan juga memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleah lapangan pekerjaan. Bahkan tenaga kerja wanita mengalami kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan pria.

Tenaga kerja di Uni Eropa ini tersebar dalam berbagai sektor. Sebagai contoh di Inggris mayoritas tenaga kerjanya terpusat di sektor jasa. Hal ini menyebabkan pemasukan yang cukup berarti bagi Uni Eropa dari sektor jasa (Vogt, 2005).

3. Mempermudah perjalanan dan berbelanja: Masyarakat Uni Eropa dapat melakukan perjalanan ke seluruh negara anggota Uni Eropa tanpa memerlukan paspor dan tidak akan diperiksa di perbatasan antar negara. Sementara bagi masyarakat Uni Eropa yang gemar berbelanja, mereka memiliki kesempatan yang sangat luas untuk memanfaatkan hak mereka sebagai konsumen karena tidak ada batasan bagi mereka untuk berbelanja, sepanjang untuk kebutuhan pribadi mereka dan bukan untuk dijual kembali.

Grafik 2.8 : Pro senta se Pengunjung Jerman (2005)



Sumber: Hintereder (2005)

Berdasarkan grafik 2.8 data menunjukkan bahwa tingkat mobilitas masyarakat Uni Eropa cukup tinggi, yaitu sebesar 65%. Dampak yang ditimbulkan adalah meningkatnya transaksi yang terjadi pada tingkat hunian hotel dan harga-harga di restoran negara Uni Eropa. Fenomena ini terjadi pada tiga bulan pertama diberlakukannya mata uang tunggal Euro (Vogt, 2005).

4. **Meningkatkan kesempatan menetap, bekerja dan belajar di luar negeri:** Lebih dari 15 juta masyarakat Uni Eropa telah menikmati kebebasan untuk berpindah ke domisili ke negara Uni Eropa lainnya atau untuk menghabiskan masa pensiun mereka. Sementara 1,5 juta generasi muda telah menyelesaikan sebagian dari masa studi mereka di negara anggota Uni Eropa lainnya melalui Program beasiswa Erasmus.

Tabel 2.1: Perpindahan Mahasiswa Uni Eropa Menuju Jerman (2005)

Negara Asal	Prosentase
Inggris	12,1%
Perancis	10,5%
Spanyol	2,7%
Italia	1,7%

Sumber: Hintereder (2005)

Data pada tabel 2.1 menunjukkan angka terbanyak mahasiswa Uni Eropa menuju Jerman adalah mahasiswa dari Inggris. Dengan menetapnya mahasiswa Inggris di Jerman dapat menambah pendapatan bagi Jerman. Terutama negara baru Uni Eropa cenderung untuk beremigrasi ke negara pendiri Uni Eropa (Vogt, 2005).

5. **Memperluas pilihan akan barang dan jasa:** Sebanyak 73% masyarakat Uni Eropa berpendapat bahwa pasar tunggal berpengaruh positif terhadap barang yang ditawarkan kepada mereka. Semakin banyak ditemukan produk yang lebih aman dan ramah lingkungan seperti pada makanan, mobil dan obat-obatan;

Tabel 2.2 : Perbandingan Penggunaan *Green Products* (2009)

Negara	Nilai (Miliar US Dollar)	Prosentase
Australia	9,3	21,2
UE	24,7	63,7
Prancis	6,1	18,1
Jerman	13,8	13,2
Italia	1,3	1,3
Jepang	23,6	15,3
Inggris	5,2	14,9
Amerika	117,2	12

Sumber: <http://www.smallbusinessnotes.com/operating/green.php>
(Diakses pada 19 Juli 2010)

Dampak positif dari munculnya produk ramah lingkungan ini adalah pengusaha semakin terpacu untuk benar-benar melakukan proses produksi yang tidak mencemarkan lingkungan untuk mendapatkan sertifikasi dari badan yang berwenang, karena konsumen saat ini semakin sadar untuk memilih produk yang ramah lingkungan (Ilzkovitz dan Dierx, 2007).

6. **Harga lebih murah:** Dibukanya pasar tunggal semakin meningkatkan kompetisi di antara para produsen sehingga harga barang menjadi turun, diantaranya adalah akses internet, tiket pesawat udara dan pulsa telepon (turun sekitar 40% selama kurun waktu 2000-2006), sehingga penggunaan media ini oleh masyarakat semakin meningkat.

Tabel 2.3: Nilai Kenaikan Penggunaan Perangkat Jasa di Uni Eropa

	2000 (USD)	2006 (USD)
Internet dan pulsa telepon	5,9 juta	267,1 juta
Tiket pesawat	233,8 miliar	568,8 miliar

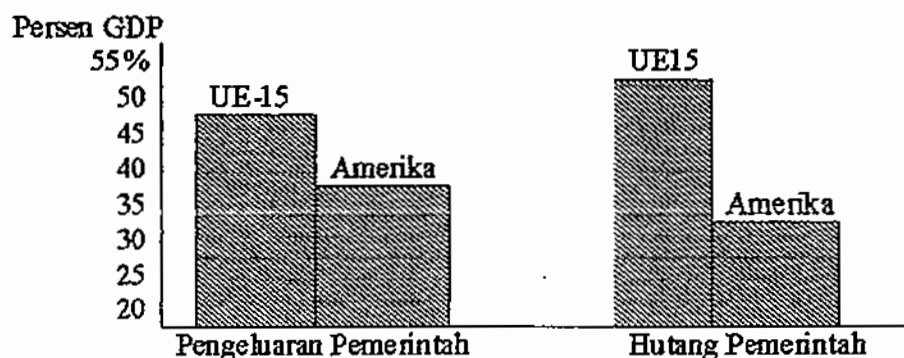
Sumber: http://www.prospect.org/cs/articles?article=germanys_economic_engine (2008) (Diakses pada 19 Juli 2010)

Pada tabel 2.3 data menunjukkan kenaikan transaksi di bidang jasa komunikasi dan transportasi sebagai dampak positif dari integrasi Uni Eropa. Sehingga perusahaan sektor jasa semakin mendalami kompetisi yang terjadi di antara mereka (Ilzkovitz dan Dierx, 2007).

7. **Menurunnya birokrasi:** Peraturan yang berlaku pada pasar tunggal telah menggeser banyak peraturan dan birokrasi yang rumit sebelum pasar tunggal diberlakukan. Hal ini tentu saja mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatannya, dan menurunkan biaya bisnis.

Sebagai contoh adalah menurunnya harga untuk membuka usaha di Uni Eropa sejak tahun 2002 hingga 2007 menjadi 45%. Sementara itu waktu administratif pendaftaran yang sebelumnya selama 24 hari, kini lebih singkat, yaitu menjadi 12 hari. Namun demikian tetap diperlukan pembenahan untuk pelayanan yang lebih baik.

Grafik 2.9: Perbandingan Hambatan Birokrasi Antara Uni Eropa Dengan Amerika Sebelum *Enlargement* 2004



Sumber: www.oecd.org/publications/e-book/010407 (Diakses tanggal 19 Juli 2010)

8. **Potensi pasar lebih besar:** Hampir seluruh jenis usaha yang berada di Uni Eropa merupakan pasar yang potensial.

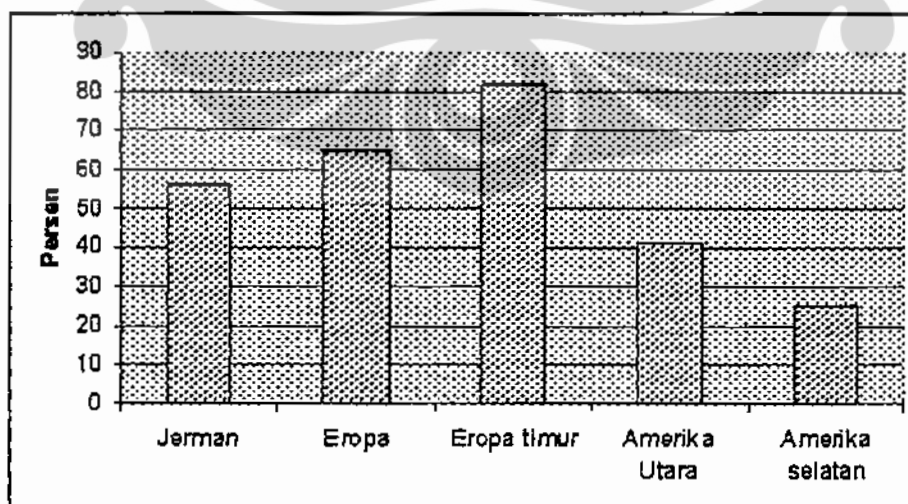
Tabel 2.4 : Prosentase Nilai Perdagangan intra Uni Eropa (2005)

Negara	Persen	Negara	Persen
Belgia	75,1	Inggris	57
Jerman	64,8	Belanda	68,1
Spanyol	71,6	Austria	77,2
Prancis	68	Hongaria	71,7
Italia	61	Slovakia	79,2

Sumber: Hintereeder (2005)

9. **Lebih mudah membuka usaha:** Sejak tahun 1992 kegiatan perdagangan di Uni Eropa meningkat sebanyak 30%. Penghapusan hambatan birokrasi telah mempersingkat waktu pengiriman dan mengurangi ongkos kirim. Persyaratan yang harus dipenuhi pun tidak serumit sebelumnya. Bahkan kemudahan membuka usaha ini menguntungkan bagi tempat tujuan usaha, karena dapat meyerap tenaga kerja warga setempat.

Grafik 2.10: Peningkatan Jumlah Perusahaan di Uni Eropa (2008)



Sumber: http://www.prospect.org/cs/articles?article=germanys_economic_engine
(Diakses pada 19 Juli 2010)

Grafik 2.10 menunjukkan peningkatan jumlah perusahaan tertinggi terjadi di Eropa Timur, yaitu mencapai lebih dari 80%. Hal ini menunjukkan bahwa gagasan pasar tunggal yang sudah digulirkan Uni Eropa sejak awal tahun 1980-an memiliki dampak positif bagi perusahaan yang beroperasi di dalamnya.

Terutama bagi negara Eropa Timur yang baru membuka hubungan perdagangan dengan dunia luar semakin percaya diri dan meningkat kemampuannya dalam dunia bisnis yang sehat dan kompetitif serta didukung oleh birokrasi yang efisien (Ilzkovitz dan Dierx, 2007).

Peraturan Uni Eropa dibuat dalam rangka menjaga kepuasan pelanggan maupun pengusaha untuk melindungi mereka dari produk yang bermasalah termasuk kecurangan impor yang dilakukan dengan negara non-Uni Eropa (Vogt, 2005).

Menurut Vogt, Uni Eropa memfasilitasi perusahaan yang akan memproduksi melalui pengetesan produk, sertifikasi produk serta pemeriksaan laboratorium terhadap produk yang dihasilkan. Seandainya berbahaya bagi kesehatan, maka permasalahan ini akan diimpahkan kepada badan khusus yang menangani masalah akreditasi produk.

9. **Menguntungkan bagi wajib pajak:** Dengan diberlakukannya pasar tunggal, maka biaya yang harus ditanggung pemerintah dalam rangka transaksi bisnis semakin sedikit, sehingga dapat dialokasikan pada sektor kesehatan dan pendidikan. Adapun nilai yang bisa dihemat dari kegiatan ini adalah sebanyak 10% sampai dengan 30%.

Tabel 2.5: Prosentase Potongan Pajak Dalam Transaksi Bisnis (2008)

Uni Eropa	29,83%
Jepang	40,90%
Amerika	35%
Kanada	36,12%

Sumber: Pfeiffer (2008)

Data pada tabel 2.5 menunjukkan potongan pajak terbesar bagi dunia usaha berada di Jepang. Meskipun demikian sebagai negara produsen produk elektronik, Jepang merasa tidak mengalami kerugian dalam hal ini. Lain halnya dengan Uni Eropa yang terdiri dari beberapa negara dengan pendapatan dari bebbbagai sektor, merasa wajib untuk mengurangi nilai pajak bagi pengusahanya (Ilzkovitz dan Dierx, 2007).

Pembentukan pasar tunggal ini sejak awal telah diperhitungkan oleh para pendirinya agar mendatangkan keuntungan dan kemudahan bagi masyarakatnya. Mengingat hal ini akan ditetapkan pada beberapa negara, maka dalam rangka pembentukannya telah dilakukan beberapa macam pertemuan untuk dapat merealisasikan pasar tunggal Eropa ini.

Menurut De Gucht (2007), untuk mencapai hal-hal di atas telah dilakukan pembicaraan di antara pemimpin negara Uni Eropa yang telah berlangsung sejak beberapa tahun yang lalu. Dan diperlukan penjajakan untuk dapat merealisasikannya. Berikut adalah traktat-traktat (persetujuan) yang dilakukan dalam rangka pembentukan Uni Eropa:

1. **Traktat Paris** : ditandatangani pada tahun 1951 kemudian membentuk Masyarakat Batu Bara dan Besi Baja Eropa (ECSC: *European Coal and Steel Community*)
2. **Traktat Roma** : ditandatangani oleh perwakilan negara Prancis, Belanda, Belgia, Luxemburg, Italia dan Jerman pada tanggal 25 Maret 1957 yang menandai lahirnya *European Economic Community* (EEC) dan *European Atomic Energy Community* (Euratom). EEC kemudian dikenal dengan *Common Market*, di mana terjadi kebebasan bergerak untuk barang, jasa, tenaga kerja dan modal. Namun ruang lingkupnya masih terbatas pada negara tersebut di atas.
3. **Traktat Maastricht** : ditandatangani pada tahun 1992.
4. **Traktat Amsterdam** : ditandatangani pada tanggal 2 Oktober 1997 oleh 15 orang menteri luar negeri dari 15 negara anggota Uni Eropa. Traktat ini mulai diberlakukan pada tanggal 1 Mei 1999. Traktat Amsterdam merupakan ratifikasi dari Traktat Paris

dan Roma yang memiliki tujuan menegakkan prinsip kebebasan, demokrasi dan penghargaan terhadap Hak Asasi Manusia.

Traktat Amsterdam ini merupakan titik tolak pembentukan integrasi Uni Eropa. Untuk kemudian diadakan kembali penandatanganan traktat lainnya yang merupakan penyempumaan dari traktat-traktat yang sebelumnya telah ditandatangani, yaitu:

1. **Traktat Nice** : ditandatangani pada tanggal 26 Februari 2001, kemudian mulai berlaku pada tanggal 1 Februari 2003. Pada traktat ini ditetapkan langkah perluasan Uni Eropa.
2. **Traktat Lisbon** : ditandatangani pada tanggal 19 Oktober 2007.

Sejak awal ide pendirian Uni Eropa pada tahun 1951 hingga saat ini telah dilakukan penandatanganan Traktat sebanyak enam macam yang dilakukan di beberapa kota di Eropa.

2.1.1 Traktat Maastricht

Traktat Maastricht atau disebut juga dengan Traktat Uni Eropa (TEU: *The Treaty of the European Union*) merupakan dasar pembentukan integrasi ekonomi negara Eropa yang ditandatangani pada tanggal 7 Februari 1992 oleh 12 negara yaitu Belgia, Denmark, Jerman, Yunani, Spanyol, Prancis, Irlandia, Italia, Luxemburg, Belanda, Portugis dan Inggris. Traktat ini mulai diberlakukan pada tanggal 1 November 1993 dan dianggap sebagai penyempumaan dari traktat sebelumnya, yaitu Traktat Paris dan Roma (De Gucht, 2007).

Traktat Maastricht memiliki lima tujuan utama, yaitu:

1. memperkuat legitimasi lembaga-lembaga demokratis;
2. meningkatkan efektivitas lembaga;
3. membangun kesatuan ekonomi dan moneter;
4. mengembangkan dimensi sosial masyarakat;
5. mendirikan kebijakan umum luar negeri dan keamanan.

Menurut De Gucht, hal ini menandai diijinkannya kebebasan arus barang, jasa, tenaga kerja, dan modal. Kemudian ditiadakannya hambatan pada tiap-tiap perbatasan negara anggota dalam ruang lingkup yang lebih luas dari yang disepakati pada traktat sebelumnya, termasuk akan diberlakukannya mata uang tunggal di kawasan Eropa.

Penandatanganan traktat ini menunjukkan bahwa negara-negara Eropa benar-benar ingin merealisasikan adanya pasar tunggal dan integrasi ekonomi maupun moneter di antara mereka. Di mana penyatuan mata uang tunggal merupakan hal tertinggi yang harus dicapai dalam suatu integrasi ekonomi (Howarth, 2000).

Selain pembentukan Uni Eropa, Traktat Maastricht juga memperluas peran Parlemen Eropa. Ruang lingkup dari prosedur kerjasama dan prosedur persetujuan telah diperluas ke bidang-bidang baru. Perjanjian menciptakan sebuah prosedur pengambilan keputusan baru yang memungkinkan Parlemen Eropa untuk mengadopsi tindakan bersama dengan Dewan. Prosedur ini memerlukan kontak lebih kuat antar Dewan untuk mencapai kesepakatan (Rodriguez-Pose, 2002).

Kemudian peran partai-partai politik Eropa dalam integrasi Eropa dapat dilakukan. Mereka memberikan kontribusi untuk membentuk kesadaran masyarakat Eropa untuk mengungkapkan politik Eropa. Masa tugas komisi adalah empat sampai lima tahun dengan maksud untuk menyamakan dengan Parlemen Eropa.

Menurut Rodriguez-Pose (2002), dalam Traktat Maastricht juga ditetapkan enam hal yang berkaitan dengan kemasyarakatan:

1. Jaringan antar negara Eropa;
2. Kebijakan industri;
3. Perlindungan konsumen;
4. Pendidikan dan pelatihan khusus;
5. Kepemudaan;
6. Kebudayaan.

2.1.2 Pilar Uni Eropa

Berbagai macam bentuk kerjasama antar negara anggota Uni Eropa disepakati sebagai pilar Uni Eropa pada saat ditandatanganinya Traktat Maastricht. Untuk memudahkan dalam memahaminya dianalogikan dengan kuil Yunani yang terdiri dari beberapa pilar, atap dan pondasi (Fontaine, 2006).

Sebagai atap dari ketiga pilar tersebut adalah persyaratan yang harus dipenuhi oleh institusi-institusi Uni Eropa seperti Parlemen Eropa, Komisi Eropa dan Dewan Uni Eropa. Sedangkan yang menjadi pondasinya adalah persyaratan yang mengatur tentang amandemen traktat, persyaratan-persyaratan bagi anggota baru (Rodriguez-Pose, 2002).

Kegiatan Uni Eropa dibagi ke dalam tiga bidang atau "pilar" oleh Traktat Maastricht dari tahun 1992. Di dalam Traktat Lisbon (*Reform Treaty*) pembagian kegiatan ke dalam pilar itu ditiadakan dan menjadi satu struktur kelembagaan bersama, yang mendekati struktur pilar satu (Masyarakat Eropa) dan memberikan Uni Eropa satu bentuk dan sistem hukum yang tunggal (Rosamond, 2000).

Berikut adalah penjelasan Rosamond (2000) terhadap tugas badan-badan di Uni Eropa yang dianalogikan dalam bentuk pilar:

Pilar 1: Masyarakat Eropa

Pilar pertama adalah pilar yang mencakup apa yang sebelumnya merupakan Masyarakat Eropa dan termasuk bagian terbesar dari tanggung jawab Uni Eropa serta menggambarkan kerja sama supranasional yang diambil dari keputusan Komisi Eropa. Dalam kerja sama ini Uni Eropa dapat mengeluarkan peraturan yang secara langsung mengikat masyarakat Uni Eropa.

Hal ini mencakup kebijakan pasar internal serta kebijakan pertanian dan persaingan. Kemudian juga mencakup sebagian besar kebijakan imigrasi dan suaka dan uni ekonomi dan moneter.

Di dalam pilar ini lembaga-lembaga bersama Uni Eropa (Komisi Eropa, Dewan Menteri, Peradilan dan Parlemen Eropa) dapat bertindak sebagian besar (tetapi tidak seluruhnya) terlepas dari pemerintah-pemerintah nasional.

Anggota Komisi Eropa diusulkan oleh negara anggota. Anggota Dewan Menteri adalah wakil tingkat menteri negara anggota dan anggota Parlemen Eropa, sejak 1979, dipilih secara langsung di semua negara anggota.

Di samping ketiga badan ini ada tiga lembaga lainnya yang lebih khusus. Yang pertama, yang mewakili bidang peradilan, terdiri dari dua peradilan, *European Court of Justice (ECJ)* dan *Court of First Instance (CFI)*. Masing-masing menjamin, di dalam yurisdiksinya, bahwa hukum Masyarakat Eropa diinterpretasikan secara tepat dan diikuti. Suatu lembaga khusus yang lain ialah *Court of Auditors*, yang memeriksa rekening bank dari semua pendapatan dan pengeluaran Masyarakat Eropa (Cairns, 2001).

Semua lembaga ini diberi tugas untuk berperan di bawah pilar pertama, atau pilar Masyarakat Eropa. Peran mereka lebih terbatas di bawah pilar kedua atau ketiga Uni Eropa, kecuali tentu Dewan Menteri. Dewan ini merupakan lembaga pembuat Undang-undang dan kebijakan utama di pilar kedua dan ketiga, artinya di bidang politik luar negeri dan keamanan dan kerja sama polisi dan peradilan.

Badan-badan tersebut adalah Dewan Eropa yang beranggotakan kepala pemerintah atau negara serta presiden Komisi Eropa. Mereka dibantu oleh menteri-menteri luar negeri negara anggota dan seorang anggota Komisi Eropa. Tugas Dewan Eropa ialah mengawasi ketiga pilar tetapi lebih memusatkan perhatiannya kepada pilar kedua dan ketiga.

Pilar 2: Kebijakan Luar Negeri dan Keamanan Bersama

Kebijakan luar negeri dan keamanan. Di bawah pilar ini negara-negara anggota berupaya untuk membuat sikap bersama dan mengambil tindakan bersama dalam bidang luar negeri dan keamanan. Pembuatan

keputusan terutama dilakukan antar-pemerintah; Parlemen Eropa dan peradilan tidak punya pengaruh langsung.

Dengan Traktat Amsterdam, suara bulat lebih banyak menjadi pengecualian, suatu keharusan apabila CFSP (*Common Foreign and Security Policy*) ingin berfungsi. Traktat Amsterdam juga memperkenalkan konstruktif abstain dan penggunaan *Qualified Majority Voting* (QMV) apabila suatu strategi bersama diterima (Parker, 1999).

Dewan Eropa menyetujui strategi bersama dengan kebulatan suara di mana negara anggota mempunyai kepentingan yang sama. Strategi bersama menggariskan sasaran Uni Eropa, kurun waktu dan cara yang harus disediakan untuk melaksanakannya. Dewan Menteri Luar Negeri (*General Affairs and External Relations Council*) mengimplementasi tindakan bersama dan posisi bersama, dan dengan demikian Dewan ini memberlakukan QMV. Dewan Menteri juga dapat menyetujui Tindakan Bersama dan Posisi Bersama secara terpisah (Cairns, 2001).

Menurut Cairns, dalam hal seperti ini, Dewan memberi suara secara bulat, meskipun dapat memutuskan secara sepihak untuk mengimplementasikan suatu tindakan bersama dengan QMV. Tindakan bersama ini ditujukan kepada keadaan yang spesifik di mana tindakan operasional oleh Uni Eropa dianggap perlu. Posisi bersama mendefinisikan pendekatan pada suatu masalah yang bersifat geografis atau tematis. Suatu negara anggota dapat menentang penggunaan QMV atas dasar kepentingan nasional yang dan QMV tidak berlaku bagi keputusan yang mempunyai implikasi militer.

Salah satu atau lebih negara anggota dapat abstain dari pungutan suara atas suatu keputusan, tanpa menolaknya. Tetapi mereka harus menerima bahwa keputusan itu loyal kepada Uni Eropa dan setuju untuk tidak mengambil tindakan yang mungkin akan bertentangan dengannya.

Apabila jumlah negara anggota yang abstain dari suatu keputusan berjumlah lebih dari satu pertiga dari *weighted votes*, maka

keputusan itu tidak dapat disetujui. Komisi membagi hak inisiatif dengan negara anggota tetapi tidak mempunyai suara.

