

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK EKSPOR INDONESIA DALAM KOMUNITAS ASEAN

Ahmad Jamaan dan Cifebrima Suyastri

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Abstrak

Penelitian ini tentang ekonomi dari perspektif Indonesia yang diarahkan kepada daya saing produk ekspor, bahwa ekonomi adalah motor penggerak berbagai kerjasama internasional termasuk di ASEAN. Ekonomi yang dijadikan sebagai penggerak kerjasama dimulai dengan penerapan pengurangan tarif bea masuk secara bertahap dalam kerangka AFTA (ASEAN Free Trade Area). Dengan diberlakukannya MEA, akan terjadi aliran barang, jasa, investasi, modal dan buruh terampil secara bebas di kawasan ASEAN. MEA berpotensi menjadikan Indonesia sebagai pemasok energi dan bahan baku bagi industri di kawasan ASEAN karena manfaat yang diperoleh dari kekayaan sumber daya alam dan MEA memperluas pangsa pasar Indonesia ke level internasional. Peluang dan Strategi Peningkatan Daya Saing produk Indonesia melalui peningkatan sumber daya manusia dengan cara antara lain, pemerintah selalu mendorong daya saing dan peningkatan nilai tambah dari sumber daya lokal. Demikian juga pemerintah terus meningkatkan kewirausahaan dan efisiensi.

Kata Kunci : *Ekonomi, Daya saing, ASEAN, Efisiensi*

PENDAHULUAN

Penelitian ini difokuskan hanya kepada salah satu pilar saja yakni ekonomi dari perspektif Indonesia yang diarahkan kepada daya saing produk ekspor. Tidak dapat dimungkiri bahwa ekonomi adalah motor penggerak berbagai kerjasama internasional termasuk di ASEAN. Sebagai contoh, Masyarakat Eropa (European Community) yang sudah masuk ke tahap integrasi mendalam berupa interkoneksi kebijakan-regulasi atas berbagai aspek kehidupan seperti transportasi darat-laut dan udara, standar hukum (tertentu), keimigrasian, mata uang dan perbankan dan pasar tunggal, bermula dari kerjasama perdagangan batu bara oleh tiga negara yakni Belgia, Nederland dan Luxemburg (Benelux). Namun kerjasama yang sudah diintegrasikan tersebut kini melesat hingga mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat warga negara anggota Uni Eropa.

Hal yang sama juga diharapkan terjadi di dalam komunitas ASEAN. Ekonomi yang dijadikan sebagai penggerak kerjasama dimulai dengan penerapan pengurangan tarif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.



bea masuk secara bertahap dalam kerangka AFTA (ASEAN Free Trade Area). Sejalan dengan itu pula upaya untuk mempercepat terintegrasinya kebijakan-kebijakan antar negara anggota diupayakan melalui pembentukan kerjasama kawasan sub regional.

Di kawasan barat ada dua kerjasama ekonomi sub regional, yaitu Indonesia Malaysia Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) dan Indonesia Malaysia Singapura *Growth Triangle* (IMS-GT). Sedangkan di wilayah timur ada kerjasama Bruneidarussalam Indonesia Malaysia Piliphine *East ASEAN Growth Area* (BIMP-EAGA). Di kawasan utara juga terdapat kerjasama Greater Mekong Subregion (GMS) yang melibatkan Vietnam, Laos, Myanmar, Thailand, yang disponsori oleh raksasa ekonomi China yang bukan menjadi anggota ASEAN.

Valaupun demikian, pertumbuhan kerjasama di empat kawasan sub region ini tidak seimbang. GMS dan IMT-GT menunjukkan pertumbuhan yang signifikan menyusul banyaknya realisasi kerjasama yang telah disepakati. Baik dari segi mobilitas orang akibat kemudahan akses transportasi dan mobilitas orang baik melalui darat, laut maupun udara¹, barang, termasuk jasa.² Berbeda dengan IMS-GT yang sejak tahun 2004 sudah tidak terdengar aktivitasnya sejak Singapura meninggalkan tanggungjawabnya untuk menjadi tuan rumah penyelenggara kegiatan tahunan kerjasama ini. Keengganan Singapura ini sendiri dipicu karena telah tercapainya tujuan politik dan ekonominya dalam kerangka kerjasama Sijori. Peristiwa ini juga tidak terlepas dari pengaruh bentuk perjanjian dan kerjasama IMS-GT yang cenderung lemah sehingga tidak ada kewajiban yang mengikat negara anggota kerjasama ini untuk menjalankan peran dalam IMS-GT.³ Sementara BIMP-EAGA lebih terkedala kepada persoalan infrastruktur mengingat negara-negara yang bergabung merupakan wilayah kepulauan dan dipisahkan laut.

Merujuk kepada pencapaian target untuk 'menyatukan' anggota kerjasama dalam perjanjian yang saling melengkapi, saling menguntungkan demi menunjang AFTA dan komunitas ASEAN, dapat dilacak bahwa kerjasama ini masih jauh dari harapan.

1.

2.

3.

Lihat Ahmad Jamaan, 2010, *Growth Triangle Indonesia Malaysia Thailand*, Unri Press, Pekanbaru

Deany Afriany dan Ahmad Jamaan, Transnasionalisasi Jasa Keuangan, *Jurnal Demokrasi dan Otonomi*

daerah, Volume 10 nomor 2 Desember 2012, PPs Ilmu Politik FISIP Universitas Riau, Hlm 85-92

Ahmad Jamaan, 2010, Pengaruh Bentuk Perjanjian terhadap Keberhasilan Kerjasama Internasional

(Kasus Kawasan Sub Ekonomi Regional IMT-GT), *Jurnal Transnasional Jurusan Hubungan Internasional* FISIP Universitas Riau Volume I No. 2, Hal. 101-115



Indonesia adalah negara anggota yang secara menyeluruh dapat dikategorikan tidak siap dalam kerjasama ini, baik dari aspek infrastruktur, regulasi, komoditas unggulan, serta aksesibilitas.⁴

Ada sejumlah kendala yang dihadapi Indonesia menyusul pelaksanaan integrasi ekonomi dalam ASEAN pada tahun 2015. Mulai dari kualitas sumber daya manusia dan aparatur penyelenggara, sinergisitas antara pemangku kebijakan, kelengkapan data, termasuk infrastruktur dan pembiayaan. Belum lagi adanya kesamaan produk industri yang dihasilkan oleh sesama negara anggota.⁵ Kondisi seperti ini mengakibatkan kompetisi antara sesama anggota ASEAN akan semakin tinggi mengingat pasar yang akan dimasuki juga cenderung sama. Begitu pula dengan adanya diskriminasi dalam penerapan regulasi.⁶

Valaupun demikian Indonesia memiliki peluang besar dalam memanfaatkan kerjasama ASEAN ini. Bagi negara lain, Indonesia adalah pasar potensial bagi produk-produk industri mereka. Indonesia saat ini dibanjiri produk-produk manufaktur dari Cina, India, Malaysia, Singapura, Thailand dan lainnya. Hal yang sama juga menjadi strategi Indonesia untuk menjadikan wilayah ASEAN yang terintegrasi menjadi pasar potensial bagi produk ekspornya baik sumber daya alam yang dapat diperbarui seperti komoditas pertanian, perkebunan, perikanan dan kelautan, pariwisata serta yang tidak dapat diperbarui termasuk produk industri manufaktur berorientasi ekspor.

Indonesia telah memiliki enam koridor ekonomi yaitu koridor ekonomi, koridor Jawa, koridor Kalimantan, koridor Sulawesi, koridor Bali-Nusatenggara dan koridor Maluku-Papua yang diciptakan untuk meraih keuntungan dari peluang pasar ASEAN yang terintegrasi.⁷ Melalui koridor ekonomi ini diharapkan masing-masing kawasan mampu mempercepat pertumbuhan dan memanfaatkan semua peluang di negara yang berdekatan dengan daerah tersebut.

Rizki Amalia dan Ahmad Jamaan. 2013, *Strategi Anggota IMT-GT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle) dalam Pengembangan Industri Halal*, naskah publikasi, Jurusan HI Universitas Riau
 Ahmad Jamaan, *op cit*
 Dany dan Ahmad, *op cit*
 Expanding Opportunities: Integrating Indonesian Economic Corridors into ASEAN Market, An overview on Basic Data and Information, Centre of Policy Analysis and Development for Asia-Pacific and African Regions Policy Analysis and Development Agency Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia 2011



TINJAUAN PUSTAKA

1. Daya Saing Indonesia Dalam Perdagangan Internasional

Ada beberapa hal yang mempengaruhi daya saing dalam perdagangan internasional. Menurut hasil survey IMD (*International Management Development*) daya saing Indonesia dibandingkan 30 negara-negara utama dunia lainnya, dipengaruhi beberapa hal, antara lain sebagai berikut :