Pilar 3: Peradilan dan Dalam Negeri (Secara Formal Disebut Polisi dan Kerjasama Peradilan dalam Masalah Kriminal)

Sasaran Pilar 3 ialah meningkatkan kerjasama di bidang-bidang keamanan dalam negeri, termasuk pemberantasan kejahatan internasional dan perdagangan narkoba. kerjasama yang berhubungan dengan kepolisian dan hukum dalam masalah kriminal. Sebagaimana halnya di Pilar 2, pembuatan keputusan di Pilar 3 adalah antar pemerintah (Cairns, 2000).

Tabel 2.6 : Pilar Uni Eropa

Pilar 1 Masyarakat Eropa	Pilar 2 Politik Luar Negeri dan Keamanan Bersama	Pilar 3 Peradilan dan Dalam Negeri (Secara Formal, Polisi dan Kerjasama Judisial dalam Masalah Kriminal)
Pasar internal (termasuk persaingan dan perdagangan luar negeri); Kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan lingkungan, kohesi sosial dan pertanian; Uni ekonomi dan moneter; Imigrasi, suaka dan visa (Schengen)	Tindakan bersama untuk memperkuat keamanan Uni Eropa; menjamin perdamaian; mendorong kerjasama internasional	Kejahatan lintas batas/negara; hukum kriminal; kerjasama antar kepolisian
Pembuatan Keputusan Supranasional (Community method)	Pembuatan keputusan terutama antar pemerintah (Intergovernmental)	Pembuatan keputusan antar pemerintah (Intergovernmental)

Sumber: Rosamond (2000)

2.1.3 Teori Integrasi Ekonomi dan Moneter

Secara umum makna integrasi ekonomi adalah penghapusan hambatan-hambatan ekonomi antar beberapa negara, serta adanya penyatuan politik, seperti peraturan, bea masuk pajak, mata uang, undang-undang dan kebijakan ekonomi (Hirsch, 2004). Dalam sebuah integrasi ekonomi, seluruh kebijakan mengenai tarif, pajak dan aspek-aspek lainnya telah disepakati bersama oleh beberapa negara.

Menurut Travis (2007), integrasi secara umum menitikberatkan perhatiannya pada proses atau hubungan, di mana pemerintahan secara kooperatif bertalian bersama seiring kebutuhan sosial ekonomi yang dibarengi dengan penegakan institusi supranasional. Hasil akhirnya adalah kesatuan politik dari negara-negara yang terpisah di tingkat regional.

Sedangkan Uni Eropa lebih menitikberatkan kerja sama ekonomi, namun integrasi yang terjadi selalu oleh faktor politik, dari keinginan untuk menghindari terjadinya kembali perang Eropa, hingga keinginan untuk memperluas integrasi ke negara demokrasi baru di Eropa Tengah dan Timur. Meskipun tujuannya bersifat politis, namun alat yang digunakan selalu ekonomi. Dan tujuan ini cukup disambut baik oleh negara-negara Eropa.

Jika dilihat dari pendapat tersebut di atas, maka hubungan ekonomi dan politik suatu negara dengan negara lain tidak dapat dipisahkan dan saling mempengaruhi. Meskipun tujuan akhirnya adalah pendekatan yang bersifat politik, namun isu utama yang lebih menarik untuk dijajaki adalah bidang ekonomi (Travis, 2007).

Saat ini interaksi antara ekonomi dan politik telah berubah menjadi pedoman keberhasilan sebuah negara. Sebagai contoh peningkatan kesejahteraan, angka pengangguran dan nilai inflasi diukur dari keberhasilan hubungan politik sebuah negara dengan negara lain, dibandingkan dengan akibat yang ditimbulkan dari efek nilai-nilai ekonomi yang ada. Hal ini menunjukkan politisasi isu ekonomi tidak dapat dihindarkan (Gilpin, 1987).

Untuk itu diperlukan waktu yang cukup lama untuk dapat menyatukan 27 negara yang memiliki kedaulatan masing-masing dan juga berbeda tingkat perekonomiannya ke dalam suatu Uni Eropa. Negara pendiri Uni Eropa dikenal dengan *Europe Six*, yaitu Belanda, Italia, Jerman, Luxemburg, Prancis dan Belgia (De Gucht, 2007). Menurut Warleigh-Lack dan Drachenberg (2008), terdapat tiga hal penting yang terjadi dalam perkembangan integrasi ekonomi Uni Eropa:

1. Pembentukan *Custom Union* yang menghilangkan tarif dan kuota dalam perdagangan intra Uni Eropa.
2. Pasar tunggal yang menghilangkan hambatan non-tarif dan meliberalisasikan aliran modal dalam Uni Eropa.
3. Penyatuan ekonomi dan moneter dengan meleburkan hampir semua mata uang Negara Eropa.

Perdagangan bebas dilakukan berdasarkan kemudahan efisiensi distribusi dan untuk memaksimalkan kesejahteraan. Melalui perdagangan bebas spesialisasi dan produktivitas tenaga kerja meningkat, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan nasional yang dihasilkan dari peningkatan nilai konsumsi (Anderson, 1995).

Dalam pasar tunggal sebuah perusahaan maupun masyarakat negara anggota Uni Eropa dapat bertransaksi tanpa ada hambatan dengan pelaku usaha dari negara anggota Uni Eropa lain. Adapun tujuan lainnya yaitu untuk menciptakan lapangan pekerjaan seluas-luasnya serta mencapai pertumbuhan ekonomi bagi negara anggota Uni Eropa (Gilpin, 1987).

Berikut adalah tahapan yang dilalui oleh negara Eropa sebelum terbentuknya integrasi ekonomi dan moneter.

Tabel 2.7: Tahapan Integrasi Ekonomi:

Tahapan Integrasi	Keterangan	Periode
1. <i>Free Trade Area</i>	Tidak ada bea masuk atau kuota perdagangan antar anggota	1958-1960
2. <i>Custom Union</i>	FTA ditambah adanya bea masuk dari luar negara anggota	1958-1993
3. <i>Common Market</i>	<i>Custom Union</i> ditambah kebebasan bergerak bagi tenaga kerja, produksi dan perusahaan seperti penyebaran barang di dalam sebuah daerah	1993-1999
4. <i>Economic Union</i>	<i>Common Market</i> ditambah penyatuan kebijakan moneter dan fiskal termasuk mata uang tunggal	1999
5. Integrasi Ekonomi	Penerapan kebijakan ekonomi secara total	2002 - sekarang

Sumber: Rodriguez-Pose (2002)

Tahapan integrasi tersebut dimulai dengan elemen yang paling mendasar, yaitu dibebaskannya bea masuk bagi sesama negara anggota yang melakukan transaksi perdagangan. Kemudian kebijakan ini diperluas kepada negara ketiga yang melakukan transaksi perdagangan. Semakin banyak negara anggota yang menikmati kemudahan pasar tunggal ini.

Yang menjadi puncak dari keberhasilan integrasi ekonomi ini adalah penyatuan mata uang regional Euro, di mana hanya ada satu institusi yang mengatur roda perputaran mata uang ini, yaitu Bank Sentral Eropa dan saat ini juga semakin bertambah negara Uni Eropa yang menggunakan mata uang euro.

Tabel 2.8: Tahun Bergabungnya 27 Negara Anggota Uni Eropa

Nama Negara	Tahun
Belgia, Perancis, Jerman, Italia, Luxemburg, Belanda	1952
Denmark, Irlandia, Inggris	1973
Yunani	1981
Portugis, Spanyol	1986
Austria, Finlandia, Swedia	1995
Cyprus, Czech Republik, Estonia, Hongaria, Latvia, Lithuania, Malta, Polandia, Slovakia, Slovenia	2004
Bulgaria, Rumania	2007

Sumber: De Gucht (2007)

Pada tahun 1952 yaitu saat penandatanganan Traktat Paris oleh enam negara pendiri Uni Eropa merupakan dasar dan awal mula tujuan pembentukan Eropa bersatu ditetapkan. Keenam negara tersebut dengan sungguh-sungguh merancang penyatuan negara-negara Eropa yang masing-masing memiliki kedaulatan ke dalam satu wadah, di mana mereka nantinya bagaikan sebuah negara yang memiliki satu pemerintahan (De Gucht, 2007).

Kemudian semakin bertambah negara yang bergabung dalam Uni Eropa karena dengan bersatunya Uni Eropa dalam sebuah pasar tunggal, maka semakin mempermudah proses kegiatan masyarakatnya.

Negara anggota Uni Eropa pada awalnya hanya berasal dari negara Eropa bagian barat. Kemudian secara bertahap negara Eropa Timur juga bergabung, meskipun mereka adalah negara-negara yang dulunya menganut ideologi komunis (Alkatiri, 2007).

2.2 Teori Mata Uang Tunggal Euro

Sewaktu Traktat Maastricht mengubah Masyarakat Eropa menjadi Uni Eropa pada tanggal 1 November 1993, salah satu tujuan dasarnya adalah memberlakukan sistem mata uang tunggal untuk negara-negara anggotanya. Sejak zaman Romawi, Eropa belum pernah

memiliki mata uang tunggal. Diputuskan bahwa nama mata uang baru itu adalah "Euro" (Phinnamore, 2006).

Mengenai peralihan ke euro, menteri keuangan Austria berkata, "Kita berada di ambang suatu era baru dalam integrasi Eropa. Namun, di Eropa, opini publik tentang euro terbagi antara 47% yang merasa bahwa mata uang tunggal akan mengubah Eropa menjadi generator perekonomian dan 40% yang yakin bahwa euro akan melumpuhkan perekonomian Eropa" (Howarth, 2000).

Masih menurut Howarth, ada masyarakat Uni Eropa yang berpendapat bahwa mata uang tunggal itu bisa menimbulkan perang. Di tengah-tengahnya, terdapat para *Euroskeptis* yang tidak memihak, orang-orang yang melihat keuntungan sistem mata uang tunggal di Eropa, tetapi meragukan kesuksesannya.

Badan eksekutif tertinggi dari Uni Eropa, yakni Komisi Eropa, telah menyatakan, dengan menciptakan mata uang tunggal, Eropa akan menyediakan bagi warganya, anak-anaknya, dan para mitranya, suatu simbol yang lebih konkret akan tujuan bersama yang telah dipilihnya secara sadar yakni membangun suatu masyarakat yang berlandaskan perdamaian dan kemakmuran (Verdun, 2007).

Para pendukung euro menyoroti banyak manfaat dari mata uang tunggal. Dampak langsungnya adalah dihapuskannya kurs valuta asing. Demikian pula, ekspor dan impor tidak akan lagi dibebani biaya kurs. Mata uang tunggal juga akan menghapus biaya tidak langsung berupa turun naiknya nilai kurs.

Sewaktu nilai kurs suatu negara merosot, barang-barang impor menjadi lebih mahal di negara itu. Keadaan ini sering kali mengakibatkan inflasi. Jadi, di bawah mata uang tunggal tanpa risiko perubahan kurs, Eropa seharusnya dapat lebih memikat para pemodal asing (Verdun, 2007).

Para pendukung euro juga membayangkan penurunan harga di seluruh Eropa. Para pelanggan dan pengusaha kini dapat membandingkan harga dengan mudah, dan sewaktu koin dan uang kertas euro mulai diberlakukan pada tahun 2002, hal ini bahkan akan

jauh lebih mudah lagi bagi mereka. Perbedaan harga dari produk yang sama di berbagai bagian Eropa diharapkan akan menyusut, sehingga menguntungkan konsumen.

Euro adalah mata uang tunggal yang digunakan di 16 negara anggota Uni Eropa yang kemudian disebut dengan Zona Euro (*Eurozone*). Proses terbentuknya mata uang euro diawali dengan pembentukan *European Monetary System* (EMS) yang mulai berlaku pada tahun 1979. Menurut Fontaine (2006), tujuan utamanya adalah :

- Sebagai wadah yang menampung mata uang seluruh negara anggota;
- Sebagai mekanisme nilai tukar, yaitu fluktuasi mata uang diijinkan sebesar 2,25%;
- Sebagai mekanisme kredit bagi negara-negara anggota.

Kemudian dilakukan pertemuan oleh Dewan Uni Eropa di Madrid pada bulan Juni 1989 yang merencanakan tiga tahap yang harus dilakukan untuk melakukan integrasi ekonomi dan moneter, dimana tahapan ini menjadi bagian pada Traktat Maastricht.

Tahap-tahap tersebut adalah :

1. Memperbolehkan kebebasan arus modal di dalam Uni Eropa (penghapusan pengaturan nilai mata uang) ;
2. meningkatkan jumlah sumber daya yang bertujuan untuk menghapuskan kesenjangan antara daerah Eropa (dana struktural);
3. konvergensi ekonomi, melalui pengawasan multilateral kebijakan ekonomi negara-negara anggota (Phinnamore, 2006).

Sebelum disetujui untuk bergabung, calon negara anggota harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam *convergence criteria*. Mata uang euro resmi ditetapkan pada 1 Januari 1999, meskipun penggunaannya baru dilaksanakan pada 1 Januari 2002. Dengan demikian negara-negara anggota Uni Eropa tersebut menyerahkan kebijakan moneternya kepada Bank Sentral Eropa di Frankfurt, Jerman (Phinnamore, 2006).

Menurut Phinamore, *convergence criteria* terdiri dari persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap negara anggota sebelum dapat bergabung menggunakan Euro, yang terdiri dari:

1. Defisit anggaran pemerintah tidak boleh melebihi 3% dari GDP dan rasio hutang pemerintah terhadap GDP tidak boleh melebihi 60%;
2. Stabilitas harga: harus ada tingkat yang berkelanjutan dan stabilitas harga rata-rata tingkat inflasi, yang diamati selama periode satu tahun dan tidak melebihi dari 1,5% dari performa tiga negara anggota terbaik;
3. Stabilitas mata uang: berpedoman pada pengawasan batas fluktuasi normal *Exchange Rate Mechanism* (ERM) yaitu minimal selama dua tahun tanpa mengalami devaluasi;
4. Pengaturan suku bunga: rata-rata suku bunga jangka panjang tidak boleh melebihi 3% dari performa tiga negara terbaik.

Tidak semua negara anggota Uni Eropa mengganti mata uang negaranya dengan euro. Ada yang karena pilihannya sendiri, ada yang belum memenuhi persyaratan. Penerapan mata uang tunggal merupakan sebuah akhir dari proses konvergensi, yaitu kemampuan negara-negara anggota untuk mencapai kestabilan harga dan kedisiplinan untuk menjaganya (Hirsch, 2004).

Lalu kembali menurut Hirsch, Uni Eropa seolah-olah merupakan "sebuah negara" yang mengarah pada suatu sistem yang mengharmonisasikan kebijakan yang ditujukan untuk memperkuat dan meningkatkan perekonomian negara-negara anggotanya, termasuk pula harmonisasi hukum dan sosial. Meskipun harus melepaskan beberapa kebijakan nasional, kedaulatan setiap negara tetap dipertahankan. Saat ini euro sedang menjajaki untuk menjadi mata uang global yang nantinya disebut dengan eurodollar.

Pro dan kontra terhadap penggunaan mata uang euro di Inggris berasal dari pengamat ekonomi, politik dan juga partai-partai besar di sana. Adapun partai buruh dan partai Demokrat Liberal sangat antusias dan berharap sesegera mungkin dapat menggunakan mata uang tunggal

tersebut. Namun Partai Konservatif sangat tidak menyetujui penggunaan mata uang euro. Begitu pula dengan para pengamat politik dan ekonomi yang menyuarakan kekhawatiran mereka jika Inggris ikut menggunakan mata uang euro (Gilpin, 2007).

Mengenai mata uang tunggal euro, Inggris yang menganggap keikutsertaannya merupakan suatu hal yang memerlukan pertimbangan lebih lanjut disebabkan oleh keadaan perekonomiannya cukup stabil dengan menggunakan mata uangnya sendiri yaitu poundsterling. Begitu juga dengan Swiss tetap mempertahankan franc sebagai mata uangnya. Swedia juga tetap mempertahankan krona sebagai mata uangnya. Sedangkan Denmark akan mengadakan referendum kepada masyarakatnya untuk memutuskan hal tersebut.

Menurut Gilpin (1987), di bawah sistem mata uang tunggal, kata para kritikus, setiap pemerintah akan kehilangan fleksibilitas mereka dalam menghadapi problem ekonomi. Mereka mengatakan bahwa euro akan mengalihkan kekuasaan dari tiap-tiap negara ke Bank Sentral Eropa yang baru di Frankfurt, Jerman. Akibatnya, ini akan meningkatkan tekanan untuk mengkoordinasi pengaturan pajak dan kebijakan ekonomi lainnya di seluruh benua itu.

Para kritikus di Eropa berpendapat bahwa badan eksekutif dan legislatif di Brussels dan Strasburg akan memperoleh kekuasaan. Sebenarnya, Traktat Maastricht menuntut adanya uni politik yang pada akhirnya akan bertanggung jawab atas kebijakan luar negeri dan pertahanan serta kebijakan ekonomi dan sosial (Bartlet dan Sumantra, 2002).

Kekhawatiran ini terjadi pada nilai suku bunga yang ditetapkan oleh Bank Sentral Eropa (ECB) yang diyakini tidak mampu untuk mewakili kebutuhan ekonomi negara-negara anggota. Lalu nilai tukar euro yang fluktuatif terhadap poundsterling menyebabkan kekhawatiran pelaku bisnis manufaktur akan terganggunya nilai ekspor yang kompetitif. Sedangkan Tugas ECB adalah menjaga kestabilan mata uang euro dan mempertahankan kestabilan daya beli euro (De Grauwe, 2000).

Adapun pengamat ekonomi Inggris berpendapat bahwa penggunaan mata uang euro cenderung dipengaruhi oleh aspek politik dibandingkan dengan keuntungan yang nantinya dapat diperoleh dari faktor ekonomi. Begitu pula dengan Denmark atas keinginannya sendiri tetap mempertahankan mata uangnya (Dinand, 2002).

Tabel 2.9: Tahapan Penggunaan Mata Uang Euro

Periode	Nama Kegiatan
Desember 1995	Keputusan perubahan waktu penggunaan dan penamaan mata uang "Euro". (Dewan Eropa di Madrid)
Juni 1997	Persetujuan Pakta Stabilitas dan Perkembangan, <i>Exchange Rate Mechanism II</i> . (Dewan Eropa di Amsterdam)
Mei 1998	<ul style="list-style-type: none"> - Keputusan negara anggota untuk berpartisipasi pada <i>European Monetary Unit</i> tahap III. - Penetapan nilai konversi bilateral - Penetapan susunan kepresidenan dan badan eksekutif pada Bank Sentral Eropa
1 Juni 1998	<ul style="list-style-type: none"> - Bank Sentral Eropa ditetapkan berkantor di Frankfurt, menggantikan Institut Moneter Eropa di bawah kepemimpinan Wim Duisenberg. - Penetapan Sistem Eropa pada Bank Sentral
1 Januari 1999	Pemulaan Tahap III : Keputusan penetapan nilai tukar dan pemberlakuan instansi yang menangani hal ini.

Mulai 1 Januari 1999	- Pemberlakuan kebijakan integrasi moneter; - Transaksi dengan pihak luar negeri maupun publik mulai menggunakan euro;
1 Januari 1999 s/d 1 Januari 2002	Besaran nilai tukar mata uang ditentukan berdasarkan keputusan yang telah ditetapkan
Mulai 1 Januari 2002 s/d belum ditetapkan	Awal beredarnya uang kertas dan uang logam euro
Mulai 1 Juli 2002 s/d belum ditetapkan	Penundaan status tender resmi uang kertas dan uang logam

Sumber: Dinand (2002)

Penerapan mata uang euro sebagai mata uang tunggal regional Eropa memerlukan tahapan yang cukup panjang. Setelah beberapa kesepakatan yang mengatur jalannya proses pasar tunggal berhasil dilakukan dan telah ditandatangani oleh para anggotanya, maka pada tahun 1995 Dewan Eropa menetapkan keputusan yang berkaitan dengan penggunaan mata uang euro yang nantinya akan digunakan sebagai alat pembayaran resmi (Fontaine, 2006).

Menurut Fontaine, yang perlu diperhatikan dalam kebijakan ini adalah mengenai nilai suku bunga dan inflasi yang terjadi di tiap-tiap negara yang akan menggunakan mata uang euro. Karena kondisi masing-masing negara berbeda-beda, maka berdasarkan keputusan yang telah ditetapkan dalam Traktat Maastricht, maka negara anggota Uni Eropa yang akan menggunakan mata uang euro harus memenuhi yang telah disyaratkan dalam *Convergence Criteria*.

Mata uang euro resmi beredar pada tanggal 1 Januari 2002, baik uang kertas maupun uang logam. Pada uang logamnya tiap-tiap negara diijinkan untuk mengukir lambang kebangsaannya pada salah satu sisi mata uang tersebut (De Grauwe, 2000).

Tabel 2.10: Tahun Bergabungnya 16 Negara Pengguna Mata Uang Euro

No.	Nama Negara	Tahun Bergabung
1	Austria	1 Januari 1999
2	Belgia	
3	Finlandia	
4	Perancis	
5	Jerman	
6	Irlandia	
7	Italia	
8	Luxemburg	
9	Belanda	
10	Portugal	
11	Spanyol	
12	Yunani	1 Januari 2001
13	Slovenia	1 Januari 2007
14	Cyprus	1 Januari 2008
15	Malta	
16	Slovakia	1 Januari 2009

Sumber: Rodriguez-Pose (2002)

Seluruh 16 negara tersebut sepenuhnya menggunakan mata uang euro yang diterbitkan oleh Bank Sentral Eropa. Dan masing-masing diwajibkan untuk menjaga kestabilan perekonomiannya serta menghindari inflasi maupun hutang negara (Rodrieguez-Pose, 2002).

Menurut Rodriguez-Pose, penetapan nilai tukar mata uang lokal terhadap euro telah ditentukan oleh Bank Sentral Eropa, termasuk suku bunga yang berlaku di masing-masing negara tersebut. Sejak digunakannya euro maka mata uang asli pada masing-masing negara tersebut tidak dapat digunakan untuk bertransaksi lagi

Uang logam euro terdiri dari 1, 2, 5, 10, 20 dan 50 sen, €1 dan €2. Sedangkan uang kertas euro terdiri dari €5, €10, €20, €50, €100, €200 dan €500.

Seiring berjalannya waktu, uang logam yang beredar nantinya akan berbaur menjadi satu, di mana masing-masing lambang negara penggunaannya tertera di dalamnya. Bagi masyarakat penggemar koleksi uang logam, hal ini sangat berguna, di mana ia dapat mengumpulkan uang logam dari berbagai negara. Berikut adalah nilai tukar tetap euro terhadap mata uang negara anggotanya.

Tabel 2.11: Nilai Tukar Mata Uang Negara Anggota Uni Eropa Terhadap Euro

€	Nilai	Mata Uang
1	BEF 40.3399	Frank Belgia
1	DEM 1.95583	Mark Jerman
1	IEP 0.787564	Pound Irlandia
1	GRD 340.750	Drachmas Yunani
1	ESP 166.386	Peso Spanyol
1	FRF 6.55957	Franc Prancis
1	ITL 1936.27	Lira Italia
1	CYP 0.585274	Pound Cyprus
1	LUF 40.3399	Frank Luxemburg
1	MTL 0.429300	Lira Malta
1	NLG 2.20371	Gulden Belanda
1	ATS 13.7603	Schilling Austria
1	PTE 200.482	Escudo Portugis
1	SIT 239.640	Tolar Slovenia
1	SKK 30.1260	Koruna Slovakia
1	FIM 5.94573	Markkas Finlandia

Sumber: <http://www.ecb.int/euro/html> (Diakses pada 15 Februari 2010)

Nilai tukar pada tabel 2.11 terjadi pada saat awal mula negara yang bersangkutan mengadopsi euro. Sebagai contoh 1 euro bernilai hampir 2 mark Jerman. Jika dilihat dari perbandingan ini maka seolah-olah Euro lebih kecil nilainya jika dibandingkan dengan mata uang mereka.

Terutama nilai tukar terhadap drachmas Yunani, di mana 1 euro bernilai 340.750, seolah-olah masyarakatnya "kehilangan" sejumlah uang yang hanya bisa ditukar dengan satu keping uang logam euro.

Untuk tetap dapat menggunakan mata uang euro, suatu negara harus benar-benar menerapkan persyaratan yang ditetapkan dalam *convergence criteria*. Jika ternyata negara tersebut mengalami kelebihan angka hutang pemerintah maupun inflasi, maka Uni Eropa akan memberi bantuan dana talangan untuk memulihkan keadaan ekonominya. Namun jika ternyata tidak mengalami perubahan atau bahkan semakin parah, maka keanggotaannya dalam penggunaan mata uang euro tidak dapat dilanjutkan (Verdun, 2007).

BAB 3

IKLIM USAHA DI JERMAN

SETELAH INTEGRASI EKONOMI UNI EROPA

Jerman adalah sebuah negara industri maju dengan ibukota Berlin, mengekspor hasil produksinya ke seluruh dunia terutama produk otomotif dan elektronik. Letak geografisnya yang berada di tengah benua Eropa merupakan nilai tersendiri bagi Jerman yang sekaligus menjadi tempat persilangan perdagangan benua Eropa (Hintereder, 2005).

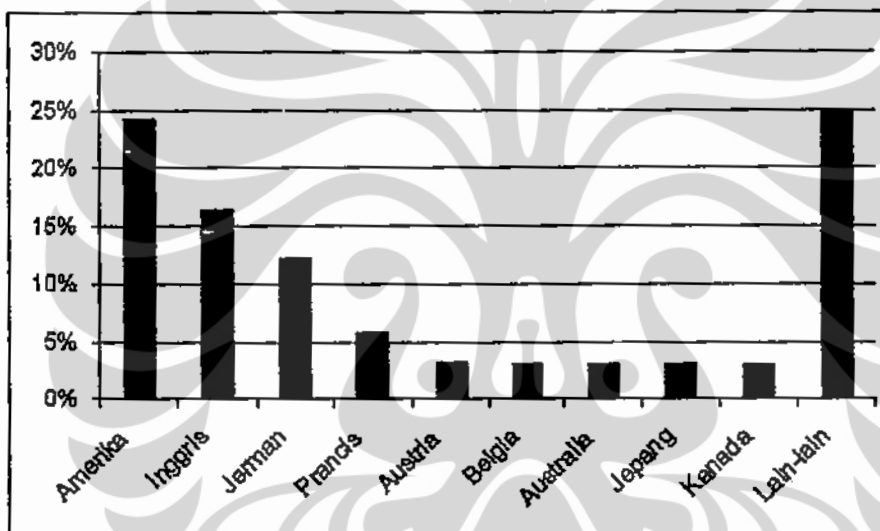
Berdasarkan data tahun 2009 total penduduk Jerman adalah 82,6 juta jiwa. Sedangkan jumlah orang asing yang bermukim di dalamnya adalah 7,3 juta jiwa. Menurut Hintereder (2005), Jerman merupakan negara tujuan para imigran untuk memperoleh lapangan pekerjaan. Terutama penduduk Turki yang bermukim di Jerman berjumlah 1,8 juta jiwa.

Sejak tahun 2005 pemerintah Jerman telah mengeluarkan Akta imigrasi yang membatasi jumlah arus pendatang masuk ke negara Jerman, terutama yang berasal dari Turki. Jerman terdiri dari 16 negara bagian. Yang terluas dan terpadat penduduknya adalah negara bagian Bayern. Negara bagian ini juga merupakan pusat industri manufaktur di Jerman (Pfeiffer, 2008).

Pada tahun 2009 GDP per kapita Jerman adalah USD 34.100. Hal inilah yang membuat banyak pendatang ingin bermukim dan mendapatkan pekerjaan di Jerman. Meskipun sebenarnya biaya hidup di Jerman juga tinggi. Namun anggapan kemakmuran ekonomi yang terjadi di Jerman telah membuat banyak orang asing berlomba-lomba untuk dapat bekerja di negara industri ini. (<http://www.bayem.de/Arbeitsmarkt-und-Wirtschaftsleistung>, diakses pada 15 Februari 2010).

Selain sebagai pekerja pendatang, Jerman juga menjadi tempat tujuan favorit bagi calon mahasiswa perguruan tinggi. Bahkan penderitanya bukan hanya dari negara anggota Uni Eropa saja, melainkan juga banyak yang dari Asia. Yang menjadi daya tarik adalah pendidikan tinggi bergengsi dan berkualitas namun tidak perlu mengeluarkan biaya (Hintereder, 2005).

Grafik 3.1 : Persentase Negara Yang Diminati Sebagai Tempat Tujuan Kuliah



Sumber: Hintereder (2005).

Menurut Hintereder (2005), keunikan inilah yang membuat Jerman terlihat istimewa. Di satu sisi sebagai pasar potensial di sisi lain sebagai pusat industri. Dalam dunia politik terdapat beberapa partai di Jerman, yaitu lima partai berhaluan kanan yaitu:

1. SPD (Partai Sosial Demokrat).
2. CDU (Partai Kristen Demokrat) : berlaku secara umum di seluruh Jerman.
3. CSU (Partai Sosial Kristen) : merupakan cabang dari CDU dan mayoritas pendukungnya berada di negara bagian Bayern
4. Partai Hijau;

5. FDP (Partai Demokratik Liberal)

Dan satu partai politik berhaluan kiri yaitu, PDS (Partai Sosial Demokratik). Partai politik terbesar di Jerman adalah SPD dan CDU/CSU. Kanselir Jerman yang menjabat saat ini adalah Angela Merkel berasal dari partai CDU (Partai Kristen Demokrat).

Partai Hijau merupakan kumpulan dari masyarakat yang pro terhadap kelestarian alam dan ingin tetap menjaga lingkungan hidupnya. Meskipun baru didirikan namun lambat laun partai ini banyak diminati karena kontribusi terhadap apa yang dikampanyekan dapat terwujud.

Pendekatan yang dilakukan oleh partai hijau kepada masyarakat Jerman tidak terlalu mengeluarkan propaganda yang berarti. Masyarakat cukup paham dan mengerti akan prinsip-prinsip yang ditegakkan oleh partai ini, mengingat kesadaran masyarakat Jerman terhadap lingkungan sekitarnya cukup tinggi, bahkan sudah diajarkan sejak kecil untuk membuang sampah pada tempatnya.

Tabel 3.1: Komposisi Kedudukan Kursi Partai di Parlemen Jerman

SPD	222
CDU	180
FDP	61
PDS	54
Partai hijau	51
CSU	46

Sumber: Hintereder (2005)

SPD merupakan partai besar yang suaranya tergabung menjadi satu. Sedangkan CDU dan CSU sesungguhnya merupakan satu partai namun dipecah karena massa pendukung CSU mayoritas berada di negara bagian Bayern. Sehingga suaranya terlihat lebih sedikit. PDS yang merupakan partai berhaluan kiri juga baru didirikan sudah memiliki banyak pendukung. Hal ini disebabkan oleh banyak masyarakat Jerman yang merasa skeptis dengan pemerintahan Jerman.

Sedangkan Partai Hijau hampir menyamai hanya berbeda 3 suara dari partai berhaluan kiri itu.

Menurut Hintereder (2005), pasar tunggal atau biasa disebut dengan *internal market* merupakan realisasi dari integrasi ekonomi yang terjadi di Uni Eropa. Menurut Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman perusahaan manufaktur di Jerman mengalami kemajuan yang pesat setelah diberlakukannya pasar tunggal dan mata uang Euro ini.

Kerja sama yang dilakukan juga semakin intensif mengingat persaingan yang ditimbulkan oleh integrasi ini sangat ketat. Begitu pula yang terjadi di negara anggota Uni Eropa lainnya. Perusahaan juga semakin kompetitif menghadapi persaingan yang ada. Bahkan ada yang melakukan *merger* agar tidak kehilangan konsumen yang telah dimiliki (Hintereder, 2005).

Di sisi lain integrasi ekonomi ini semakin memudahkan konsumen untuk dapat memilih produk yang diinginkan dari negara lain tanpa harus menjalani pemeriksaan di perbatasan. Kemudian juga bagi tenaga kerja dapat memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi yang ia miliki. Meskipun lapangan pekerjaan itu berada di luar tanah airnya. Pasar tunggal mewakili kebebasan dalam ekonomi liberal dan mengesampingkan campur tangan pemerintah (De Gucht, 2004).

Di Jerman terdapat sebuah badan independen yang berada di bawah Kementerian Ekonomi dan Teknologi yaitu IHK. IHK merupakan singkatan dari *Industrie- und Handelskammer*, yaitu semacam Kamar Dagang dan Industri yang berada di setiap 16 negara bagian di Jerman. Adapun badan ini sudah berdiri di Jerman sejak awal tahun 1800-an.

Tujuan didirikannya badan ini adalah untuk mengayomi dan merupakan pemberi panduan bagi perusahaan-perusahaan yang akan beroperasi di Jerman maupun yang akan mengadakan hubungan perdagangan dengan Jerman. Berikut adalah susunan kepemimpinan IHK sejak pertama kali didirikan:

Tabel 3.2: Susunan Kepemimpinan IHK München

1869-1873	Dr. Josef Landgraf kemudian memimpin IHK Mannheim
1873 - 1881	Dr. August FläxI
1881 - 1882	Dr. Clamor Neuburg, dosen Universitas Erlangen
1882 - 1883	Dr. Robert Dahlman
1884 - 1886	Rudolf Schreiber, selanjutnya menjabat penasehat pemerintah bidang pertanian dan perdagangan
1886 - 1922	Dr. Julius Kahn, selanjutnya mendapat penghargaan di bidang hukum dan sebagi penasehat hukum
1922 - 1933	Dr. Edmund Simon, kemudian diberhentikan karena terlibat anggota Nazi
1933 - 1945	Dr. Hans Buchner, sebelumnya menjabat sebagai pimpinan redaksi koran ' <i>Völkischen Beobachters</i> '
1945 - 1947	Dr. Edmund Simon
1947 - 1952	Dr. Ludwig Mellinger, selanjutnya menjabat sebagai petinggi pada <i>Bayerischen Vereinsbank AG</i>
1953 - 1979	Assessor Günter Bruns, sebelumnya bertugas di Kementerian bidang ekonomi negara bagian Bayern dan sebagai direktur perdagangan pada persatuan pengusaha daerah Bayern
1980 - 1997	Prof. Dr. Wilhelm Wimmer, sebelumnya bertugas di Kementerian Ekonomi negara bagian Bayern
April 1997 - August 2008	Dr. Reinhard Dörfler, sebelumnya bertugas di Kementerian kesehatan Jerman

Sumber: <http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Menurut IHK München, pada tahun 2008 di Jerman telah didirikan sebanyak 15.300 perusahaan berskala kecil hingga menengah yang berbasis teknologi tinggi. Bayern merupakan negara bagian yang memiliki perusahaan berteknologi tinggi yang terbanyak dibandingkan dengan negara bagian lainnya. Dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan di era pasar tunggal, maka negara bagian Bayern semakin dijadikan sebagai pusat industri di Jerman. Sedangkan pusat perbankan dan perkantoran berada di kota Frankfurt.

3.1 Peran IHK di Jerman Dalam Dunia Perdagangan Dan Industri Sebelum Diberlakukannya Pasar Tunggal

IHK merupakan singkatan dari *Industrie- und Handelskammer*, yaitu semacam Kamar Dagang dan Industri yang berada di setiap 16 negara bagian di Jerman. Pada saat sebelum diberlakukannya pasar tunggal dan diterbitkannya mata uang euro, dunia usaha di Jerman diatur oleh IHK yang secara penuh memiliki otoritas dari Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman untuk mengatur dunia bisnis dan perusahaan yang berada pada masing-masing 16 negara bagian di Jerman tersebut. (<http://www.bayem.de/Arbeitsmarkt-und-Wirtschaftsleistung>, diakses pada 15 Februari 2010).

Menurut *website* tersebut di atas, bagi perusahaan asing yang akan didirikan di Jerman harus mendaftarkannya secara khusus pada IHK masing-masing negara bagian dan memerlukan proses panjang serta biaya yang tidak sedikit. Terutama bagi perusahaan yang baru akan merintis usahanya untuk berdiri harus melewati persyaratan yang cukup rumit untuk dapat beroperasi di Jerman.

Masih menurut keterangan pada *website* IHK München, sebelum diberlakukannya pasar tunggal dan diterbitkan mata uang euro, IHK menetapkan komposisi perusahaan, seperti ijin usaha perusahaan, biaya pendirian perusahaan, kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan hingga total keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut dalam kurun waktu selama satu tahun dan masih banyak lagi aspek yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk dapat dipertanggungjawabkan kepada IHK.

Data-data statistik mengenai keadaan perekonomian masing-masing negara bagian diperoleh dari IHK. Setiap perusahaan wajib untuk melaporkan keadaan perusahaannya kepada IHK. Sehingga pada saat itu peraturan dunia usaha dan bisnis sepenuhnya diatur oleh IHK dan masing-masing IHK pada negara bagian memiliki peraturan yang berbeda disesuaikan dengan kondisi negara bagian tersebut (Pfeiffer, 2008).

Skema 3.1 : Posisi Kewenangan IHK Sebelum Adanya Pasar Tunggal



Sumber: <http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Pada skema 3.1 terlihat bahwa posisi IHK München berada di bawah naungan Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman namun campur tangan pemerintah tidak terlalu kuat berpengaruh di sana. Sehingga IHK München memiliki sekitar 95% kewenangan terhadap jalannya proses perdagangan dan industri di negara bagian Bayern.

Begitu pula dengan IHK pada negara bagian masing-masing memiliki kewenangan terhadap kawasan tempat ia berada. Peraturan yang dikeluarkan wajib diterapkan oleh perusahaan yang berada di dalam negara bagian tersebut. Berikut adalah karakteristik yang ada pada IHK dan dunia usaha sebelum diberlakukannya pasar tunggal:

1. IHK satu-satunya badan yang memiliki kewenangan dalam mengatur dunia perdagangan dan industri di Jerman;
2. Peraturan mengenai perdagangan dan industri sepenuhnya dikeluarkan oleh IHK masing-masing negara bagian di Jerman;
3. Peraturan yang dikeluarkan oleh IHK berbeda-beda di tiap negara bagian, didasarkan pada kapasitas bisnis yang berlaku;
4. Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman hanya sebagai institusi tertinggi bidang perdagangan yang kewenangannya cenderung dengan kepentingan Luar Negeri;
5. Belum dikenal adanya produk ramah lingkungan;
6. Struktur organisasi sepenuhnya ditempati oleh para usahawan;
7. Hanya sedikit dipengaruhi oleh partai politik.

(<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010)

3.2 Peran IHK di Jerman Setelah Diberlakukannya Pasar Tunggal

Pasar tunggal yang mulai diberlakukan pada awal tahun 1993 memberikan perubahan yang cukup signifikan bagi dunia perdagangan dan industri di Jerman. Jerman sebagai pendiri Uni Eropa yang memiliki 16 negara bagian, yang masing-masing memiliki IHK yang berpusat di ibukota negara bagian tersebut juga mengalami sedikit pergeseran kewenangan dalam bidang perdagangan dan industri. Sejak terjadinya integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa, badan ini tidak sepenuhnya memiliki kewenangan dalam mengatur dunia bisnis dan perdagangan di Jerman (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Terutama sejak berlakunya mata uang euro pada awal 2002 seluruh kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan dan industri mengalami perubahan dalam hal yang berkaitan dengan upah tenaga kerja maupun nilai investasi serta kebijakan keuangan lainnya. Hal ini disebabkan adanya konversi mata uang dari *deutsche* mark ke dalam euro yang memerlukan perhatian khusus bagi perbankan untuk menyesuaikannya (Visser, 2006).

Komisi Eropa telah menetapkan *directives* (peraturan-peraturan) yang bersifat mutlak dan harus dijalankan oleh setiap kementerian negara anggota Uni Eropa. Sehingga iklim dunia usaha yang terjadi di Jerman pada saat ini mengalami perubahan.

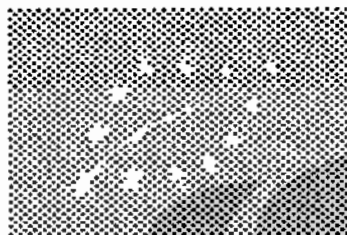
Bahkan tugas pokok IHK sebagai Kamar Dagang dan Industri di Jerman mengalami pergeseran. Saat ini IHK München cenderung untuk mengadakan pelatihan-pelatihan bagi tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan yang melaporkan diri (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Berikut adalah beberapa tugas IHK München sesuai dengan data yang tercantum dalam *website*-nya:

1. Menerbitkan sertifikat elektronik atas hak cipta suatu produk;
2. Pendaftaran *online* bagi perusahaan-perusahaan yang akan didirikan;
3. Menerbitkan peraturan mengenai limbah perusahaan;

4. Menyiapkan tagihan pajak secara online kepada perusahaan;
5. Mengeluarkan simbol bio-produk bagi produk ramah lingkungan

Gambar 3.1: Simbol untuk Bio-Produk



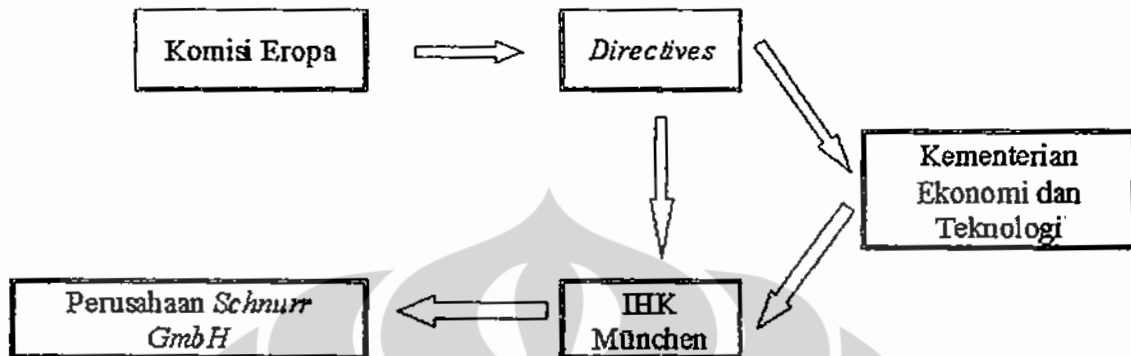
Sumber: <http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Komisi Eropa (EG) No. 834/2007 mengenai produk ramah lingkungan, simbol tersebut wajib ditempelkan pada produk ramah lingkungan. Pertama kali dipublikasikan pada akhir tahun 1990-an. Mulai tanggal 1 Juli 2010 simbol tersebut wajib ditempelkan bagi produk ramah lingkungan (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Kemudian menurut website IHK München, saat ini kewenangan IHK juga hanya sebatas hubungan antar perusahaan di negara Jerman saja. Untuk hubungan yang bersifat internasional seluruhnya sudah ditetapkan oleh Komisi Eropa melalui *directives* yang diterbitkannya.

Begitu pula mengenai masalah tarif pendirian perusahaan di negara bagian Bayern mengalami penurunan biaya disebabkan oleh adanya pasar tunggal dan hal ini juga sudah ditetapkan dalam *directives* Uni Eropa. Saat ini masyarakat Jerman semakin sadar akan kelestarian lingkungan, terutama sejak didirikannya Partai Hijau.

Skema 3.2: Struktur Kewenangan IHK Setelah Diberlakukan Pasar Tunggal



Sumber: <http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Meskipun demikian IHK tetap merupakan perwakilan dari perusahaan-perusahaan di Jerman yang ingin menyampaikan aspirasinya terhadap kesulitan maupun terhadap kemudahan proses bisnis yang dijalani. Untuk kemudian aspirasi ini disampaikan kepada Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Menurut keterangan pada *website* tersebut di atas, CSU sebagai partai politik terbesar di Bayern, pendukungnya juga menduduki jabatan penting di dalam IHK. Sebagai contoh adalah saat ini pemimpin umum IHK sejak periode 2008 hingga 2013 dipegang oleh anggota CSU. Meskipun demikian, pengaruh partai Hijau dalam dunia perdagangan dan industri di Jerman cukup besar yang mengakibatkan semakin banyak masyarakat Jerman yang peduli akan kelestarian lingkungan. Sehingga ditambahkan peraturan baru bagi mereka untuk memproduksi Bio-Produk yang tentu saja semakin mempertinggi biaya produksi industri manufaktur ini (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Menurut *website* di atas, kepada Komisi Eropa disampaikan mengenai proses-proses bisnis yang sedang berlangsung. Apabila ternyata terdapat pengecualian terhadap kondisi setempat maka perusahaan tersebut diharapkan dapat menyesuaikan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh Komisi Eropa.

Setelah diberlakukannya pasar tunggal, IHK tetap bertanggung jawab kepada Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman. Namun Institusi ini harus melaksanakan peraturan dari dua sumber yang berbeda, yaitu dari Kementerian Ekonomi dan Teknologi serta melaksanakan *directives* yang telah ditetapkan oleh Uni Eropa. Kemajuan perekonomian sebuah negara bagian di Jerman juga tergantung dari data yang disampaikan IHK kepada Kementerian Ekonomi dan Teknologi. Dengan demikian data statistik yang diperoleh dapat menentukan negara bagian mana yang mengalami kemajuan di bidang ekonomi (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

3.3 *Directives* Bagi Perusahaan di Uni Eropa

Dalam *Directive* yang ditetapkan oleh Komisi Eropa disebutkan bahwa statistik menunjukkan terhitung sejak tanggal 12 Mei 1995 tidak terjadi pelanggaran dalam hal keterlambatan pembayaran oleh perusahaan di negara anggota Uni Eropa. Hal ini menunjukkan komitmen yang telah terbentuk di kalangan negara Uni Eropa untuk mematuhi peraturan yang telah mereka sepakati bersama (Johnson MP, 2004).

Berikut adalah contoh *directives* yang diberlakukan bagi dunia usaha di Uni Eropa (*Official Journal of the European Communities Directive 2000/35/EC of 29 June 2000*):

1. *Directive 2000/35/EC of The European Parliament and of The Council (29 June 2000) : on combating late payment in commercial transactions* (Mengatur tentang sanksi yang diberikan bagi perusahaan yang melakukan keterlambatan pembayaran).

Bagi perusahaan yang mengadakan transaksi dengan perusahaan lainnya namun melakukan keterlambatan pembayaran, maka perusahaan ini wajib dilaporkan kepada IHK setempat tempat perusahaan ini beroperasi. Sebagai tindak lanjutnya maka akan dikenakan sanksi

berupa denda dengan nilai yang telah ditetapkan dalam *directive* tersebut.

2. *Directive 1999/34/EC Of The European Parliament And Of The Council (10 May 1999) : amending Council Directive 85/374/EEC on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning liability for defective products (Mengenai kewajiban penggantian produk yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen).*

Apabila konsumen menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan sebelumnya, maka dapat dilakukan protes kepada perusahaan tersebut. Apabila perusahaan ini tidak memperhatikan keluhan pelanggan, maka sanksi dari yang telah ditetapkan dalam *directive* dapat dikenakan pada perusahaan ini. Akibatnya dapat mengurangi prestasinya dalam data IHK.

3. *Articles 81: prohibits agreements and concerted practices between undertaking that prevent, restrict or distort competition and that affect trade between member states. (Formulasi TEC: Treaty Establishing The European Community. (Mengenai kebijakan anti monopoli).*

Komisi Uni Eropa telah menetapkan bahwa dalam satu tahun hanya diperbolehkan melakukan merger sebanyak 1 kali. Hal ini untuk menghindari monopoli suatu perusahaan terhadap produk tertentu.

Apabila sebuah perusahaan sudah hampir mengalami kepailitan dan akan dijual kepada perusahaan lain, maka peraturan yang diberlakukan adalah pemilik perusahaan tersebut wajib melaporkan kepada IHK agar terhindar dari dugaan melakukan monopoli.

4. *Article 82: prohibits any abuse by one or more undertakings of a dominant position that distorts trade between member states, such as setting unfair prices, limiting production or markets. Dominance is presumed to mean more than 50% of market share (Larangan*

akan adanya tindakan yang tidak adil terhadap suatu perusahaan dan melarang adanya dominasi terhadap suatu perusahaan) (Dinand, 2002).