1. Kepercayaan investor yang rendah (sebagai akibat resiko politik, credit rating yang rendah, diskriminasi dalam masyarakat, sistim penegakan hukum yang lemah, penanganan ketenagakerjaan, subsidi yang tinggi, banyak korupsi)
2. Daya saing bisnis yang rendah yang meliputi kualitas SDM yang masih rendah, hubungan perburuhan yang selalu bermusuhan (hostile), praktek-praktek bisnis yang tidak etis dan lemahnya corporate governance.
3. Daya saing yang rendah (nilai-nilai di masyarakat tidak mendukung daya saing dan globalisasi, kualitas wiraswasta dan kemampuan marketing yang rendah, produktivitas menyeluruh yang rendah)
4. Infrastruktur lemah (pendidikan dan kesehatan yang kurang, perlindungan hak patent dan cipta lemah, penegakan hukum lingkungan hidup yang lemah, biaya telekomunikasi internasional yang mahal, anggaran yang mahal, kurangnya alih teknologi, kurang ahli teknologi informasi). Daya saing juga mengindikasikan terjadinya penguatan perekonomian domestik dengan orientasi dan daya saing global. Secara makro, teori globalisasi ekonomi dapat diartikan sebagai sebuah teori yang didasarkan atas asumsi perdagangan bebas/pasar bebas di seluruh dunia, tanpa adanya hambatan baik dalam bentuk tarif atau non tarif (Wibowo, 2004). Namun secara mikro, globalisasi ekonomi dapat diartikan sebagai sebuah inisiatif bisnis yang didasarkan atas kepercayaan bahwa dunia telah menjadi sedemikian homogen, seiring dengan makin mengaburnya perbedaan nyata antar pasar domestik. Tentang kerja sama regional, Hamdy (2001; 88) mengemukakan bahwa kerja sama ekonomi dan keuangan, khususnya di bidang





perdagangan internasional, saat ini mengarah pada pembentukan kerja sama guna mewujudkan integrasi ekonomi dan keuangan secara regional.

2. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Tingkat daya saing komoditas ekspor suatu negara atau industri dapat dianalisis dengan berbagai macam metode atau diukur dengan sejumlah indikator. Salah satu diantaranya adalah *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Demikian juga dapat dilakukan dengan metode *Constant Market Share* dan *Real Effective Exchange Rate*. Disamping itu, laporan tahunan dari *World Economic Forum* (WEF) mengenai *Global Competitiveness Index* (GCI) juga dapat sebagai ukuran daya saing suatu negara setiap tahunnya. GCI adalah indeks gabungan dari sejumlah indikator ekonomi yang telah teruji secara empiris memiliki korelasi positif dengan pertumbuhan ekonomi (PDB) untuk jangka menengah dan panjang. Secara teoritis juga mempunyai korelasi positif dengan kinerja atau tingkat daya saing ekspor. (Tambunan, 2000)

Untuk melihat lebih detail komoditas Indonesia yang bersaing dengan negara-negara lain di pasar dunia dapat diukur dari *Revealed Comparative Advantage* (RCA) masing-masing produk ekspor (Balassa, 1965). Perhitungan RCA ini menggunakan data yang dikelompokkan dalam Standard Industrial Trade Classification (SITC) 2 digit. Nilai RCA yang lebih besar dari 1 menunjukkan daya saing yang kuat. Semakin tinggi nilai RCA komoditi, maka semakin tangguh daya saing produk tersebut, sehingga disarankan untuk terus dikembangkan dengan melakukan spesialisasi pada komoditi tersebut. Salah satu indikator yang dapat menunjukkan perubahan keunggulan komparatif adalah RCA index. Indeks ini menunjukkan perbandingan antara pangsa ekspor komoditas atau sekelompok komoditas suatu negara terhadap pangsa ekspor komoditas tersebut dari seluruh dunia. Dengan kata lain indeks RCA menunjukkan keunggulan komparatif atau daya saing ekspor dari suatu negara dalam suatu komoditas terhadap dunia. Jika nilai indeks RCA dari suatu negara untuk komoditas tertentu lebih besar dari 1, berarti negara yang bersangkutan mempunyai keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia dalam komoditas tersebut. Sebaliknya, bila lebih kecil dari 1 berarti keunggulan komparatifnya untuk komoditas tersebut rendah atau di bawah rata-rata dunia.