Kemudian ada pula peraturan mengenai kewajiban bagi perusahaan manufaktur yang menandai kelayakan suatu produk di Eropa. Hal ini dilakukan dengan cara memberi tanda produk yang dihasilkan dengan label EC (*European Conformity*) yang wajib dilakukan pada pabrik-pabrik maupun badan sertifikasi barang. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada bea cukai dan instansi pemerintahan bahwa produk tersebut sudah memenuhi persyaratan sebagai produk dari negara anggota Uni Eropa (<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=12/8/2009>, diakses pada 15 Februari 2010).

Dalam *directive* yang ditetapkan oleh Komisi UE disebutkan bahwa statistik menunjukkan terhitung sejak tanggal 12 Mei 1995 tidak terjadi pelanggaran dalam hal keterlambatan pembayaran oleh perusahaan di negara anggota Uni Eropa. Hal ini menunjukkan komitmen yang telah terbentuk di kalangan negara UE untuk mematuhi peraturan yang telah mereka sepakati bersama (*Official Journal of the European Communities Directive 2000/35/EC of 29 Juni 2000*).

Masih banyak lagi *directives* yang diterbitkan oleh Komisi Eropa dalam dunia bisnis dan perdagangan. Dan keseluruhannya merupakan peraturan yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan yang berada di kawasan Uni Eropa maupun bagi perusahaan dari negara lain yang mengadakan kerja sama dengan perusahaan dari negara anggota Uni Eropa (<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=12/8/2009>, diakses pada 15 Februari 2010).

Namun menurut catatan IHK, terhitung hingga akhir tahun 2008 terdapat 92 *directives* dalam pasar tunggal atau sekitar 6% dari total keseluruhan *directives* yang tidak bisa diterapkan oleh perusahaan-perusahaan. Untuk itu Komisi Eropa berusaha untuk menetapkan revisi

directives yang dapat diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Uni Eropa.

Jerman sebagai salah satu negara pendiri Uni Eropa dan tentu saja ada perwakilannya yang duduk di Komisi Eropa menganggap hal ini cukup dapat dipahami, mengingat kondisi pemerintahan serta industri di masing-masing negara Uni Eropa berbeda-beda. Meskipun demikian melalui IHK, pemerintah Jerman berusaha untuk tetap melakukan sosialisasi *directives* yang diterbitkan oleh Komisi Eropa kepada perusahaan yang berada di negara ini (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).



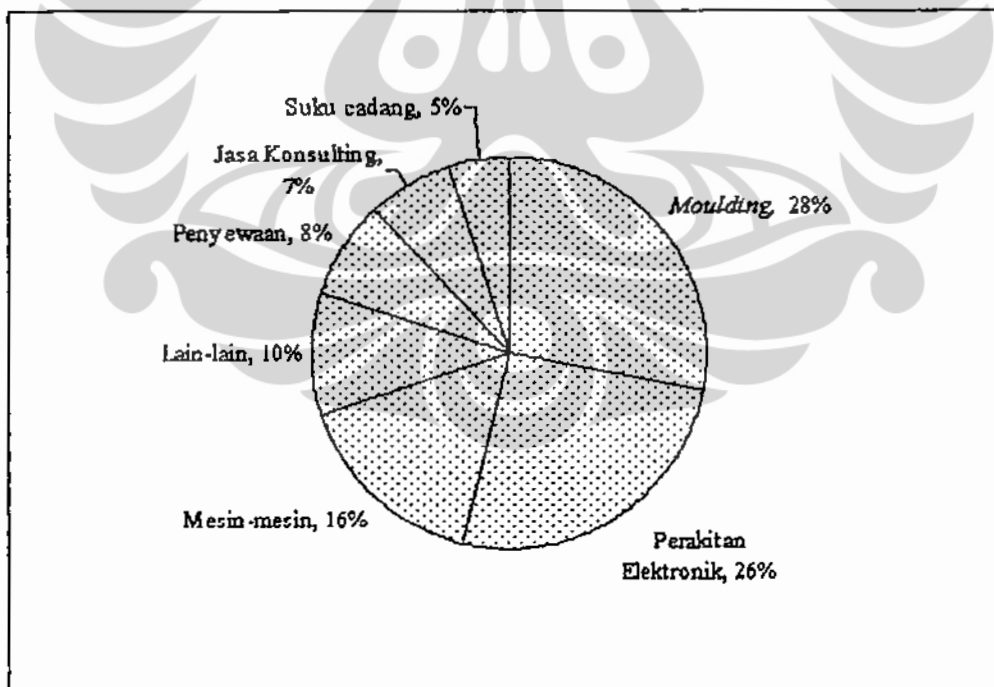
BAB 4

PERUSAHAAN *MOULDING* DI JERMAN

Bayern merupakan satu dari 16 negara bagian di Jerman yang memiliki jumlah perusahaan manufaktur terbanyak dibandingkan dengan negara bagian lainnya. Dan tentu saja hal ini menjadi aset khusus bagi pemasukan pendapatan negara bagian di Jerman bagian selatan ini (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Menurut keterangan dalam *website* negara bagian Bayern, dari sekian banyaknya perusahaan manufaktur, perusahaan *plastic injection moulding* dianggap sebagai perusahaan yang sangat penting. Di mana komponen produk-produk manufaktur dirakit dengan hasil produksi *moulding* yang tingkat ketelitiannya cukup tinggi.

Grafik 4.1 : Prosentase Perusahaan *Moulding* di Jerman

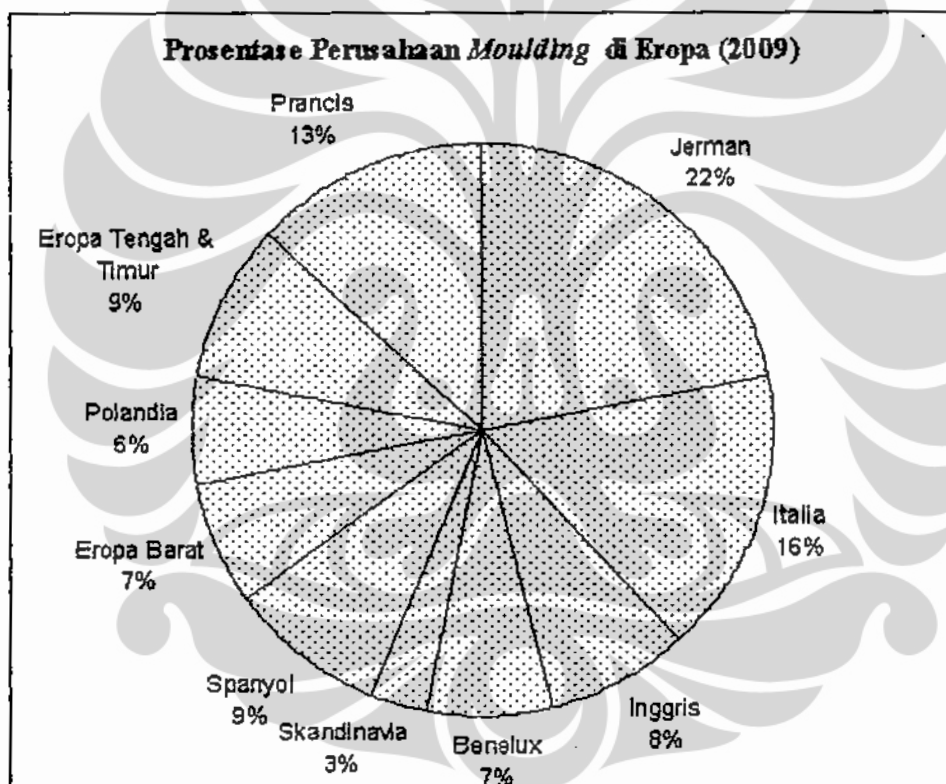


Sumber: <http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Berdasarkan grafik 4.1 perusahaan *moulding* di Jerman merupakan yang terbanyak, yaitu sejumlah 28% dari total semua jenis industri manufaktur. Kemudian disusul dengan industri perakitan alat-alat listrik yaitu sebanyak 26%. Hal ini menunjukkan bahwa industri *moulding* di Jerman banyak diperlukan sebagai suku cadang atau produk pelengkap bagi industri lainnya.

Sedangkan prosentase perusahaan *moulding* di Eropa dapat dilihat melalui persentase di bawah ini:

Grafik 4.2 : Prosentase Perusahaan *Moulding* di Eropa



Sumber: <http://www.amiplastics-na.com> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Berdasarkan grafik 4.2, perusahaan *moulding* di Jerman merupakan terbanyak di Eropa yaitu mencakup 22% dari keseluruhan jenis industri. Kemudian yang menduduki urutan kedua adalah negara Italia yaitu 16% serta disusul oleh Prancis sebanyak 13%. Pada bagian ini Jerman mencakup perusahaan *moulding* berteknologi tinggi, di

mana pelanggannya adalah perusahaan-perusahaan yang juga berkelas dan produknya bagi menengah ke atas, sehingga mereka memerlukan produk berkualitas dan sekaligus berlaku sebagai suku cadang produk mereka, (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Kemudian menurut *website* tersebut di atas, ekspansi Uni Eropa ke bagian timur juga sudah memperluas perkembangan perusahaan *moulding* ke arah yang sama dan juga memiliki prospek perkembangan yang cukup pesat.

Polandia sebagai negara di kawasan di Eropa timur yang dulunya berada di bawah kekuasaan Uni Soviet juga memiliki perusahaan *moulding*, yaitu sebanyak 6% dari total keseluruhan di dunia. Nilai ini termasuk angka yang tinggi karena negara Eropa bagian tengah dan timur lainnya secara keseluruhan hanya berjumlah 9% (<http://www.amiplastics-na.com>, diakses pada 19 Juli 2010).

Fenomena ini dapat dipahami, mengingat negara-negara bekas naungan Uni Soviet yang berpaham komunis tidak diakui adanya kepemilikan pribadi terutama atas perusahaan, sehingga seluruh kegiatan bisnisnya terpusat pada pemerintah. Selain itu juga, tidak dikenal adanya transaksi perdagangan, seperti cek dan dokumen-dokumen lainnya (Alkatiri, 2007).

Sedangkan negara di kawasan Eropa Barat hampir seluruhnya terdapat perusahaan *moulding* meskipun jumlahnya tidak sebanyak dengan yang berada di Jerman.

Sebagai negara industri manufaktur yang besar, Jerman memiliki sedikitnya 157.000 registrasi hak paten atas produk yang dihasilkan. Kemudian disusul oleh Jepang dan Amerika (<http://www.muenchen.ihk.de>, diakses pada 19 Juli 2010).

Setelah adanya perubahan struktur kewenangan IHK München, maka hak paten perusahaan didaftarkan pada IHK kemudian diteruskan kepada Kementerian Ekonomi dan Teknologi untuk kemudian dipatenkan sebagai produk *Made in Germany*. Sebagai negara bagian dengan pendapatan tertinggi, pemerintah negara bagian Bayern memiliki keistimewaan khusus yang diperoleh dari Kementerian

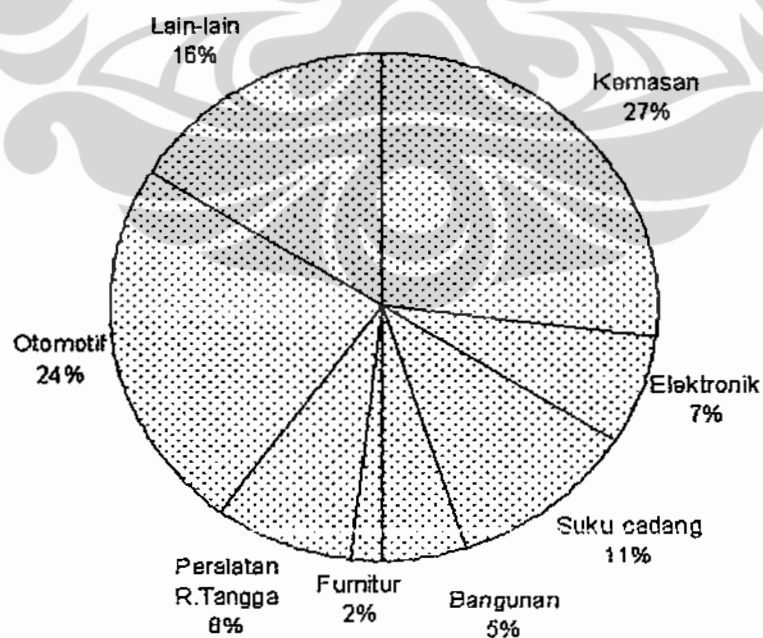
Ekonomi dan Teknologi Jerman dan dijadikan sebagai simbol industri negara Jerman (<http://www.bayem.de/Arbeitsmarkt-und-Wirtschaftsleistung>, diakses pada 15 Februari 2010).

Menurut data pada *website* negara bagian Bayem, di samping sebagai negara bagian dengan industri manufaktur terbanyak, Bayern juga terkenal dengan daerah pariwisatanya. Karena negara bagian ini dikelilingi oleh gunung-gunung dan juga sungai-sungai yang sangat cocok dijadikan untuk promosi pariwisata sekaligus berbisnis.

Menurut data dari IHK München terdapat sekitar 100 perusahaan *moulding*. Sedangkan untuk keseluruhan Negara Jerman terdapat lebih dari 2300 perusahaan *moulding*.

Namun sebagai pembayar pajak tertinggi dan sebagai perusahaan yang paling lama didirikan adalah perusahaan *Schnurr GmbH* yang terletak di selatan negara bagian Bayem, yaitu Berchtesgadener Land, kota yang terletak antara perbatasan Jerman dan Austria (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Grafik 4.3 : Perusahaan Pemakai Produk *Moulding* di Jerman (2008)



Sumber: <http://www.amiplastics-na.com> (Diakses pada 19 Juli 2010)

Grafik 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas produk plastik *moulding* digunakan untuk kemasan yaitu sebanyak 27%. Namun untuk keperluan otomotif lebih sedikit 3%. Untuk otomotif diperlukan produk *moulding* yang lebih rumit desainnya dan diperlukan ketelitian tinggi untuk menyesuaikan dengan suku cadang lain yang terdapat di dalamnya.

Untuk produk kemasan hanya diperlukan contoh yang dikehendaki dan umumnya rancangan produk kemasan lebih sederhana dibandingkan dengan otomotif, sehingga produsen produk *moulding* untuk kemasan jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan untuk otomotif.

Sedangkan yang paling kecil adalah yang diperuntukkan bagi *furniture* yang hanya berjumlah 2%. Bahkan produk peralatan rumah tangga lebih banyak jumlahnya yaitu 8%. Seperti misalnya *Siemens* banyak memproduksi peralatan rumah tangga, misalnya pesawat telepon, personal komputer, notebook dan lain sebagainya.

Pemberlakuan pasar tunggal serta integrasi ekonomi Uni Eropa selain membawa dampak positif juga negatif bagi beberapa perusahaan. Diantaranya adalah perusahaan *moulding* besar di Jerman mengalami kebangkrutan pada bulan Maret 2009, yaitu *Swedish Group Plastal* (<http://www.amiplastics-na.com.2009>, diakses pada 19 Juli 2010).

Sebelumnya dikenal dengan *Dynamit Nobel Kunststoff* yang kemudian diambil alih oleh perusahaan Swedia. Perusahaan ini merupakan *supplier* komponen plastik untuk otomotif. Penyebab bangkrutnya adalah adanya pengurangan permintaan produk dan adanya penyalahgunaan kredit, sehingga tidak bisa melakukan produksi kembali.

Kelemahan lain yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah tidak melakukan diversifikasi produk, maupun menangkap pelanggan sektor lain selain otomotif. Dengan demikian tidak ada cadangan lain apabila produk otomotif mengurangi pesannya, maka tidak ada pemasukan lain yang dapat diperoleh (<http://www.amiplastics-na.com.2009>, diakses pada 19 Juli 2010).

Namun keuntungan yang diperolehnya dari pemberlakuan pasar tunggal adalah dapat menjual perusahaan kepada perusahaan yang berasal dari luar Jerman. Di samping itu tentu saja mekanisme jual beli perusahaan ini harus sesuai dengan yang ditetapkan dalam *directive* Uni Eropa.

4.1 Perusahaan *Schnurr GmbH*

Perusahaan *Schnurr GmbH* bergerak di bidang *moulding* berdiri pada tahun 1980 yang tergolong pada perusahaan berteknologi tinggi. Saat ini *Schnurr GmbH* memiliki karyawan sebanyak 80 orang. Perusahaan ini terletak di Bayern, negara bagian terbesar di Jerman sekaligus berada di perbatasan dengan Austria (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Mesin-mesin pendukung produksi yang dimilikinya merupakan mesin berteknologi tinggi yang menghasilkan output berkualitas tinggi (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Proses perjalanan perusahaan *Schnurr GmbH*

- 1980 : Perusahaan *Schnurr GmbH* didirikan dengan sekitar 15 karyawan. Sekaligus penganugerahan prestasi *hand-made* terbaik dari pemerintah negara bagian Bayern.
- 1985 : Cetakan *mould* pertama kali menggunakan mesin CAD/CAM (*Computer-aided-Design/Computer-Aided-Machine*). Setelah berjalan selama 6 bulan, cetakan dilakukan sepenuhnya secara komputerisasi.
- 1989 : Penganugerahan Produk berkualitas luar biasa dari perusahaan *Bosch Siemens GmbH*.
- 1995 : Perencanaan pembangunan pabrik baru dengan kapasitas lebih luas.
- 1999 : Penempatan pabrik baru yang lebih luas pada bulan September dengan luas 3200 m². Kemudian dilengkapi dengan mesin-mesin yang lebih canggih. Sehingga mampu memproduksi sebanyak lima

ton dalam satu hari.

- 2000 : Investasi pada mesin cetakan otomatis.
- 2004 : Pergantian pemilik perusahaan.
- 2005 : Hari jadi perusahaan ke-25 tahun, sekaligus adanya peningkatan omset sebesar € 5.000.000,00.
- 2006 : Investasi mesin otomatis total sekaligus cetakan *mould* dengan keakuratan tinggi sebesar € 420.000,00.

Hingga saat ini perusahaan *Schnurr GmbH* telah beroperasi selama 30 tahun. Sudah sewajarnya jika semakin banyak menjadi pelanggan tetapnya. Karena sejak diberlakukannya integrasi ekonomi Uni Eropa, kegiatan perdagangan juga semakin mudah dilakukan, baik dengan sesama perusahaan lokal, maupun dengan perusahaan dari negara anggota Uni Eropa lainnya (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Menurut data yang diperoleh dari pemilik perusahaan *Schnurr GmbH*, konsumen perusahaan ini berada di Eropa dan sebagian Asia yang secara keseluruhan mencakup 35% perdagangan dunia. Pada tahun 2005 *Schnurr GmbH* bekerja sama dengan perusahaan *moulding* Singapura yaitu *Fongshen Pte Ltd* yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasar ke wilayah Asia.

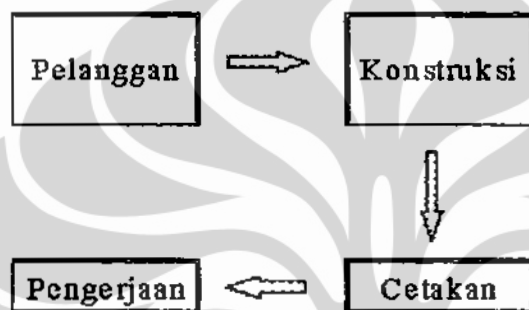
Menurut keterangan dalam *website* perusahaan *Schnurr GmbH*, semboyan yang dimiliki oleh ini dan dapat dinikmati oleh pelanggannya adalah kualitas produk, waktu pengiriman dan harga yang kompetitif untuk produk berkualitas. Untuk mendapatkan hasil seperti yang terjadi saat ini, berikut adalah hal-hal yang harus dipenuhi oleh perusahaan ini:

1. Tenaga kerja yang terlatih;
2. Mesin-mesin otomatis;
3. Penerapan teknologi terbaru;
4. Hubungan kerjasama yang baik dengan perusahaan mitra.

Fleksibilitas produk *moulding* yang dihasilkan oleh *Schnurr GmbH* merupakan perpaduan dari ketelitian mesin berteknologi canggih

ditambah dengan keterampilan tenaga kerjanya. Karena hasil produksinya 20% merupakan buatan tangan yang dirakit dari beberapa komponen suku cadang hasil dari cetakan dengan keakuratan yang cukup tinggi (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Skema 4.1 : Sistem Penerimaan Pesanan Perusahaan *Schnurr GmbH*



Sumber: Brosur Perusahaan *Schnurr GmbH* (2008)

Masih menurut keterangan pada website perusahaan *Schnurr GmbH*, pada saat pelanggan melakukan pesanan tidak harus memiliki produk pesanan yang sudah jadi. Namun dapat masih berupa gagasan bentuk yang diinginkan oleh pelanggan, meskipun produk itu sangat tinggi keakuratannya. Hal inilah yang menjadi nilai lebih dari perusahaan *Schnurr GmbH*.

Selanjutnya cetakan tersebut akan dibuat dari logam aluminium yang juga didesain oleh divisi konstruksi. Konsumen dapat memilih kombinasi produk *moulding* antara bahan yang penyelesaiannya dirakit dengan tangan atau yang sepenuhnya dikerjakan oleh mesin. Tentu saja harga menyesuaikan dengan proses yang dilakukan.

Harga produk yang penyelesaiannya dilakukan dengan rakitan tangan lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan mesin. Karena ketelitiannya lebih baik dibandingkan dengan mesin. Dan pada umumnya produk perusahaan *Schnurr GmbH* penyelesaiannya dirakit oleh manusia.

Mesin konstruksi seluruhnya sudah komputerisasi yang dapat mengukur hingga diameter milimeter. Berikut adalah contoh penyelesaian suatu pesanan :

1. Bentuk cetakan dapat berukuran 1000 x 800 milimeter;
2. Cetakan dapat dimodifikasi sesuai dengan bentuk pesanan;
3. Logam dibentuk sesuai dengan program desain menggunakan system MIM (*Metal Injection Moulding*);
4. Penyempurnaan cetakan;
5. Contoh bentuk pesanan dapat dibuat dan ditunjukkan kepada pelanggan

Cetakan dapat berupa logam alumunium, LSR (*Liquid Silicone Rubber*), *thermoplast* atau keramik. Untuk cetakan LSR diperlukan temperatur yang cukup tinggi. Sedangkan cetakan keramik pembentukannya dilakukan melalui laser gas yang dapat memotong hingga ukuran millimeter. Saat ini yang paling banyak dipesan oleh konsumen adalah cetakan yang terbuat dari LSR. Di samping harganya lebih rendah sekaligus merupakan spesialisasi dari perusahaan *Schnurr GmbH*.

Setiap awal musim dingin perusahaan *Schnurr GmbH* menerima peserta magang dari sekolah tinggi teknik. Peserta magang ini dapat mempraktekkan kemampuannya selama tiga bulan. Lalu dilakukan seleksi. Apabila mereka memenuhi persyaratan untuk menjadi karyawan, maka dari sinilah perekrutan karyawan dilakukan. Namun tidak setiap tahun perekrutan ini dilakukan.

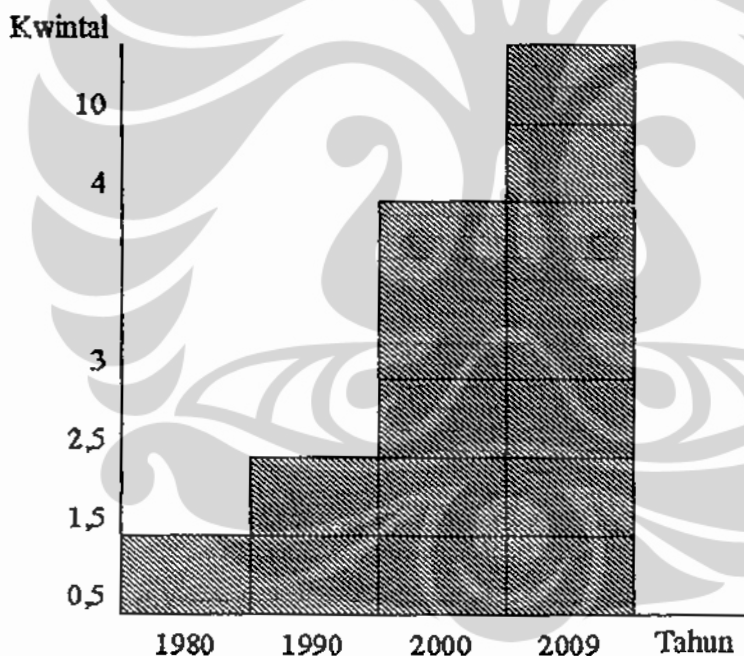
Pelanggan tetap perusahaan *Schnurr GmbH* adalah *Volvo, Nokia, Phillips, BMW, Bosch dan Mercedes-Benz*. Sedangkan beberapa berasal dari luar Jerman namun masih berada di kawasan Eropa. Untuk melengkapi kebutuhan perusahaan-perusahaan ini, maka *Schnurr GmbH* dalam jangka waktu tertentu melakukan produksi untuk kebutuhan perusahaan-perusahaan tersebut.

Pada saat perusahaan ini baru didirikan pada tahun 1980 *Schnurr GmbH* sudah memperoleh penghargaan produk *handmade* berprestasi

dari negara bagian Bayern. Pada saat ini belum diberlakukan pasar tunggal dan segala persyaratan serta otoritas masih berada di tangan IHK München. Dan juga pada masa itu jumlah perusahaan *moulding* belum berkembang seperti pada saat ini.

Pada tahun 1996 *Schnurr GmbH* memperoleh penghargaan dari IHK München dalam hal sistem manajemen berkualitas. Selanjutnya DIN ISO 9001: 2000. Penghargaan ini menunjukkan bahwa pelanggan *Schnurr GmbH* yang berasal dari berbagai negara di Eropa merasa tidak memiliki keluhan terhadap produk perusahaan ini (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Grafik 4.4: Peningkatan Jumlah Produksi



Sumber: Brosur perusahaan *Schnurr GmbH* (2008)

Pada saat berdirinya perusahaan *Schnurr GmbH* tahun 1980, perusahaan ini belum memiliki pelanggan dan pelanggan pertamanya pada saat itu adalah produk kemasan minuman jus orange. Jumlah produksi totalnya pada saat itu dalam satu tahun sekitar 50 kilogram.

Sekitar 10 tahun kemudian yaitu tahun 1990 produksi per tahunnya meningkat menjadi 150 kilogram. Pada saat ini perusahaan

Schnurr GmbH sudah memiliki pelanggan tetap, yaitu *Bosch Siemens GmbH* yang memproduksi peralatan rumah tangga.

Setelah mesin-mesin diotomatisasi dan komputerisasi serta produknya semakin berkualitas, maka pelanggan *Schnurr GmbH* kembali bertambah dan permintaan akan produknya berlipat menjadi 1000 kilogram pada tahun 2009.

4.2 Teori Aliansi Strategis

Aliansi strategis adalah jenis kerja sama antar perusahaan dalam bidang marketing, distribusi, kerjasama produksi dan lisensi teknologi untuk meminimalkan resiko dan memaksimalkan keuntungan. Aliansi perlu dilakukan oleh perusahaan untuk menjajaki pangsa pasar yang akan dimasukinya tanpa harus membuka cabang di area tersebut (Kotler, 1997).

Menurut Kotler, melalui aliansi ini diharapkan dapat mempelajari situasi pasar seperti kebiasaan pelanggan, jenis barang yang diminati pelanggan serta harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengurangi kerugian seminimal mungkin, apabila ternyata produknya gagal memasuki area yang dimaksud.

Hal-hal yang mendasari penerapan aliansi ini adalah:

1. Menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat;
2. Memperluas pasar;
3. Menambah nilai ekspor;
4. Diversifikasi melalui produk dan *service* baru;
5. Mengurangi biaya produksi dan biaya pengiriman;
6. Efisiensi proses dan mengurangi resiko kerugian

(Wisnu Usdek dan Nurhasanah, 2005).

Menurut Rivai (2001), ada beberapa bentuk kerjasama diantaranya adalah merger dan akuisisi. Keduanya bersifat permanen dan terdapat perubahan struktural perusahaan.

Perusahaan *Schnurr GmbH* sejak tahun 2007 mengadakan kerjasama dan beraliansi dengan *Fong Shen Pte Ltd Singapore* yang masing-masing bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dengan meniadakan persaingan di antara mereka (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Jenis kerja sama seperti ini sangat bermanfaat dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan. Keuntungan yang diperoleh adalah bagi perusahaan dengan daya beli pasar yang rendah dapat menghasilkan produk yang lebih baik. Sementara bagi perusahaan dengan daya beli konsumennya cukup tinggi dapat memperluas pasar dengan teknologi yang 50% dihasilkan oleh mitra aliansinya.

Menurut Stout dan Beaucaire (2005), beberapa faktor yang menjadi pendorong terjadinya allansi adalah:

- a. Terjadinya perubahan-perubahan mendasar dalam ekonomi global seperti persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi yang cepat, meningkatnya biaya-biaya (pembangunan, produksi, pemasaran produk baru);
- b. Tingginya biaya dan resiko untuk membuat jaringan distribusi, logistik, manufaktur dan lain-lain di setiap pasar kunci di dunia apabila ditanggung sendiri (terbatasnya sumber daya sendiri);
- c. Dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk membangun keahlian karyawan dan membina hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok;
- d. Perusahaan kecil dan menengah butuh menjadi besar, untuk itu mereka membutuhkan akselerasi yang lebih cepat;
- e. Dunia kini sangat terbuka dan tidak mengenal batas. Terutama dalam masalah dana, pemanfaatannya harus seefisien mungkin. Maka ada kecenderungan perusahaan menjadi semakin linier dan flat.

Menurut Stout dan Beau calre (2005), syarat utama allansi adalah:

1. Aliansi harus mampu menghasilkan manfaat bagi setiap mitra bisnis dan bukan hanya sekedar *deal* bisnis saja;
2. Keberhasilan aliansi bisnis akan banyak bertumpu pada rasa kesatuan dan kebersamaan melalui proses penciptaan nilai bersama-sama, bukan hanya sekedar proses pertukaran atas sejumlah nilai investasi tertentu;
3. Aliansi yang terbentuk tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh sistem formal yang ada, tetapi membutuhkan suatu jaringan atau hubungan antar manusia yang kokoh dan didukung dengan infrastruktur internal yang mampu memperkuat proses belajar dari masing-masing pihak.

Dan data menunjukkan bahwa untuk keberhasilan suatu aliansi dibutuhkan kesediaan memberi dan menerima dari pihak-pihak yang beraliansi, yang menjadi tantangan bisnis saat ini dan mendatang adalah seberapa besar toleransi yang dapat diberikan kepada pihak luar untuk mengendalikan bisnis bersama. Karenanya proses aliansi sering terhambat karena adanya perbedaan budaya antar perusahaan yang beraliansi (Lipsey,1995).

Menurut Lipsey, faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam melaksanakan strategi aliansi yaitu:

- a. Apakah kedua perusahaan itu bisa saling mengisi satu dengan lainnya secara strategis. Ini berarti, harus bisa bekerja sama dalam rangka mengembangkan *Keysuccess Factor* (KSF) nya, baik yang *tangible* maupun *intangibile*;
- b. Masing-masing pihak harus mempunyai kelebihan yang bisa dimanfaatkan oleh mitranya. Harus ada kaitan yang bersifat *strategic partnership*;
- c. Perusahaan yang akan melakukan strategi aliansi itu harus paling tidak punya *culture*/budaya yang sama atau agak sama, jika tidak agak sulit melakukan strategi aliansi;

- d. Arah strategi harus ditujukan kepada konvergensi menuju suatu titik tertentu:
- e. Pengembangan SDM harus saling menunjang di antara kedua pihak, agar searah sehingga dapat menyebabkan strategi aliansi itu sinergis (Stout dan Beaucaire, 2005).

Menurut Siagian (2005), berkaitan dengan *corporate culture* ada tiga faktor yang harus dipenuhi agar strategi aliansi berhasil yaitu :

1. masing-masing pihak harus mempunyai budaya yang kuat;
2. agar bisa membangun *corporate image* satu sama lain harus saling mengisi;
3. berkaitan dengan *core competence*, dimana perusahaan mengarahkan penguasaannya kepada hal-hal yang bersifat keunggulan kompetitif, maka budaya harus dipersatukan.

Selain hal-hal di atas, efektivitas strategi aliansi juga hanya bisa dicapai dengan pengurangan konsentrasi kekuatan dan keseimbangan manajerial.

Adapun kaitan aliansi strategis dengan perusahaan *Schnurr GmbH* adalah perusahaan ini merasa perlu untuk melakukan aliansi dengan perusahaan *Fong Shen Pte Ltd Singapore* dalam menghadapi pasar tunggal dan integrasi Uni Eropa untuk dapat menjajaki pangsa pasar di Asia.

Hal ini juga dilakukan terhadap reaksi yang timbul akibat ketatnya persaingan di Uni Eropa pasca diberlakukannya pasar tunggal. Salah satu langkah yang diambil adalah melakukan aliansi/ kerjasama. Melalui aliansi dengan prosentase yang seimbang, maka perusahaan *Schnurr GmbH* dapat mempelajari pasar Asia yang cenderung mementingkan rendahnya harga suatu produk daripada kualitasnya.

Selanjutnya adalah keterangan mengenai perusahaan *Fong Shen Pte Ltd Singapore* yang dijadikan sebagai mitra aliansi oleh perusahaan *Schnurr GmbH*.

Menurut keterangan pada brosur *Fong Shen Pte Ltd Singapore* (2008), berikut adalah data mengenai perusahaan *Fong Shen Pte Ltd Singapore*:

- Didirikan pada tahun 1984;
- Luas pabrik 20.000 m²
- Jumlah pekerja 85 orang;
- Sertifikasi BS EN ISO 9001 (UKAS *Quality Management*) pada tahun 2000 ;
- Sertifikasi ISO / TS 16949 pada tahun 2002;
- Fong Shen Pte Ltd juga memiliki mesin-mesin yang berteknologi tinggi untuk pasar Asia.

Pada dasarnya sistem pengolahan pesanan yang diterima oleh *Fong Shen Pte Ltd* hampir sama dengan *Schnurr GmbH*. Hanya saja yang membendakannya adalah material cetakan yang dibuat pada *Fong Shen Pte Ltd* hanya terbuat dari logam alumunium.

Setelah terjadinya integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa banyak perusahaan yang melakukan kerjasama dengan perusahaan lain tanpa adanya persaingan yang berarti. Karena perusahaan ini bersepakat untuk saling membantu dan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat di antara mereka (Robbins, 2003).

Menurut Robbins, strategi aliansi merupakan suatu alternatif untuk dapat menang dalam kondisi hiper kompetisi pada era global saat ini. Strategi aliansi memungkinkan suatu perusahaan atau group mencapai tujuan tertentu yang tidak dapat dicapai dengan usaha sendiri dengan cara menggabungkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki pihak-pihak yang beraliansi (berupa sumber daya-sumber daya dan keunggulan kompetitif).

Proses aliansi dapat tidak berjalan lancar dengan adanya perbedaan budaya diantara perusahaan-perusahaan yang beraliansi, karena dengan budaya yang berbeda akan menimbulkan perbedaan

operasional antar perusahaan, sehingga sulit untuk dapat membentuk *teamwork* yang solid (Siagian, 2005).

Menurut Siagian, perbedaan budaya itu dapat diminimalkan dengan menciptakan suatu nilai baru yang merupakan nilai bersama dari perusahaan-perusahaan yang beraliansi sehingga pelaksanaan strategi aliansi dapat mencapai kesuksesan.

Untuk menciptakan nilai baru yang akan mendukung kesuksesan strategi aliansi, diperlukan beberapa faktor yaitu toleransi, opini dari karyawan, komitmen dari senior manajemen atau CEO dan seluruh anggota organisasi serta kesatuan visi pada level CEO (kepercayaan dan asumsi-asumsi dasar) (Stout dan Beaucaire, 2005).

Aliansi strategis ini merupakan langkah yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menghindari persaingan yang semakin ketat dan dianggap sebagai upaya untuk tetap dapat bertahan terhadap ancaman dari perusahaan yang sejenis. Selain daripada itu dalam hal ini perusahaan moulding dapat mengenal pasar yang akan dimasukinya (Robbins, 2003).

Untuk pasar Asia, Cina dianggap negara yang paling berhasil dalam menghasilkan mass produk. Produk yang berasal dari negara ini tidak hanya menguasai pasar Asia namun juga sudah penetrasi ke seluruh dunia. Meskipun demikian, hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan *Schnurr GmbH* sehingga berusaha untuk mempelajari dan memasuki pasar Asia dengan melakukan aliansi dengan perusahaan lokal. (<http://www.schnurr-gmbh.de>, diakses pada 15 Februari 2010).

Dalam melakukan aliansi, sebuah perusahaan dapat kemudian menghentikan kerjasama apabila sudah tidak dikehendaki dan tentu saja keputusan yang diambil harus diketahui oleh kedua belah pihak (Tunggal, 2009). Sedangkan perusahaan *Schnurr GmbH* beraliansi dengan *Fong Shen Pte Ltd Singapore* ini adalah bertujuan untuk mengembangkan pangsa pasar ke kawasan Asia yang dapat meningkatkan kesempatannya dalam mempelajari pasar Asia.

Terhadap perusahaan *Schnurr GmbH* kemudian akan dilakukan dua jenis analisis yang masing-masing berbeda dari segi tujuannya, yaitu:

1. Analisis PLC : yang bertujuan untuk memprediksi daur hidup perusahaan secara umum sejak mulai didirikan, saat ini dan kemungkinan nantinya yang akan menyebabkan kemunduran perusahaan di masa yang akan datang. Terutama untuk memastikan posisi perusahaan saat ini berada pada fase yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing fase yang akan dijelaskan kemudian.
2. Analisis SWOT : yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan tertentu (bersifat spesifik), dalam hal ini perusahaan *Schnurr GmbH*. Serta dapat mengantisipasi hal-hal apa saja yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan serta dilakukannya langkah-langkah untuk tetap bertahan dengan mempertahankan kelebihan-kelebihan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan *Schnurr GmbH*.

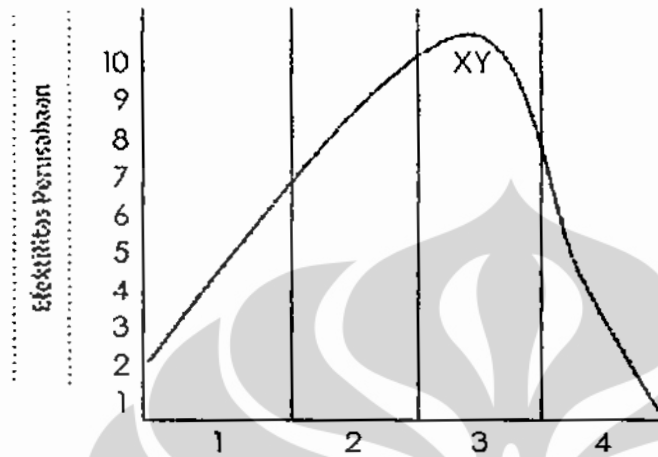
4.3 Analisis PLC

Analisis *Product Life Cycle* (PLC) menjelaskan bahwa perusahaan berkembang melalui sejumlah tahapan yaitu kelahiran (pendirian perusahaan), perkembangan, penurunan daya, dan kematian (kebangkrutan). Menurut Tunggal (2009), tujuan dari analisis PLC adalah:

1. Menentukan tingkat perubahan perusahaan
2. Mengidentifikasi tahap dan strategi perusahaan
3. Menantisipasi ancaman dan menemukan peluang yang ada.

Secara umum sebuah perusahaan memiliki daur kehidupan seperti halnya makhluk hidup. Berikut adalah grafik yang secara umum menggambarkan daur kehidupan suatu perusahaan dan hampir sebagian besar perusahaan pernah melewatinya.

Grafik 4.5 : Analisis PLC (*Product Life Cycle*) terhadap perusahaan *Schnurr GmbH*



Sumber: Tunggal (2009)

Keterangan angka horison tal:

1. Kelahiran (Pendirian Perusahaan)
2. Pertumbuhan
3. Kedewasaan
4. Penurunan (Kebangkrutan)

1. Tahap Pendirian : Pada tahap ini produk baru lahir dan belum ada target konsumen yang tahu sehingga dibutuhkan pengenalan produk dengan berbagai cara kepada target pasar dengan berbagai cara.

- Penetapan merk serta hak paten atas produk ditetapkan;
- Kemungkinan harga masih rendah untuk memperoleh pangsa pasar, atau bahkan harga dinaikkan untuk menutup biaya produksi;
- Distribusi dilakukan secara selektif sampai ada pelanggan tetap;
- Promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan potensial.

2. Tahap Pertumbuhan / *Growth* : konsumen mulai mengenal produk yang perusahaan buat dengan jumlah penjualan dan laba yang meningkat pesat dibarengi dengan promosi yang kuat. Akan semakin banyak penjual dan distributor yang turut terlibat untuk ikut mengambil keuntungan dari besarnya permintaan pasar.

- Kualitas produk mulai dibangun, sekaligus dilengkapi dengan dukungan dan *service*;
- Harga mulai dirintis, di mana perusahaan memperoleh kenaikan permintaan dengan persaingan yang rendah;
- Jalur distribusi ditambah, terjadi pertumbuhan konsumen dan konsumen merasa puas dengan produk tersebut;
- Promosi dilakukan untuk memperoleh konsumen yang lebih luas.

3. Tahap Kedewasaan / *Maturity* : di tahap dewasa produk perusahaan mengalami titik jenuh dengan ditandai dengan tidak bertambahnya konsumen yang ada sehingga angka penjualan tetap di titik tertentu dan jumlah keuntungan yang menurun serta penjualan cenderung akan turun jika tidak dibarengi dengan melakukan strategi untuk menarik perhatian konsumen dan para pedagang. Karena sudah banyak pesaing, para pedagang mulai meninggalkan persaingan dan yang baru tidak akan banyak terlibat karena jumlah konsumen yang tetap dan cenderung turun.

- Diferensiasi produk dari pihak pesaing;
- Harga kemungkinan dikurangi karena mengantisipasi produk dari pesaing;
- Distribusi dilakukan lebih intensif dan pemberian insentif ditawarkan untuk menyaingi produk pesaing;
- Promosi ditekankan pada diferensiasi produk.

4. Tahap Penurunan / *Decline* : produk / perusahaan mulai ditinggalkan. Konsumen beralih ke produk lain sehingga jumlah

penjualan dan keuntungan yang diperoleh produsen dan pedagang akan menurun drastis atau perlahan tapi pasti dan akhirnya mati.

- Produk dipertahankan, kemungkinan besar menghilangkannya dan mengganti dengan produk yang baru
- Dilakukan pengurangan harga dan melanjutkan penawaran terutama bagi konsumen setia
- Menghentikan produksi, menjual asset yang ada kepada pihak lain yang berminat untuk melanjutkan produk tersebut.

Menurut Tungal (2009), beberapa teknik atau cara untuk memperpanjang daur hidup produk :

1. Meningkatkan konsumsi dengan cara peningkatan penggunaan produk dengan berbagai manfaat yang ditawarkan.
2. Mencari fungsi lain produk dari biasanya.
3. Memodifikasi produk agar tampil baru dan segar baik dari segi isi, kemasan, takaran, ukuran dan manfaat
4. Mencari target konsumen baru. Jika pasar yang sudah ada sudah tidak dapat diandalkan untuk meningkatkan penjualan maka dapat ditempuh jalan dengan cara membidik segmen pasar baru

Dari penjelasan di atas, saat ini perusahaan *Schnurr GmbH* berada pada koordinat XY (3,10) di mana perusahaan ini sedang berada pada tahap kedewasaan, baik dari sisi efektifitas perusahaan, penyebaran produk, penetapan harga, distribusi maupun dalam hal perkembangannya.

Dari sisi efektifitas dapat dijelaskan bahwa perusahaan ini memiliki tenaga kerja yang berpengalaman dan bersertifikat, juga memiliki mesin-mesin berteknologi tinggi yang tidak semua perusahaan moulding mampu untuk memilikinya.

Dalam hal perkembangannya perusahaan *Schnurr GmbH* memiliki pelanggan yang semakin bertambah dari semula hanya manufaktur otomotif, kini bertambah dengan adanya pabrik manufaktur

telekomunikasi, peralatan kesehatan dan peralatan rumah tangga. (<http://www.schnurr-gmbh.de> Diakses pada 15 Februari 2010).

Menurut keterangan dalam wawancara via email dengan pemilik perusahaan *Schnurr GmbH*, sejak tahun 2007 perusahaan *Schnurr GmbH* berusaha untuk memasuki pasar Asia melalui kerja sama dengan perusahaan *Fong Shen Pte Ltd Singapore* meskipun produknya berkemungkinan 50% : 50%. Hal ini dikarenakan produk *Schnurr GmbH* dianggap terlalu mahal bagi konsumen manufaktur di Asia.

Adapun kaitan analisis PLC dengan dengan perusahaan *Schnurr GmbH* dan integrasi Uni Eropa adalah melalui analisis ini dapat ditentukan fase perusahaan *Schnurr GmbH* saat ini, yaitu di fase ke-3 (pertumbuhan / *growth*) berdasarkan karakteristik yang ditampilkan pada masing-masing fase.

Kemudian analisis PLC ini sangat berguna bagi antisipasi perusahaan agar terhindar dari fase ke-4 (kemunduran / *decline*) melalui keterangan yang terdapat dalam karakteristik fase tersebut. Terutama yang berkaitan dengan pasar tunggal Eropa, di mana persaingan yang timbul antar perusahaan tidak mengenal adanya halangan untuk memasarkan produknya ke negara lain.

4.4 Analisis SWOT

Menurut Kotler (2004), SWOT merupakan akronim dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), *Threat* (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan termasuk dalam tubuh suatu perusahaan. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh suatu perusahaan.

Tujuan SWOT adalah untuk menganalisis satu dari empat pola yang bersifat khas dalam keselarasan situasi internal dan eksternal yang dihadapi oleh suatu perusahaan. SWOT dapat juga disebut dengan barometer keberhasilan sebuah perusahaan dilihat dari analisis internalnya.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai *soft analysis* karena secara umum perusahaan *Schnurr GmbH* merupakan perusahaan berteknologi tinggi dan bertaraf internasional yang terdapat di negara bagian Bayern, Jerman.

Selain itu analisis SWOT sangat tepat dilakukan bagi penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan dan pemanfaatan peluang sekaligus sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang ada di dalam tubuh suatu perusahaan dan menekan ancaman yang timbul (Siagian, 2005).

Tabel 4.2 : Definisi Analisis SWOT

Strength (Kekuatan) : kompetensi khusus yang dimiliki perusahaan yang membuatnya lebih kuat dari pesaing.	Weakness (Kelemahan): Keterbatasan yang menjadi penghalang bagi perusahaan.
Opportunity (Peluang): Situasi yang menguntungkan bagi perusahaan terutama bidang eksternal.	Threat (Ancaman) : Faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan.

Sumber: Siagian (2005)

Berikut hasil analisa SWOT terhadap perusahaan *Schnurr GmbH* :

Strength (Kekuatan):

- Menguasai 35% perdagangan dunia;
- Pelanggannya adalah pabrik dengan produk bertaraf internasional dan berkualitas tinggi;
- Ketepatan waktu produksi;
- Produk berkualitas tinggi dengan ketelitian yang sangat akurat;
- Spesifikasi sepenuhnya disesuaikan dengan pesanan pelanggan;

Opportunity (Peluang):

- Mengembangkan distribusi produk ke luar benua Eropa;
- Menambah mesin-mesin produksi berteknologi tinggi;
- Merintis pasar Asia melalui aliansi dengan perusahaan lokal;
- Membuka training bagi perekrutan karyawan baru;
- Mempromosikan aliansi dengan perusahaan *Fong Shen Pte Ltd.*

Weakness (Kelemahan):

- Harga produk terlalu mahal;
- Hanya terjangkau oleh pabrikan tingkat tinggi;
- Tidak sesuai dengan pasar Asia.

Threat (Ancaman) :

- *Mass* produk murah dari Cina;
- Jumlah pelanggan menurun;
- Biaya pengiriman yang tinggi untuk pesanan di luar Eropa.