3. Peluang dan Strategi Peningkatan Daya Saing Produk

Peluang dan Strategi Peningkatan Daya Saing antara lain melalui peningkatan sumber daya manusia dengan cara antara lain, pemerintah selalu mendorong daya saing dan peningkatan nilai tambah dari sumber daya lokal. Demikian juga pemerintah terus meningkatkan kewirausahaan dan efisiensi. Faktor lainnya adalah perbaikan di sektor hukum, sosial politik serta perpajakan, termasuk peningkatan integrasi global untuk melihat perkembangan dunia. Beberapa faktor yang berpengaruh dalam upaya peningkatan daya saing produk alas kaki Indonesia antara lain kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung, strategi dan struktur persaingan, kebijakan pemerintah serta kesempatan dan peluang berkembangnya produk alas kaki di Indonesia. Adapun pelaku yang berpengaruh dalam upaya peningkatan daya saing adalah pemerintah, industri, industri pemasok, asosiasi, lembaga keuangan (perbankan), lembaga standar negara pesaing. Ada tiga alternatif strategi dalam upaya peningkatan daya saing, prioritas pertama adalah penguasaan teknologi, alternatif ini dua kali lebih penting dari alternatif yang lain yaitu penciptaan iklim usaha yang kondusif serta peningkatan pemakaian bahan baku dalam negeri agar produk lebih efisien.

Pembahasan

1. Rencana Strategis Pemerintah Indonesia untuk Memasuki MEA

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) adalah bentuk kerja sama antar anggota negara-negara ASEAN yang terdiri dari Brunei, Filipina, Indonesia, Kamboja, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Kerja sama antar negara-negara di kawasan Asia Tenggara bertujuan untuk membentuk pasar tunggal kawasan ini dan mulai diberlakukan tahun 2016. Dengan diberlakukannya MEA, akan terjadi aliran barang, jasa, investasi, modal dan buruh terampil secara bebas di kawasan ASEAN. MEA dirancang untuk mewujudkan Wawasan ASEAN 2020. Sasaran utama pembentukan MEA adalah menjaga stabilitas politik dan keamanan regional ASEAN, meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia, mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, serta meningkatkan standar hidup penduduk di negara-negara anggota ASEAN. Jelas, dengan diberlakukannya MEA atau AEC, persaingan



usaha akan semakin sengit. Para pelaku usaha Indonesia harus sudah siap dalam menghadapi persaingan yang teramat ketat di era MEA. Beberapa persyaratan umum harus dimiliki sebuah negara supaya produk barang dan jasa bisa bersaing di ASEAN adalah mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang trampil, cerdas, dan kompetitif.

Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Komitmen Cetak Biru MEA dalam upaya persiapan menghadapi pasar bebas ASEAN. Dalam cetak biru MEA, terdapat 12 sektor prioritas yang akan diintegrasikan oleh pemerintah. Sektor tersebut terdiri dari tujuh sektor barang yaitu industri agro, otomotif, elektronik, perikanan, industri berbasis karet, industri berbasis kayu, dan tekstil. Kemudian sisanya berasal dari lima sektor jasa yaitu transportasi udara, kesehatan, pariwisata, logistik, dan teknologi informasi. Sektor-sektor tersebut pada era MEA akan terimplementasi dalam bentuk pembebasan arus barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja.

Sejauh ini, langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Indonesia berdasarkan rencana strategis pemerintah untuk menghadapi MEA / AEC, antara lain :

1.1. Penguatan Daya Saing Ekonomi

Pada 27 Mei 2011, Pemerintah meluncurkan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI). MP3EI merupakan perwujudan transformasi ekonomi nasional dengan orientasi yang berbasis pada pertumbuhan ekonomi yang kuat, inklusif, berkualitas, dan berkelanjutan. Sejak MP3EI diluncurkan sampai akhir Desember 2011 telah dilaksanakan *Groundbreaking* sebanyak 94 proyek investasi sektor riil dan pembangunan infrastruktur.

1.2. Program ACI (Aku Cinta Indonesia)

ACI (Aku Cinta Indonesia) merupakan salah satu gerakan '*Nation Branding*' bagian dari pengembangan ekonomi kreatif yang termasuk dalam Inpres No.6 Tahun 2009 yang berisikan Program Ekonomi Kreatif bagi 27 Kementrian Negara dan Pemda. Gerakan ini sendiri masih berjalan sampai sekarang dalam bentuk kampanye nasional yang terus berjalan dalam berbagai produk dalam negeri seperti busana, aksesoris, *entertainment*, pariwisata dan lain sebagainya. (dalam Kemendag RI : 2009:17).



1. 3. Penguatan Sektor UMKM

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia, pihak Kadin mengadakan mengadakan beberapa program, antara lainnya adalah 'Pameran Koperasi dan UKM Festival' pada 5 Juni 2013 lalu yang diikuti oleh 463 KUKM. Acara ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk UKM yang ada di Indonesia dan juga sebagai stimulan bagi masyarakat untuk lebih kreatif lagi dalam mengembangkan usaha kecil serta menengah.