Dari analisis ini, dapat kita ketahui kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan *Schnurr GmbH*. Meskipun secara data tertulis yang diperoleh hanya terdiri dari beberapa faktor saja, namun hal ini harus tetap menjadi perhatian karena semakin berkembangnya teknologi, tuntutan konsumen pun akan semakin tinggi terhadap produk-produk yang berkualitas.

Menurut keterangan yang diperoleh dari wawancara *via e-mail* dengan pemilik perusahaan *Schnurr GmbH*, dalam rangka mengantisipasi persaingan ketat yang terjadi sebagai akibat dari integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa, perusahaan *Schnurr GmbH* selain menghadapi pesaing dari sesama negara Eropa juga harus menghadapi perusahaan Asia terutama dari Cina yang mengancam produk-produknya.

Secara umum pasar Asia lebih mementingkan harga yang murah dari suatu produk tanpa memperhatikan kualitas serta keaslian dari produk yang dimiliki. Bagi pasar Asia semakin murah suatu produk,

maka semakin banyak konsumen yang berminat. Untuk itu tidak mudah bagi perusahaan *Schnurr GmbH* dalam menembus pasar Asia yang memang sudah lebih dahulu dikuasai oleh pabrikan dari Cina. (<http://www.smallbusinessnotes.com>, diakses pada 19 Juli 2010).

Peluang yang dimiliki saat ini telah dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan sebuah perusahaan Singapura. Namun dalam hal teknologi, perusahaan *Schnurr GmbH* tidak bisa dipisahkan dari citra perusahaan Jerman yang penuh dengan produk-produk canggih dan berkualitas.

Untuk itu sebagai usahanya menembus pasar Asia, maka melalui aliansi dengan perusahaan *Fong Shen Pte Ltd*, harga produk dapat dikurangi. Terutama kerja sama ini dilakukan untuk mempelajari pasar Asia yang saat ini dikuasai oleh Cina.

Dengan demikian, berdasarkan analisa yang telah dilakukan dalam penelitian di atas, maka integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa berdampak positif, baik bagi perusahaan *moulding* di Jerman terutama bagi perusahaan *Schnurr GmbH*.

Hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya pelanggan perusahaan *Schnurr GmbH* yang berasal dari negara Uni Eropa lainnya, yaitu perusahaan otomotif *Fiat* dari Italia dan perusahaan telekomunikasi *Nokia* dari Finlandia. Sehingga tidak ada batasan bagi perusahaan *Schnurr GmbH* untuk mengembangkan pangsa pasarnya selama masih berada dalam peraturan yang ditetapkan oleh *directive* Uni Eropa.

Hal ini juga telah menimbulkan kemudahan bagi perusahaan-perusahaan di Uni Eropa karena dengan diberlakukannya pasar tunggal, maka peraturan yang berlaku sama di seluruh Uni Eropa, begitu juga dengan sistem pembayaran dan mata uang yang beredar, tidak hanya memudahkan bagi masyarakat Uni Eropa juga bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Uni Eropa.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dampak integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa terhadap perubahan iklim dunia usaha di Jerman :
 - a. Adanya perubahan mekanisme peraturan terhadap dunia usaha;
 - b. IHK sebagai badan yang menangani dunia bisnis di Uni Eropa kini diwajibkan untuk mensosialisasikan *directives* yang dikeluarkan oleh Komisi Eropa kepada perusahaan-perusahaan di Jerman;
 - c. Perusahaan semakin terpacu untuk melakukan strategi penyelamatan melalui aliansi strategis, peningkatan kualitas tenaga kerja, menghasilkan produk berkualitas dengan harga kompetitif;
 - d. Mempermudah proses bisnis dengan perusahaan sesama anggota Uni Eropa;
 - e. Peningkatan jumlah lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja bersertifikasi;
 - f. Peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat;
 - g. Adanya kesadaran perusahaan untuk memproduksi Bio-Produk karena masyarakat Uni Eropa cenderung untuk memilih produk ini.
2. Meskipun demikian tidak sedikit pula perusahaan yang pailit dengan diberlakukannya pasar tunggal dan penggunaan mata uang euro ini. Mereka tidak memiliki strategi bisnis yang sanggup untuk dijalankan guna mengatasi persaingan ketat yang terjadi.
3. Karena adanya perubahan iklim usaha, sudah selayaknya sebuah perusahaan melakukan langkah-langkah strategis guna memenangkan persaingan yang ada, dalam pasar tunggal dibuka kesempatan yang seluas-luasnya bagi siapa saja untuk membuka

lapangan pekerjaan dan juga mengalirkan modal kepada yang mereka inginkan. Dan tentu saja hubungan kerja sama antar perusahaan dan antar negara sangat diperlukan untuk memperoleh kemajuan di dalam persaingan yang ada.

4. Sedangkan dampak integrasi ekonomi dan moneter Uni Eropa terhadap perusahaan *Schnurr GmbH* adalah:
 - a. Harus mematuhi *directives* yang diterbitkan oleh Komisi Eropa sekaligus menerapkan peraturan dari IHK München;
 - b. Tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup dalam berproduksi;
 - c. Melakukan aliansi dengan perusahaan lokal Asia untuk dapat mempelajari sekaligus melebarkan pangsa pasar ke wilayah Asia;
 - d. Peningkatan jumlah produksi yang terjadi saat ini dipandang sebagai nilai positif dan harus tetap dipertahankan agar tetap bertahan di tengah persaingan yang ada;
 - e. Harus terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada agar mesin-mesin yang dimiliki dapat menghasilkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan;
 - f. Membekali tenaga kerja dengan pengetahuan teknologi terkini.

5. Kemudian kendala yang dihadapi oleh perusahaan *Schnurr GmbH* adalah :
 - a. Pada awal tahun 2002 saat pertama kali diberlakukannya mata uang euro, seluruh transaksi perdagangan maupun penghitungan upah karyawan harus dikonversi dari *deutsche mark* ke euro;
 - b. Adanya *mass* produk dari Cina yang sangat rendah harganya dan menguasai pasar Asia, bahkan saat ini mulai memasuki pasar Eropa, menyebabkan beratnya persaingan untuk menembus pasar Asia;
 - c. Harus melaksanakan seluruh *directives* yang berhubungan dengan transaksi bisnis. Apabila terjadi pelanggaran harus

mempertanggung-jawabkan kepada IHK Bayern dan Kementerian Ekonomi dan Teknologi Jerman.

6. Strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan *Schnurr GmbH* untuk menghadapi persaingan dalam pasar tunggal Eropa adalah:
- a. Memperbaiki kinerja dan keahlian karyawannya;
 - b. Melengkapi perusahaan dengan mesin-mesin berteknologi canggih dan terkini;
 - c. Meningkatkan kualitas produk;
 - d. Mengadakan kerjasama dengan perusahaan lokal Asia untuk menjajaki pasar Asia.

5.2 Saran

Saran penulis adalah dalam rangka menghadapi pasar tunggal perusahaan yang berada di kawasan Uni Eropa wajib untuk selalu memperbaharui kinerja karyawannya melalui pelatihan untuk meningkatkan keahlian dan agar kinerjanya semakin baik. Kemudian mutu produk yang dihasilkan juga harus mendapat pengawasan bahkan harus dapat ditingkatkan kualitasnya.

Suatu produk akan semakin diminati konsumen jika harganya kompetitif dengan mutu yang berkualitas. Kemudian bagi perusahaan yang mengalami kesulitan dalam proses produksinya maupun dalam hal kegiatan bisnisnya, sebaiknya melakukan aliansi dengan perusahaan yang sejenis maupun perusahaan yang dapat mendukung produk yang dihasilkannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alkatiri, Zeffry. (2007). *Transisi Demokrasi di Negara Federasi Rusia*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI.
- Anderson, Jeffrey. (1995) *The State of the European Union: From the Single Market to Maastricht*. New York: John Hopkins University Press.
- Bartlet, Christopher and Ghoshal Sumantra. (2002). *Managing Across Borders. The Transnational Solution* (Third Edition). Harvard: Harvard Business School.
- Barston, Ronald Peter. (1986). *Modern Diplomacy*. London: Longman.
- Bretherton, Charlotte and John Vogler. (1999). *The European Union as A Global Actor*. London: Routledge.
- Cairns, Walter. (2001). *European Union Law*. London: Cavendish Publishing Limited.
- De Grauwe, Paul. (2000). *Economics of Monetary Union* (Fourth Edition). New York: Oxford University Press.
- De Gucht, Karel. (2004). *A World Player*. Brussels: Directorate-General for Press and Communication Publications.
- De Gucht, Karel. (2007). *How The European Union Works*. Brussels: European Communities.
- Dinand, Desmond. (2002). *Ever Closer Union: An Introduction to European Integration*. London: Palgrave Macmillan.
- Fontaine, Pascal. (2006). *Europe in 12 Lessons*. Brussels: European Communities.
- Gilpin, Robert. (1987). *The Political Economy of International Relations*. New Jersey: Princeton University.
- Henig, Stanley. (2002). *The Uniting of Europe*. Second Edition. London: Routledge.
- Hintereder, Peter. (2005). *Facts About Germany*. Frankfurt/Main: Societäts-Verlag.
- Howarth, David. (2000), *The French Road to European Monetary Union*, Basingstoke: Macmillan.

- Kotler, Philip. (1997). *Dasar Pemasaran Asli Indonesia*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran (Cetakan Kesebelas)* (Penterjemah: Benyamin Molan & Bambang Sarwiji). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Lipsey, Richard. (1995). *Pengantar Makroekonomi*. (Edisi Kesepuluh). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Parker, Barbara. (1999). *Managing across boundaries. The Collaborative challenge*. Seattle: Sage Publications Ltd.
- Pfeiffer, Michael. (2008). *Investment Guide to Germany*. Berlin: Invest in Germany GmbH.
- Phinnamore, David in Michelle Cini. (2006). *Towards European Union*. New York: Oxford University Press.
- Robbins, Stephen. (2003). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Rodriguez-Pose, Andres. (2002) *The European Union*. Oxford: New York.
- Rosamond, Ben. (2000) *Theories of European Integration*. London: MacMillan Press Ltd.
- Siagian, Sondang P. (2005). *Manajemen Strategik (Cetakan keenam)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tunggal, Amin Widjaja. (2009). *Pokok-pokok Manajemen Strategik*. Harvarindo: Jakarta.
- Verdun, Amy in Michelle Cini. (2007). *Economic and Monetary Union*. Oxford: Oxford University.
- Wallace, Helen and William Wallace. (1996). *Policy Making in The European Union*. Oxford: Oxford University Press.
- Wisnu Usdek, Dicky dan Siti Nurhasanah. (2005). *Teori Organisasi. Struktur dan Disain*. Malang: UMM Press.

Jurnal :

- Hirsch, Barry. (2004). *What Do Unions Do for Economic Performance?* Journal of Labor Research 25 (3): 415-55.
- Ilzkovitz, Fabienne & Adrian Dierx. (2007). *Steps towards a deeper economic integration*. Directorate-General for Economic and Financial Affairs. N° 271. ISSN 1725-3187.
- Johnson Member of Parliament, The Right Honourable Alan. (2004). *Trade and the Global Economy*. London: HM Treasury.
- Official Journal of the European Communities Directive 2000/35/EC of 29 June 2000 Delegation of European Commission. (2007). *The European At A Glance*.
- Organisation of Economic Co-operation and Development. (September 2009). *Policy Brief. Economic Survey of the European Union 2009*. 7-12.
- Rivai, Amali Harif. (2001). *Strategi Aliansi : Upaya Meningkatkan NilaiTambah dan Keunggulan Bersaing Perusahaan*. Usahawan, No. 01, Th. XXX, Hal. 34 - 42.
- Sandholtz, Wayne. (1993). *Choosing Union: Monetary Politics and Maastricht*. International Organization 47 (1), 1-39.
- Stout, David and Julie Beaucaire, Nelligan O'Brien Payne. *EntrepreNews Newsletter*. (May 2005). *Strategic Alliances and Partnership: A way to gain access to new markets and opportunities*.
- Travis, Tom. (2007). *Usefulness of Four Theories of International Relations in Understanding the Emerging Order*. Journal International Studies 31.
- Verdun, Amy. (1999). *The Role of the Delors Committee in the Creation of EMU: an Epistemic Community?* Journal of European Public Policy 6,2 (June1999) 308-28.
- Visser, Jelle. (2006). *Union Membership Statistics in 24 Countries*. Monthly Labor Review 129: 38-49.
- Vogt, Line. (2005). *The EU's Single Market: At Your Service?* OECD Economics Department Working Papers, No. 449, OECD Publishing. doi: 10.1787/074856470712.
- Walkenhorst, Peter and Barbara Fliess. (2003). *Non-Tariff Measures Affecting EU Exports: Evidence From a Complaints-Inventory*. Working Papers, No. 373, OECD Publishing.

Walker, Cynthia. (2000). *A Comparison on the EC Procurement Directives and the UNCITRAL Model Law*. Sigma Papers, No. 28. OECD Publishing. doi: 10.1787/5kml60wzds6f-en.

Warleigh-Lack, Alex and Ralf Drachenberg. (2008). *Policy Making in the European Union*. 211-212.

Brosur :

Fong Shen Pte Ltd Singapore. Broschure 2008.

Schnurr GmbH. Broschure 2008.

Wullt, Johan. Eurostat New Release. Eurostat Press Office.
Date: 28/06/2010.

Website :

<http://www.schnurr-gmbh.de> (Diakses pada 15 Februari 2010)

http://www.bls.gov/fls/intl_unemployment (Diakses pada 19 Juli 2010)

<http://www.muenchen.ihk.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

<http://www.eurochambers.eu> (Diakses pada 15 Februari 2010)

<http://www.amiplastics-na.com> (Diakses pada 19 Juli 2010)

<http://www.bayern.de/Arbeitsmarkt-und-Wirtschaftsleistung>
(Diakses pada 15 Februari 2010)

<http://www.oecd.org/publications/e-book/010407>. (2005)
(Diakses tanggal 19 Juli 2010)

<http://www.smallbusinessnotes.com/operating/green.php>
(Diakses pada 19 Juli 2010)

http://www.prospect.org/cs/articlesarticle=germanys_economic_engin
(Diakses pada 19 Juli 2010)

<http://www.bfai.de> (Diakses pada 19 Juli 2010)

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP.12/8/2009>
(Diakses pada 15 Februari 2010)

<http://www.ecb.int/euro/html> (Diakses pada 15 Februari 2010)

AUSSCHÜSSE

Außenwirtschaft
 Vorsitzender Prof. Dr. Dr. h.c. Anton Kathrein
 Bauausschuss
 Vorsitzender Prof. Dr. Dr. h.c. Anton Kathrein
 Berufsbildung
 Vorsitzender Dipl.-Ing. Dieter Oberer (Arbeitgebervertreter)
 Vorsitzende Barbara Zahn (Arbeitnehmervertreterin)
 Dienstleistungen
 Vorsitzender Dipl.-Betriebswirt Detlef Dorné
 Finanzen und Steuern
 Vorsitzender RA Gerd Laner (Handel)
 Vorsitzender Christian Klitz (Handel)
 Hausbauauschuss
 Vorsitzender Alexander Frensch (Industrie)

Öffentliche Beteiligung und Vergeldigung von Sachverständigen
 Vorsitzender Dipl.-Ing. Dieter Wamler
 Recht
 Vorsitzender Ralph Vogelsang
 Umwelt
 Vorsitzender Franz S. Kaufmüller
 Verkehr
 Vorsitzender Eberhard Wanger

ARBEITSKREISE:
Information und Telekommunikation
 Vorsitzender Dr. Helmut Stecker
Lebensmittelwirtschaft
 Vorsitzender RA Thomas Metke (Tourismus)
 Vorsitzender JO Theven
Weiterbildung
 Vorsitzende Stephanie Spinner-König

330.000 KAMMERZUGEHÖRIGE UNTERNEHMEN
 110.000 im Handelsregister, 220.000 nicht im Handelsregister eingetragene Gewerbetreibende
 (Stand Januar 2008)

VOLLVERSAMMLUNG
 90 Mitglieder, von den kammerzugehörigen Unternehmen alle 5 Jahre gewählt

14 IHK-GREMIIEN
AUSSERHALB MÜNCHENS MIT 328 AUSSCHUSSMITGLIEDERN

15 JUNIORENKREISE
 MIT CA. 2000 MITGLIEDERN

Altötting, Ammer-Lech, Berchtesgadener Land, Dachau, Ebersberg, Eichstätt, Erding, Garmisch-Partenkirchen, Ingolstadt, Mühldorf, München e.V., Neuburg-Donau e.V., Rosenheim, Rupertwinkel, Traunstein

PRÄSIDIUM
PRÄSIDENT
 Professor Dr. Dr. h.c. mult. Erich Greif
VICEPRÄSIDENTEN
 Werner Umbreit (Eisenwaren) / Helmut Brugger / Dipl.-Betriebswirt Detlef Dorné / Ludwig Hagl / Prof. Dr. Dr. h.c. Anton Kathrein / Georg Brandlhuber / Michael N. Roschheimer / Dr. Eberhard Sasse / Stephanie Spinner-König

HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
 Dipl.-Volksw. Peter Driessen
 Telefon 5116-233

STELLVERTRETENDE HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
 Dr. Anton Gasparner / Dr. Manfred Goll

BÜRO DER HAUPTGESCHÄFTSFÜHRUNG
 PAn-Gerhard Dwyj / Telefon 5116-316

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
 Sybik Borek M.A. / Telefon 5116-228

REDAKTION „WIRTSCHAFT“
 Dr. Bernard Adam / Telefon 5116-222

QUALITÄTSMANAGEMENT
 Dipl.-Ing. (FH) Raimund Kallies / Telefon 5116-229

BAYERISCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG
 Präsident: Professor Dr. Dr. h.c. mult. Erich Greif
 Hauptgeschäftsführer: Dipl.-Volksw. Peter Driessen
 Koordination: Dr. Manfred Goll

BAYERISCHES WIRTSCHAFTSARCHIV
 Dr. Eva Moker
 Telefon 5116-285

I INNOVATION, UMWELT, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

III VOLKSWIRTSCHAFT, INDUSTRIE, HANDEL, DIENSTLEISTUNGEN,
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

IV VERKEHR, TELEKOMMUNIKATION, WIRTSCHAFTS-JUNIOREN
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

V AUSSENWIRTSCHAFT
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

VI BERUFSBILDUNG
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

VII WEITERBILDUNG
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

VIII ZENTRALE AUFGABEN
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innovation, Umwelt, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Volkswirtschaft, Industrie, Handel, Dienstleistungen
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

Arbeitskreis Verkehr, Telekommunikation, Wirtschafts-Junioren
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

Arbeitskreis Ausenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

Arbeitskreis Berufsbildung
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

Arbeitskreis Weiterbildung
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

Arbeitskreis Zentrale Aufgaben
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innovation, Umwelt, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Volkswirtschaft, Industrie, Handel, Dienstleistungen
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

Arbeitskreis Verkehr, Telekommunikation, Wirtschafts-Junioren
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

Arbeitskreis Ausenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

Arbeitskreis Berufsbildung
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

Arbeitskreis Weiterbildung
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

Arbeitskreis Zentrale Aufgaben
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innovation, Umwelt, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Volkswirtschaft, Industrie, Handel, Dienstleistungen
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

Arbeitskreis Verkehr, Telekommunikation, Wirtschafts-Junioren
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

Arbeitskreis Ausenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

Arbeitskreis Berufsbildung
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

Arbeitskreis Weiterbildung
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

Arbeitskreis Zentrale Aufgaben
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innovation, Umwelt, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Volkswirtschaft, Industrie, Handel, Dienstleistungen
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

Arbeitskreis Verkehr, Telekommunikation, Wirtschafts-Junioren
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

Arbeitskreis Ausenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

Arbeitskreis Berufsbildung
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

Arbeitskreis Weiterbildung
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

Arbeitskreis Zentrale Aufgaben
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innovation, Umwelt, IuK
 Dr. Stefan Wimbauer
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Recht, Steuern
 Dr. Beate C. Hiltopp
 Telefon 5116-286

Arbeitskreis Innere und Außenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-221

Arbeitskreis Volkswirtschaft, Industrie, Handel, Dienstleistungen
 Dipl.-Geogr. Peter Kammerer
 Telefon 5116-244

Arbeitskreis Verkehr, Telekommunikation, Wirtschafts-Junioren
 Dr. Manfred Rothpoff
 Telefon 5116-237

Arbeitskreis Ausenwirtschaft
 Dr. Manfred Goll
 Telefon 5116-208

Arbeitskreis Berufsbildung
 Dr. Josef Arnsperger
 Telefon 5116-229

Arbeitskreis Weiterbildung
 Dr. Stefan Sobel
 Telefon 5116-282

Arbeitskreis Zentrale Aufgaben
 Dr. Anton Gasparner
 Telefon 5116-287

FONG SHEN MOULD AND PRECISION ENGINEERING PTE. LTD.
Plastic Injection, Precision Mould Manufacturing, Sub Assembly & etc.

P. L. LEOW
MANAGING DIRECTOR



32, Changi South Street 1,
Changi South Industrial Estate
Singapore 486768
Tel : 6545 2228 (3 Lines)
Fax : 6546 1878

E-mail: plleow@fongshen.com
Data: fongshen@singnet.com.sg
Website: www.fongshen.com

Innovative solutions for customer excellence

Schnurr

Helmut Schnurr

Managing Director

Helmut Schnurr GmbH
Im Pfaffenfeld 6

D-83483 Bischofswiesen
Germany

Phone: +49 8652 95370

Fax: +49 8652 953730

info@schnurr-gmbh.de

www.schnurr-gmbh.de

Mould Technology

Plastic Technology



Schnurr

Präzisions-Formenbau
Precision moulds
Kunststoff-Spritzguß
Plastic injection moulding





Dampak integrasi..., Yuki Wurianti, Pascasarjana UI, 2010

UNSERE GESCHICHTE

Als Helmut Schnurr 1980 seinen Betrieb im Berchtesgadener Land gründete, stand ihm nur ein kleines Team zur Verfügung. Das herausragende Engagement der wenigen Mitarbeiter war jedoch mehr als überzeugend. Bereits von Anfang an wurde die Firma mit zahlreichen Innovationspreisen ausgezeichnet. Mittlerweile hat sich aus dem kleinen Team von damals ein erfolgreiches und leistungsfähiges Fachunternehmen mit den Geschäftsbereichen Planung, Konstruktion und Produktion entwickelt. Unsere gute Position am globalen Markt verdanken wir unseren motivierten Mitarbeitern, ständigen Investitionen in Personal, Ausbildung, Maschinen und Ausrüstung sowie unserer Offenheit für Veränderungen. Mit dem Umzug in neue großzügige Räumlichkeiten im Jahr 1999 wurden die Weichen für die Zukunft gestellt. Durch die Fachkompetenz all unserer Mitarbeiter sind wir immer nah am Kunden und können so allen Anforderungen optimal entsprechen. Daneben gewährleistet ein moderner Maschinenpark eine termintreue und kundenorientierte Abwicklung auch bei großen Projekten. „Mit Leistung überzeugen“ – dieser Ausspruch ist nicht nur eine leere Versprechung. Wir setzen ihn Tag für Tag in die Tat um.

I. ENTWICKLUNG UND KONSTRUKTION

Das Know-how unserer Konstrukteure, unterstützt durch modernste Hard- und Softwaretechnik (CAD / CAM), garantiert hochwertige und innovative Ergebnisse.

Wir liefern Ihnen Service aus einer Hand – von der Idee bis zur produktionsfertigen Form. Dadurch kann schon im Vorfeld kostengünstig und schnell optimiert werden. Die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen, ist unser oberstes Ziel. Dabei setzen wir bei der Werkzeugkonstruktion auf Simulation, Design, Rapid Prototyping und Flexibilität. Durch das Zusammenwirken dieser Faktoren erzielen wir kürzere Durchlaufzeiten. Außerdem können eventuell auftretende Probleme in einem sehr frühen Stadium erkannt und spätere Änderungskosten minimiert werden.

OUR HISTORY

When Helmut Schnurr launched his business in 1980 in Berchtesgaden Land, he only had a small team at his disposal. However, the small team's strong dedication was more than sufficient and the company won several prizes for innovation right from the start.

In the meantime, the small team of yesteryear has turned into a successful and efficient company divided into the areas of Planning, Design and Production. With the move to a new and larger location in 1999, the course was set for the future.

Our strong position in the global market has been obtained thanks to our employees, our continuous investment in personnel, training, machines and equipment together with our openness to change.

Each member of our highly skilled workforce is trained to understand and to respond to the customers' requirements and demands. Modern machinery ensure a quick and trouble free timely delivery, even for large projects.

"Convincing through performance" are not just empty words. We live up to them every day.

I. DEVELOPMENT AND DESIGN

The know-how of our engineers, supported by the latest hard and software technologies (CAD / CAM), guarantees high quality and innovative results. We deliver an one-stop service: from the idea to the production ready mould. This allows us to plan cost-effectively from the beginning.

Our highest priority is to satisfy our customers. We build tools based on simulation, design, rapid prototyping and flexibility. These factors together lead to short delivery times and enable us to spot and solve any potential problems very early in the process.

2. WERKZEUGBAU

Innovative und effiziente Fertigungsverfahren wie Fräsen, Erodieren, Drahtschneiden, Drehen, Schleifen und Laserschweißen werden angewendet, um hier Ihre Wünsche in „Form“ zu bringen. Durch engagierte, hochqualifizierte Mitarbeiter und einen modernen Maschinenpark sind wir in der Lage, Spritzgussformen bis zu einer Größe von 1000 x 800 mm anzufertigen. Spezialisiert sind wir auf die Herstellung von Mehrkomponenten-, Silikon-, GID-, Druckguss-, MIM-Formen und Formen für die Keramikverarbeitung. Die enge Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Konstruktion, Werkzeugbau und Produktion verspricht Hochwertigkeit, Flexibilität, kurze Durchlaufzeiten und entsprechend kurze Lieferzeiten. Bevor die Formen unser Haus verlassen, werden sie unter Serienbedingungen getestet. Denn beste Qualität ist für uns selbstverständlich.

3. KUNSTSTOFF-SPRITZGUSS

In dieser Abteilung werden mit computergesteuerten Maschinen Kunststoffteile mit einem maximalen Gewicht von etwa 600 Gramm hergestellt. Der Schließkraftbereich der Maschinen liegt dabei zwischen 15 und 250 Tonnen. Die Produktion umfasst Null-, Klein- und Großserien. Gerne fertigen und montieren wir für Sie auch komplette Baugruppen.

Im 3-Schicht-Betrieb verarbeiten wir alle gängigen Thermoplaste, darunter technische Kunststoffe wie PEEK, PSU, PEI, TPE, TPU, LCPA u.a. Neben dem konventionellen Spritzguss beherrschen wir auch andere Verfahren, z.B. den 2-Komponenten-Spritzguss, Einlegearbeiten, Gas-Innendruck-Spritzen, Silikon-Verarbeitung, Keramik- und Metallspritzguss. Unsere hausinterne Bemusterung stellt sicher, dass produktionsfertige Formen geliefert werden. Wir übernehmen die gesamte Bemusterung aller Formen bis zur Serienfreigabe oder Abnahme durch den Kunden. Durch Just in Time-Lieferung können Sie sich auf absolute Termintreue verlassen.

4. MONTAGE

Unsere Leistungen gehen über die des reinen Formenbauers hinaus. Wir setzen Ideen in komplette Produkte und Baugruppen um und bieten Ihnen als Systemlieferant ein Konzept schlüssiger Gesamtlösungen. Für den reibungslosen Datenaustausch mit unseren Kunden stehen alle gängigen Schnittstellen zur Verfügung. Lassen Sie uns also an Ihrem Projekt von Anfang an teilhaben.

Wir unterstützen Sie bei einer kunststoff- und automatisierungsgerechten Auslegung Ihrer Produkte bei jedem einzelnen Schritt.



2. TOOL MANUFACTURING

We shape your wishes through innovative and efficient use of techniques such as milling, eroding, wire cutting, lathing, grinding and laser welding. Our technical knowledge and first rate machines give us the possibility of creating plastic injection moulds up to 1000 x 800 mm. We specialise in the manufacture of multi-component, silicone and gas injection moulds as well as pressure, MIM and ceramic moulding.

The close working relationship between Design, Tool manufacturing and Production promises high quality, flexibility, short processing times and short delivery times. All our moulds are rigorously tested before they leave our premises - quantity is a given for us.

3. PLASTIC INJECTION MOULDS

Here we use CNC controlled machines to create plastic components with a maximum weight of 600 grams. The clamping force is between 15 and 250 tons. We produce prototypes, small and big series and also design and manufacture complete solutions.

The triple shift production line handles all conventional thermo plastics including the technical plastics such as PEEK, PSU, PEI, TPE, TPU and LCPA amongst others.

Besides conventional injection moulding, we also master techniques such as 2-component moulding, insert moulding and ceramic and metal injection, gas injection moulding and silicone processing.

Our in-house sampling ensures that only production ready moulds are delivered. We carry out the entire sampling of all moulds until production release or customer delivery.

4. ASSEMBLY

We deliver more than just moulding forms. We turn ideas into finished products and assemblies and can, as a systems supplier, offer you turnkey solutions.

A smooth data exchange with our customers is made possible through use of all standard interfaces. Let us be part of your project from the beginning - we will guide and support you all the way.

Ihr Partner für den Formenbau

...Individuell nach ihren Wünschen - wir beraten Sie gerne...

...In verschiedenen Abmessungen, Ausführungen und Werkstoffen...

Eberhard
WERKZEUGTECHNOLOGIE

Gebroder Eberhard GmbH & Co. KG
74226 Nürtingen - Telefon +49 (0) 71 33 - 100-0 - Telefax +49 (0) 71 33 - 100-100
www.eberhard.de - info@eberhard.de

Innovative Peripherietechnik

Wilmann

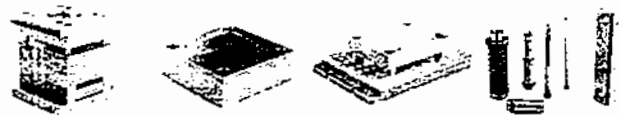
Wir bringen Stahl in Form.

Wir bringen Stahl in Form.

Die Firma Meusburger gilt europaweit als einer der führenden Hersteller von standardisierten Formaufbauten

Mehr als 4.000 Kunden aus dem Formen- und Werkzeugbau schätzen die Kompetenz und die 40-jährige Erfahrung des Familienbetriebes.

Kontinuierliches Wachstum hat das Unternehmen zu dem gemacht, was es heute ist - die erste Adresse, wenn es um Formaufbauten geht.



Meusburger Georg GmbH & Co.
Formaufbauten
A-5960 Wulfers - Kriesestraße 42
www.meusburger-form.com

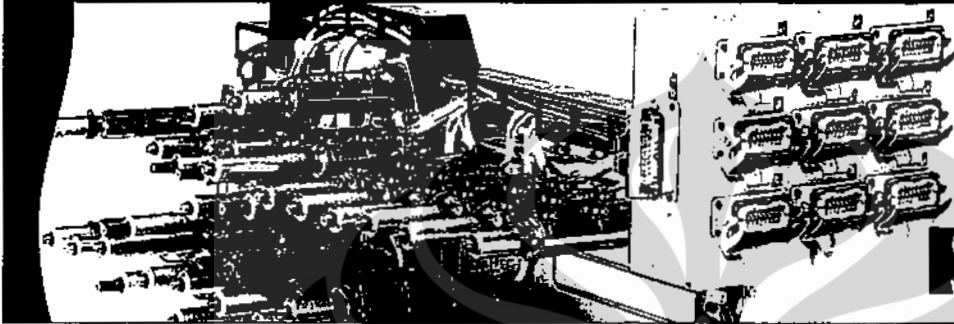


Spritzgießmaschinen von Krauss-Maffei:
Alles drin, was man von Anfang an braucht.

Innovations by Krauss Maffei

KRAUSSMAFFEI

Heißkanallösungen für Ihre Produkte



Synventive Molding Solutions GmbH
Heimrodstraße 10
64625 Bensheim
Tel.: 06251 9332-0
Fax: 06251 9332-90
E-Mail: infohrde@synventive.com

Synventive
molding solutions

Erfolg ist kein Zufall.

NORMALIEN

Seit über 70 Jahren Ihr
kompetenter Partner.



STRACK NORMA GmbH
Königsberger Str. 11 - 58511 Ludenscheid
Tel.: 0 23 51 87 01-0 - Fax: 0 23 51 87 01-100
<http://www.strack.de> - eMail: info@strack.de



www.guenther-hotrunner.com

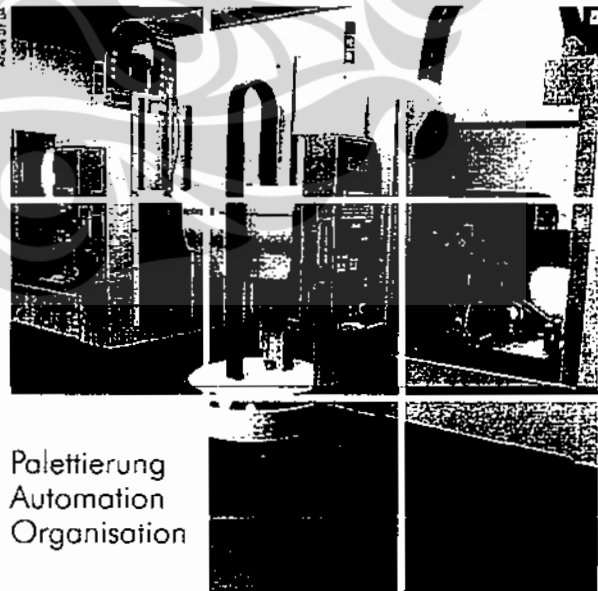
Smarter arbeiten

Jedes Unternehmen kann sich eine Werkzeugmaschine mit allen erdenklichen Finessen kaufen. Mit einem modernen Maschinenpark ist es auch kein Problem, komplexe Produkte innerhalb enger Toleranzen herzustellen.

Die eigentliche Herausforderung besteht darin, gleichzeitig einen hohen Gewinn zu erwirtschaften.

Das lässt sich nur erreichen, indem man die Maschinenkapazität effektiver nutzt. Was wiederum setzt reduzierte Rüstzeiten sowie eine bessere Planung und Kontrolle voraus. Nicht härter arbeiten, sondern smarter.

Genau dabei hilft System 3R seinen Kunden.



Palettierung
Automation
Organisation

Ein WorkMaster-Roboter von System 3R bedient zwei Fräsmaschinen

System 3R Vertriebs GmbH
Wasserweg 19, 64521 Groß-Gerau
Tel. 06152 8002-0
Fax 06152 8002-35
e-mail: info@system3r.de

**MITSUBISHI
ELECTRIC**

Changes for the Better



MITSUBISHI ELECTRIC EUROPE B.V.

Erodersysteme

Golthaerstr. 8 • 40880 Ratingen

Tel.: +49 - (0)2102 - 486 - 6120 • Fax: +49 - (0)2102 - 486 - 7090

e-mail: edm.sales@meg.mee.com • www.mitsubishi-mmd.de

OPS - INGERSOLL

Funkenerosion GmbH

Daimlerstraße 22 • 57299 Burbach

Tel.: +49 - (0)27 36/4 93 - 01 • Fax: +49 - (0)27 36/4 93 - 810

e-mail: info@ops-ingersoll.de • www.ops-ingersoll.de

**MITSUBISHI
ELECTRIC**

Changes for the Better



MITSUBISHI ELECTRIC EUROPE B.V.
Erodlersysteme
Gothaerstr. 8 • 40880 Ratingen
Tel.: +49 - (0)2102 - 486 - 6120 • Fax: +49 - (0)2102 - 486 - 7090
e-mail: edm.sales@meg.mee.com • www.mitsubishi-mmd.de

OPS - INGERSOLL
Funkenerosion GmbH
Daimlerstraße 22 • 57299 Burbach
Tel.: +49 - (0)27 36/4 93 - 01 • Fax: +49 - (0)27 36/4 93 - 810
e-mail: info@ops-ingersoll.de • www.ops-ingersoll.de

MASCHINENLISTE

VERFAHREN / PROCESS

Fräsen / Milling

Drahtschneiden / Wire cutting

Funkenerosion / EDM

Drehen / Lathe

Borren / Drilling

Werkzeugeinstellung / Tool Presetting

Schleifen / Grinding

Polieren / Polishing

Messmittel / Measuring

Werkzeuggestaltung / Tool design

Spitzguss / Injection Moulding

Laserschweißen / Laser welding

Ultraschallschweißen / Ultrasonic welding

HERSTELLER / BRAND

Hermle C 1200 V

Hermle C 40 U

Maho 600

OPS 600

OPS 800

Mitsubishi SX 20

Mitsubishi CX 20

Mitsubishi FX 20 K

Ingersoll Hansen HS 500 E

Ingersoll Gantry 8000

Nassovia 200

Emco Emco Twin 340

4 Machines

Zoller V 600

ABA

ABA

Overbeck

Navopax xs 400

WERTH ScopCheck 400

Tesa X-Cel 300

Miluloyo Profile Projector

Leitz Microscope

Wäslé TD 406

Reis

Arburg 170 CMD

Arburg 221 Allrounder

Arburg 350 Allrounder

Arburg 270 C 300

Arburg 270 C 400

Arburg 320 S

Battenfeld COK 850

Battenfeld COK 1800

Krauss-Maffei KM 220/300 E2

Krauss-Maffei KM 180/300 E22

Krauss-Maffei KM 80 C2

Rofin

Branson

BEMERKUNG / REMARKS

1000 x 800

5 Axes

with round table

HSC

HSC

Fine Finishing Generator

max height 400 mm

Tool and Palett Changer

conventional

max. Diam: 160 mm

conventional

800 x 400

600 x 250

cylindrical

Ultrasonic

optical

3D Measuring

40 T

Hydraulic + wax Injection 80 T

horizontal / vertical

horizontal / vertical

horizontal / vertical

2-component moulding

Weissen Business GmbH - www.nielschubert.com

Helmut Schnurr GmbH

Im Pfaffenfeld 6

D-83483 Bischofswiesen

Germany

Phone: 0049-86 52-95 37-0

Fax: 0049-86 52-95 37-30

mailto:info@schnurr-gmbh.de

Schnurr

Präzisions-Formenbau
Precision moulds
Kunststoff-Spritzguß
Plastic injection moulding

www.schnurr-gmbh.de

"Kundenprojekte realisieren,
die an die Grenze des Machbaren stoßen,
ist eine unserer Stärken."

Schnurr

Innovative solutions for customer excellence



Wir arbeiten für hervorragende Kunden,
die ausgezeichnete Leistungen bevorzugen.

AGFA		BYK Gardner		PHILIPS	VDO		
Balda	DELPHI	KRONES	micros FIDELIO <i>and more</i>	REUMI	Taller		
			NOKIA <i>connecting people</i>	Rosenberger	tyco		
	ESPE	MACHIA DONNELLY		SENSUS <i>PHI FERRIS SYSTEMS</i>	VOGT	lebasto	

Liefer- u. Zahlungsbedingungen – Helmut Schnurr GmbH

Stand Januar 2008

1. **Allgemeines**
- 11 Unsere Geschäftsbedingungen gelten für alle derzeitigen und künftigen Verträge und sonstigen Rechtsbeziehungen der Parteien.
- 12 Geschäftsbedingungen unserer Partner werden nur Vertragsinhalt, wenn sie mit unseren Geschäftsbedingungen übereinstimmen oder wir die Bedingungen des Vertragspartners ausdrücklich schriftlich anerkannt haben.
2. **Angebote, Vertragsabschluss**
- 21 Angebote und Preise sind freibleibend bis zu unserer schriftlichen Auftragsbestätigung. Die zu den Angeboten gehörenden Unterlagen bleiben unser Eigentum. Sie dürfen ohne unsere ausdrückliche schriftliche Zustimmung Dritten nicht übergeben oder sonst zugänglich gemacht werden. Kommt ein Auftrag nicht zustande, sind unsere Angebotsunterlagen unverzüglich zurückzugeben und gefälschte Kopien zu vernichten.
- 22 Kommt ein Vertrag aufgrund unseres Kostenvoranschlages zustande, gelten die einschlägigen Bestimmungen § 650 BGB.
- 23 Wir sind nicht verpflichtet, die vom Besteller eingereichten Unterlagen wie Zeichnungen, Muster und dergleichen auf Richtigkeit, Vollständigkeit und Widerspruchsfreiheit zu prüfen und Bedenken mitzuteilen.
- 24 Verträge werden mit unseren Auftragsbestätigungsformularen geschlossen. Mündliche (auch telefonische) Verhandlungen und Vereinbarungen einschließlich Nebenabreden bedürfen unserer schriftlichen Bestätigung.
- 25 Bestellungen gelten als von uns angenommen, wenn sie schriftlich bestätigt oder die Lieferung/Leistung erbracht wurde.
3. **Umfang der Lieferpflicht**
- 3.1 Ist die zu liefernde Menge im Vertrag mit »circa« oder einer ähnlichen Klausel angegeben oder ist eine Mengenabweichung handelsüblich und für den Besteller zumutbar, so sind wir berechtigt, die Höhe der Abweichung innerhalb einer Toleranz von 10% zu bestimmen.
4. **Liefertermine**
- 4.1 Die von uns genannten Liefertermine können von uns, soweit angemessen und für den Besteller zumutbar, über- oder unterschritten werden. Bei Lieferungen an Kaufleute ist eine Terminüberschreitung von drei Wochen zulässig.
- 4.2 Unsere vertraglichen Pflichten stehen weiterhin unter dem Vorbehalt ungestörter Produktions- und Versandverhältnisse sowie rechtzeitiger und richtiger Befehle durch Vorkaufleute.
- 4.3 Allgemeinen Geschäftsbedingungen unserer Partner über pauschalierten Schadenersatz oder Vertragsstrafen für nicht rechtzeitige Lieferung wird widersprochen.
5. **Preise**
- 5.1 Unsere Preise verstehen sich ab Werk, ausschließlich Verpackung und netto zzgl. der jeweiligen gesetzlichen Mehrwertsteuer, die gesondert in Rechnung gestellt wird.
- 5.2 Im kaufmännischen Verkehr gelten unsere am Tag der Lieferung oder sonstigen Leistung gültigen Listenpreise.
6. **Gefahrenübergang, Versand**
- 6.1 Die Gefahr geht auf den Besteller über, sobald wir die Ware einem Beförderungsunternehmen übergeben haben.
- 6.2 Die Kosten von Verpackung und Versand trägt der Besteller. Versicherungen gegen Bruch- und Transportrisiken werden von uns nur auf besonderen Wunsch des Empfängers gegen Berechnung der entstandenen Kosten abgeschlossen.
7. **Untersuchungs- und Rügepflicht**
- 7.1 Der Besteller hat unsere Lieferung unverzüglich nach Erhalt auf Vollständigkeit und Mängelhaftigkeit zu untersuchen. Beanstandungen sind innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt der Ware bzw. Erbringung der Leistung schriftlich anzudeuten.
- 7.2 Untertätigt der Besteller die Anzeige, so gilt die Ware bzw. Leistung als genehmigt, es sei denn, daß es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war. Zeigt sich später ein solcher Mangel, so muß die Anzeige unverzüglich nach der Entdeckung nachgeholt werden, andernfalls gilt die Ware bzw. Leistung auch in Ansehung dieses Mangels als genehmigt.
- 7.3 Stellt der Besteller Rohstoffe, technische Daten oder andere Angaben, die zu unserer Auftragsdurchführung und Lieferung notwendig sind, zur Verfügung, gelten neben Ziffer 7.1 und 7.2 die einschlägigen Bestimmungen des § 645 BGB.
8. **Gewährleistung, Haftung**
- 8.1 Bei Mängeln an gelieferten Gegenständen sind wir unter Ausschluss weitergehender Ansprüche, jedoch unbeschadet Ziff. 8.2 berechtigt und verpflichtet, den gelieferten Gegenstand nach unserer Wahl nachzubessern oder nachzuliefern. Scheitert die Nachbesserung oder Nachlieferung, d.h. wird sie ernsthaft und endgültig verweigert, unzumutbar verzögert, vergeblich versucht oder ist sie unmöglich, kann der Besteller nach seiner Wahl den Vertrag rückgängig machen oder den Kaufpreis herabsetzen. Ziffer 9.3 bleibt unberührt.
- 8.2 Unberührt bleiben die Rechte des Bestellers bei Fehlen zugesicherter Eigenschaften. Versicherungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
- 8.3 Alle vertraglichen und gesetzlichen Ersatzansprüche gegen uns und unsere Hilfspersonen sind ausgeschlossen, soweit solchen Ansprüchen einfache Fahrlässigkeit zugrunde liegt und nicht auf der Verletzung vertragwesentlicher Pflichten beruhen.
- 8.4 Wir übernehmen keine Haftung für Schäden, die nicht an den von uns gelieferten Gegenständen selbst eingetreten sind. Jede Haftung für mittelbare Schäden oder Folgeschäden, insbesondere für entgangenen Gewinn, ist ausgeschlossen.
9. **Zahlungsbedingungen**
- 9.1 Die Zahlung hat innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug zu erfolgen. Skontoabzug in Höhe von 2% bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum gewähren wir nur auf bestimmte Produktgruppen und grundsätzlich nur nach vorheriger schriftlicher Zusicherung durch unsere Auftragsbestätigung. Andere Regelungen bedürfen unserer ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung. Ein Skontoabzug ist jedoch ausgeschlossen, wenn zum Zahlungzeitpunkt andere fällige Forderungen noch nicht beglichen sind.
- 9.2 Anzahlungen können gefordert werden, wenn Auftragsgröße, Lieferfrist oder sonstige ungewöhnliche Umstände hohe Verzinsung verursachen. Eine Verzinsung der Vorauszahlung erfolgt nicht.
- 9.3 Ergeben sich nach Vertragschluß gegen die Zahlungsfähigkeit oder Kreditwürdigkeit des Bestellers Bedenken, so daß unsere Zahlungsansprüche gefährdet erscheinen, so steht uns das Recht zu, Leistung Zug um Zug oder Sicherheit durch selbstschuldnerische, unwiderrufliche und unbedingte Bürgschaft einer deutschen Großbank zu verlangen. Kommt der Besteller diesem Verlangen trotz Fristsetzung mit Rücktrittsandrohung nicht nach, so können wir unter Ausschluss von Ersatzansprüchen des Bestellers vom Vertrag zurücktreten.
- 9.4 Der Besteller kann, insbesondere bei Mängelrügen, mit einer Forderung gegen unsere Ansprüche nur aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht ausüben, wenn seine Forderung unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.
10. **Eigentumsvorbehalt, verlängerter Eigentumsvorbehalt**
- 10.1 Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung unserer Forderungen sowie der aus sonstigen Rechtsansprüchen (wie z.B. wechselseitlichen Ansprüchen) entstandenen Forderungen unser Eigentum.
- 10.2 Der Besteller ist berechtigt, die Ware zu verarbeiten und zu veräußern unter Berücksichtigung der nachfolgenden Bestimmungen.
- 10.3 Soweit die Ware vom Besteller weiterverarbeitet oder umgebildet wird, gelten wir als Hersteller im Sinne des § 950 BGB und erwerben das Eigentum an den Zwischen- oder Enderzeugnissen. Der Besteller bzw. Verarbeiter ist nur Verwalter.
- 10.4 Wenn die Vorbehaltsware mit anderen, uns nicht gehörenden Gegenständen verbunden oder verarbeitet wird, erwerben wir das Miteigentum an der neuen Sache im Verhältnis des Wertes der Vorbehaltsware zu der anderen Gegenständen.
- 10.5 Die Ware darf nur im gewöhnlichen und ordnungsgemäßen Geschäftsverkehr und nur dann veräußert werden, wenn Forderungen aus Weiterverkäufen nicht vorher an Dritte abgetreten sind. Die dem Besteller aus der Weiterveräußerung zustehenden Forderungen tritt er schon jetzt an uns im voraus ab, und zwar auch insoweit, als unsere Ware mit anderen Gegenständen verbunden oder verarbeitet ist. In diesem Fall dienen die abgetretenen Forderungen zu unserer Sicherung nur in Höhe des Wertes der jeweils verkauften Vorbehaltsware. Wir werden die abgetretenen Forderungen, solange der Besteller seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommt, nicht einziehen.
- 10.6 Der Besteller ist aber verpflichtet, uns auf Verlangen die Drittschuldner zu nennen und diesen die Abtretung anzuzeigen. Er ist berechtigt, die Forderungen solange selbst einzuziehen, als ihm von uns keine andere Anweisung erteilt wird. Die von ihm eingezogenen Beträge hat er sofort an uns abzuführen, soweit unsere Forderungen fällig sind.
- 10.7 Wir verpflichten uns, die abgetretenen Forderungen nach unserer Wahl freizugeben, soweit sie unsere zu sichernden Forderungen um mehr als 20% übersteigen und sie aus voll bezahlten Lieferungen herrühren.
- 10.8 Verpfändung oder Sicherheitsübereignung der Vorbehaltsware bzw. der abgetretenen Forderungen ist unzulässig.
- 10.9 Der Besteller hat uns etwaige Zugriffe Dritter auf die unter Eigentumsvorbehalt gelieferte Ware oder auf die abgetretenen Forderungen unverzüglich mitzuteilen.
11. **Vorbehaltsrecht im Auslandsverkehr**
- 11.1 Die von uns gelieferte Ware geht erst bei Bezahlung aller unserer fälligen Forderungen gegen den Besteller in dessen Eigentum über.
- 11.2 Ist eine Vereinbarung gem. Ziff. 11.1 nach dem Recht des Bestellerstaates unzulässig, stehen uns alle sonstigen Rechte zu, die wir uns nach dem Recht des Bestellerstaates an der von uns gelieferten Ware vorbehalten können.
12. **Zeichnungen**
- 12.1 Kostenvorschläge, Entwürfe, Zeichnungen und Berechnungen bleiben unser Eigentum und dürfen ohne unsere Zustimmung weder vervielfältigt noch dritten Personen zugänglich gemacht werden.
13. **Erfüllungsort, Gerichtsstand, anwendbares Recht**
- 13.1 Erfüllungsort für Lieferungen und sonstige Leistungen ist Traunstein.
- 13.2 Für sämtliche gegenwärtigen und zukünftigen Ansprüche aus der Geschäftsverbindung mit Käufern ist ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz unseres Unternehmens. Dies gilt auch im Fall von Wechsel- und Scheckordnungen. Wir können den Besteller jedoch an dessen Sitz verlagern.
- 13.3 Der Vertrag einschließlich der zukünftigen Rechtsbeziehungen unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss der Einzelheiten aufgesetzten Kaufgesetzes (EKG, EKAG).
14. **Teilunwirksamkeit**
- 14.1 Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen läßt die Wirksamkeit des Vertrages im Ganzen unberührt. An die Stelle unwirksamer Bestimmungen tritt die rechtlich zulässige Regelung, die dem angestrebten wirtschaftlichen Zweck entspricht oder ihm am nächsten kommt.



Management Service GmbH

CERTIFICATE

The Certification Body
of TÜV SÜD Management Service GmbH
certifies that

Schnurr

Helmut Schnurr GmbH

Formenbau + Kunststoffverarbeitung
Im Pfaffenfeld 6
D-83483 Bischofswiesen

has established and applies
a Quality Management System for

Manufacturing and Sales
of Precision Moulds and
Plastic Injection Moulding Parts

An audit was performed. Report No. 70000316
Proof has been furnished that the requirements
according to

ISO 9001: 2008

are fulfilled. The certificate is valid until 2011-03-18
Certificate Registration No. 12 100 6407 TMS

Munch 2009-03-25

QMS-TGA-ZM-07-92

ZERTIFIKAT ♦ CERTIFICATE ♦ CERTIFICADO ♦ CERTIFICAT ♦ ZERTIFIKAT ♦ CERTIFICATE ♦ CERTIFICADO ♦ CERTIFICAT

TÜV SÜD Management Service GmbH • Arab • China • Costa Rica • Doha • Hong Kong • India • Jordanien • Mexiko • Österreich • Saudi Arabien • Singapur • Taiwan • Thailand • Türkei • Vereinigte Staaten • Venezuela • Südamerika • Südostasien • Australien

TUV

Fong Shen Mould and Precision Engineering Pte. Ltd.



Company Profile

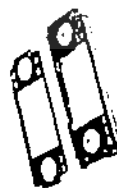
- Founded In 1984
- Total workforce 80 pa
- Certification awarded
BS EN ISO 9001:2000
ISO TS 16949:2002

Main business activities

- **Tool Designing and Manufacturing**
Early supplier involvement
- **Plastic Injection moulding**
Precision/insert/thin wall/2colour mouldin
- **Sub-Assembly**
Heat stacking /Ultrasonic welding/Assembly
- **Secondary Processes**
Pad Printing /UV spray painting/EMI shielding



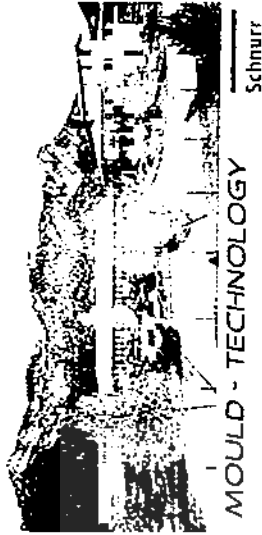
3 material over-mould lens without weld line



Double-colour moulding 2 material overmold + Inserts

Fong Shen – Schnurr Marketing Alliance

Helmut Schnurr GmbH



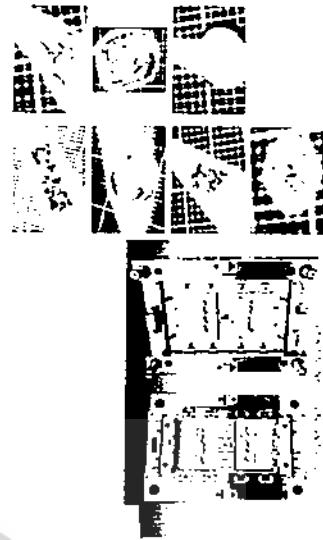
Company Profile

- Founded in 1980 by Helmut Schnurr
- Employees 62
- Turnover 2006 – 5.2 Mill. €
- Main customers
 - o Automotive
 - o Electronics
 - o Medicine
 - o Household appliances
 - o And others

Benefits for our customers

- o Enjoy modern innovative manufacturing Technology
- o Enjoy most competitive price / cost / quality
- o Enjoy world class products and services
- o Receive promptly respond times in between Europe and Asia countries in terms of
 - After sales service
 - Modification
 - New Inserts making
 - Tooling maintenance
- o Save times and money
- o Guarantees the highest quality level
- o And many more.....

Experience and reliability For your profit!



www.schnurr-gmbh.de
Germany



ISO / TS16949:2002
CERT NO: TS501893



CERT NO.: FM56346
BS EN ISO 9001:2000

Fong Shen

Mould & Precision Engineering P/L

Company Address and Contacts:

No. 32, Changi South Street 1,
Changi South Industrial Estate,
Singapore 486768.

Tel : 65-6545-2228
Fax: 65-6546-1878
E-mail: fongshen@singnet.com.sg
U R L : www.fongshen.com

MR. LEOW PEE LIP
CEO / Managing Director
E-mail: plleow@fongshen.com

MR. LIM TIAN SING
Business Development Manager
E-mail: tslim@fongshen.com

Company Background

Fong Shen is a leading precision-engineering designer and manufacturer for plastic mould tooling, with over 20 years of experience in the industry. Founded in 1984 and based in Singapore, we strive to provide world-class solutions in tool designing and manufacturing, plastic injection moulding, sub-assembly, as well as contract manufacturing.

Our experience has enabled us to design and manufacture multi-cavities mould tooling of high precision tolerances. We have designed a wide range of plastic components, which are used in the electronics, computer, tele-communication, automotive, medical and precision engineering industries. Our designs are not only efficient, but also excel aesthetically.

Our customers are assured of tool life of one million shots on a hardened tooling, and are thus freed of worries on mould maintenance. Our award of the UKAS Quality Management System BS EN ISO 9001:2000 certification (Certificate Number FM56346) and ISO/TS16949:2002 (Certificate No.:- TS 501893) also reinforce credibility in our quality system.

Fong Shen is dedicated to continuous improvement programs in quality and productivity so that we can better serve our customers, and we are committed to deliver with promptness so as to achieve total customer satisfaction. This is made possible by our team of cohesive workforce with vibrant spirit that strives for improvement and perfection. We aim to be a major player in the niche market, for precision and multi-material over-mold engineering plastics components.

Our Products and Services

Fong Shen offers a wide range of precision engineering plastic parts which include two materials over-molded with IC insert, triple material over-mold parts and Lens with no weld-line. We provide the most comprehensive services from the design stage to the final product. This provides the customers a one stop service and enables the customers to save time and cost.

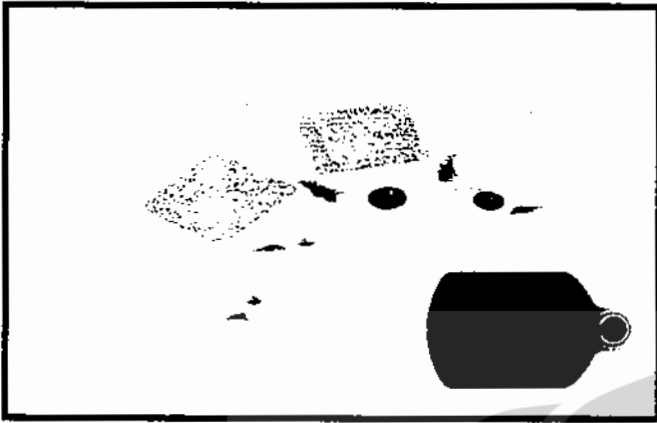
Our Products

- Offer the most competitive price on the market
- Guarantees the highest quality level
- Offer more useful features
- Saves time and money
- Offer our user better value per dollar spent
- Provide an alternative way to achieve a similar task

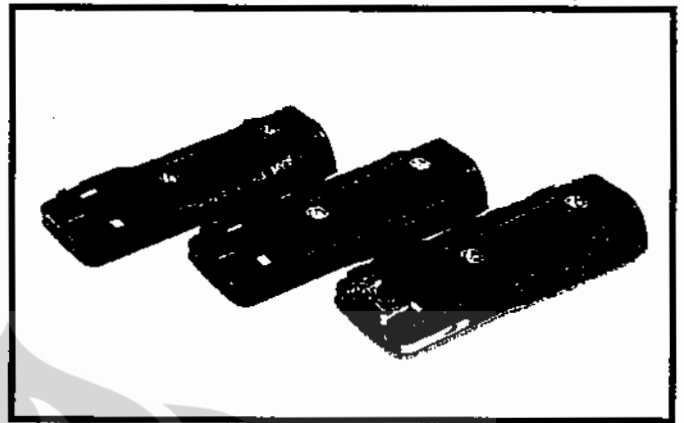
Our Services

- Our tool room is manned by a team of dedicated and experienced engineers.
- We provide an alternative and cost effective way to realize a similar goal
- We ensure a 100% on time service

Our Main Products Line



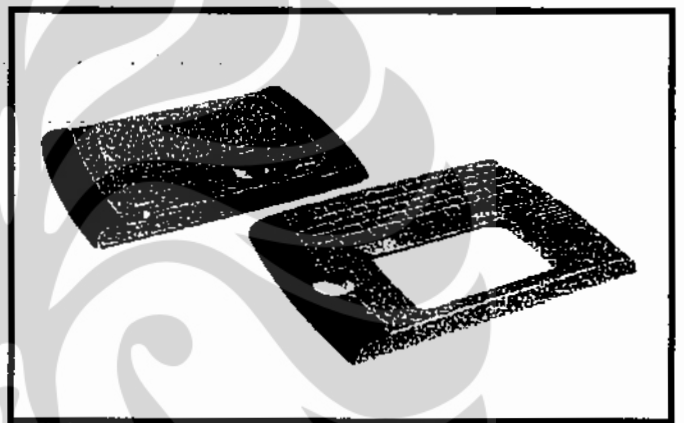
RF IC Circuit Insert Two Material Over-mold



Triple Material Over-Mold



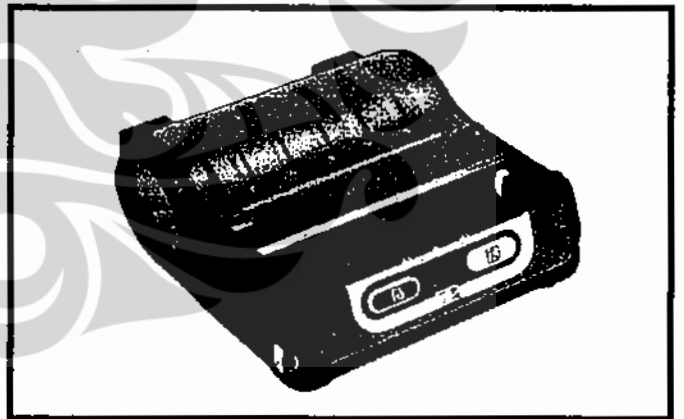
Two Materials Over-mold



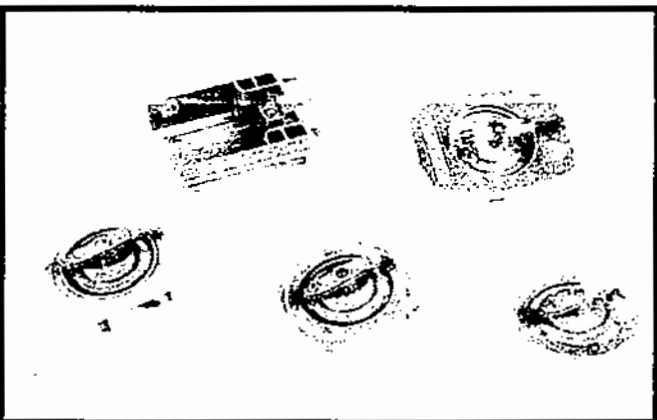
Two Materials Over-mold



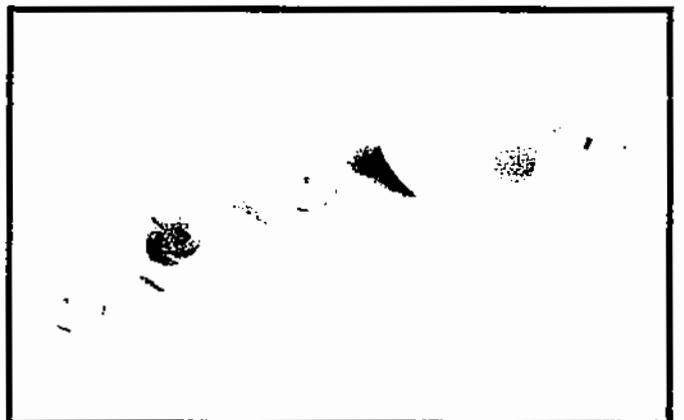
Two Materials Over-mold



Two Materials Over-mold

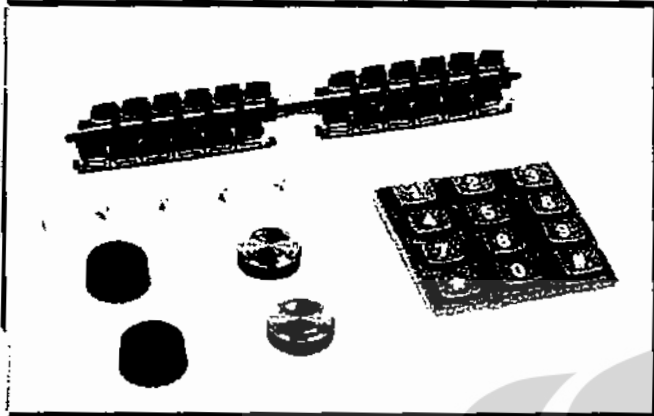


Two Materials Over-mold with Inserts

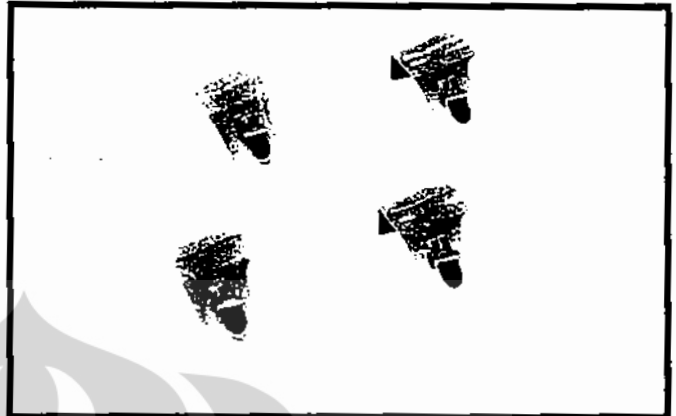


Two Materials Over-mold with Inserts

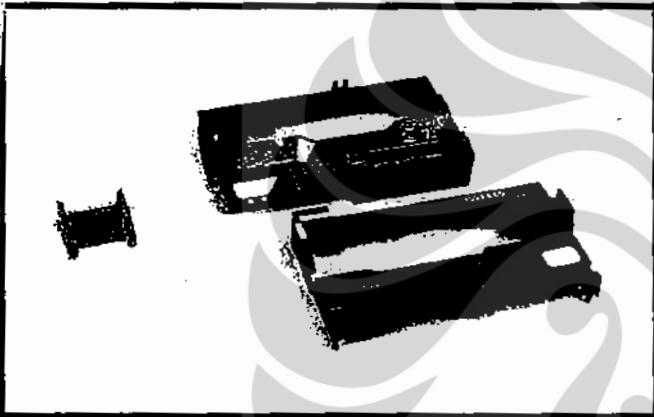
Our Main Products Line



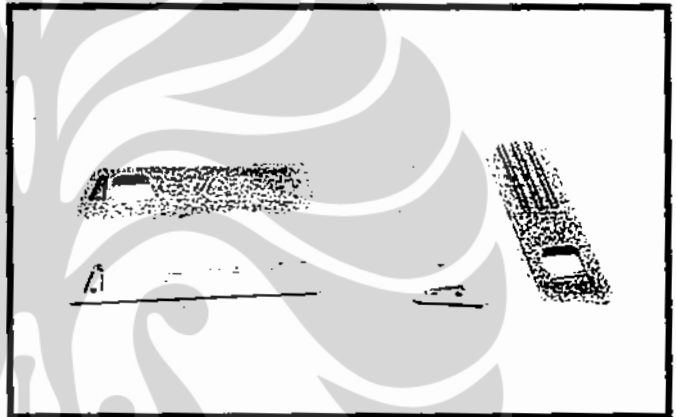
Double Colour Molding



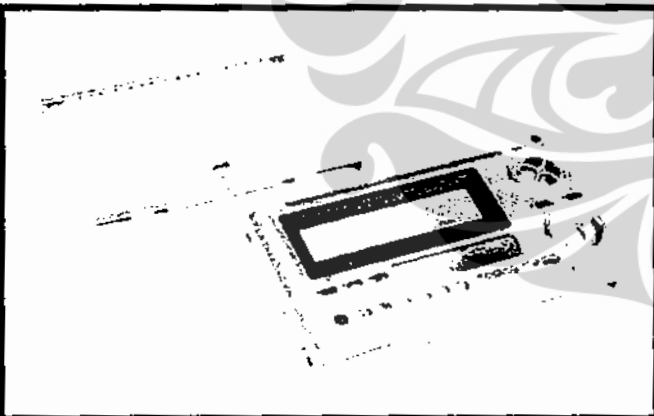
Two Materials Over-mold w spray & printing



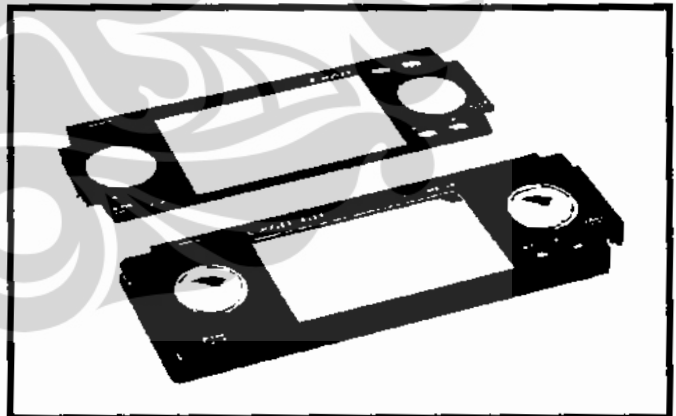
EMI Shielding



Automotive Plating Product



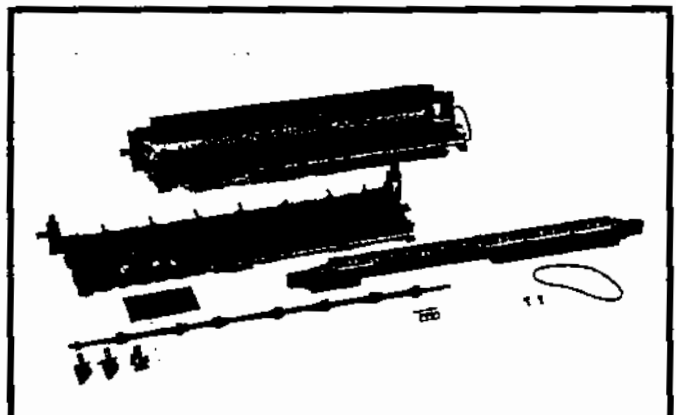
Spray painting, Printing, Hot-stamping



Lens Product without Weld-line



Sub-assembly Product



Sub-assembly Product

OVERVIEW OF FONG SHEN

- Total Production Floor Area – 1,858 sq m (20,000 sq ft)
- Total Workforce – 80
- Main Business Activities: Contract Manufacturing Inclusive of:

Tool Designing and Manufacturing

- Early Supplier Involvement
- Tool Design
- Tool Fabrication

Plastics Injection Moulding

- Precision Moulding
- Insert Moulding
- Over Moulding
- Thin Wall Moulding

Sub Assembly

- Heat Stacking
- Ultrasonic Welding
- Component Assembly
- Parts Assembly

Secondary Process

- Silk / Pad Printing
- UV Printing / Spray Painting
- EMI Shielding

TOOLING DEPARTMENT MACHINES LIST:

<u>MACHINES DESCRIPTION</u>	<u>UNIT</u>
• Hi Speed Machining Center	2
• CNC Machining Center	4
• CNC Wire-Cut	2
• CNC EDM Machine	4
• EDM Machine	3
• Fine Milling Machine	6
• Surface Grinder	4
• Universal Tool & Cutter Grinder	1
• Fine Cut Machine / Super-Drill	1 / 1

CAD & CAM DEPARTMENT:

<u>SOFTWARE DESCRIPTION</u>	<u>UNIT</u>
CAD & CAM System: Pro-Engineer	1
I-DEAS	2
Master CAM	1
Uni-Graphics	8
CATIA	2

INJECTION MOULDING DEPARTMENT MACHINE LIST: -

- Total 15 units of machines.
- Ranging from 15 – 220 Tons
- Inclusive of High Speed & Double Colour machines

QUALITY CONTROL DEPARTMENT: (EQUIPMENT LIST)

- Smart Scope 2D CMM
- Brown & Sharp 3D CMM
- Micrometer (0-500mm)
- Digital Venire Calipers
- Height & Pin Gauges, Gauge Blocks

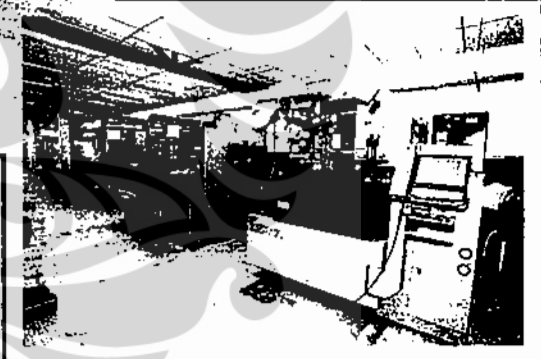
DESIGN Department



TOOLING Department



A Spectrum of Injection Machines



QA Department