Selain itu, persiapan Indonesia dari sektor Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) untuk menghadapi MEA 2015 adalah pembentukan Komite Nasional Persiapan MEA 2015, yang berfungsi merumuskan langkah antisipasi serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan KUKM mengenai pemberlakuan MEA pada akhir 2015. Adapun langkah-langkah antisipasi yang telah disusun Kementerian Koperasi dan UKM untuk membantu pelaku KUKM menyongsong era pasar bebas ASEAN itu, antara lain peningkatan wawasan pelaku KUKM terhadap MEA, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk KUKM lokal, penciptaan iklim usaha yang kondusif.

Namun, salah satu faktor hambatan utama bagi sektor Koperasi dan UKM untuk bersaing dalam era pasar bebas adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku KUKM yang secara umum masih rendah. Oleh karena itu, pihak Kementrian Koperasi dan UKM melakukan pembinaan dan pemberdayaan KUKM yang diarahkan pada peningkatan kualitas dan standar produk, agar mampu meningkatkan kinerja KUKM untuk menghasilkan produk-produk yang berdaya saing tinggi.

Pihak Kementerian Perindustrian juga tengah melaksanakan pembinaan dan pemberdayaan terhadap sektor industri kecil menengah (IKM) yang merupakan bagian dari sektor UMKM. Penguatan IKM berperan penting dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui perluasan kesempatan kerja dan menghasilkan barang atau jasa untuk dieskpor. Selain itu, koordinasi dan konsolidasi antar lembaga dan kementerian pun terus ditingkatkan sehingga faktor penghambat dapat dieliminir.

1. 4. Perbaikan Infrastruktur

Dalam rangka mendukung peningkatan daya saing sektor riil, selama tahun 2010 telah berhasil dicapai peningkatan kapasitas dan kualitas infrastruktur seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.



prasarana jalan, perkeretaapian, transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara, komunikasi dan informatika, serta ketenagalistrikan :

- a. Perbaikan Akses Jalan dan Transportasi
- b. Perbaikan dan Pengembangan Jalur TIK
- c. Perbaikan dan Pengembangan Bidang Energi Listrik.

1.5. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu jalan untuk meningkatkan kualitas SDM adalah melalui jalur pendidikan. Selain itu, dalam rangka memberikan layanan pendidikan yang bermutu, pemerintah telah membangun sarana dan prasarana pendidikan secara memadai, termasuk rehabilitasi ruang kelas rusak berat. Data Kemdikbud tahun 2011 menunjukkan bahwa masih terdapat sekitar 173.344 ruang kelas jenjang SD dan SMP dalam kondisi rusak berat. (dalam Bappenas RI Buku I, 2011:36).

1.6. Reformasi Kelembagaan dan Pemerintahan

Dalam rangka mendorong Percepatan Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi, telah ditetapkan strategi nasional pencegahan dan pemberantasan korupsi jangka panjang 2012-2025 dan menengah 2012-2014 sebagai acuan bagi seluruh pemangku kepentingan untuk pelaksanaan aksi setiap tahunnya. Upaya penindakan terhadap Tindak Pidana Korupsi (TPK) ditingkatkan melalui koordinasi dan supervisi yang dilakukan oleh KPK kepada Kejaksaan dan Kepolisian.

1.7. Peluang Ekspor Indonesia di Pasar MEA

Bagi Indonesia, dengan jumlah populasi, luas dan letak geografi, serta nilai DB (Produk Domestik Bruto) terbesar di ASEAN, harus menjadi aset agar Indonesia bisa menjadi pemain besar dalam era MEA. MEA akan menjadi kesempatan yang baik buat Indonesia karena hambatan perdagangan akan berkurang, bahkan menjadi tidak ada. Hal itu akan berdampak pada peningkatan ekspor yang pada akhirnya juga meningkatkan GDP Indonesia. Di era MEA, Indonesia tentu diharapkan dapat meraih keuntungan.

Pertama, implementasi MEA berpotensi menjadikan Indonesia sebagai pemasok energi dan bahan baku bagi industrilisasi di kawasan ASEAN karena



manfaat yang diperoleh dari kekayaan sumber daya alam. Kedua, implementasi MEA memperluas pangsa pasar Indonesia ke level internasional. Pasar tunggal ASEAN ini membuka aliran barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik. Ketiga, implementasi MEA akan mendorong masuknya investasi ke Indonesia dari dalam dan luar ASEAN.

Pembentukan pasar tunggal yang berlaku mulai Januari 2016 itahun lalu memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara yang sepakat dalam MEA, sehingga kompetisi akan makin ketat. MEA tidak hanya membuka arus perdagangan barang atau jasa, tapi juga pasar tenaga kerja profesional, seperti dokter, pengacara dan akuntan. Selain itu, MEA juga membuka arus bebas investasi dan arus bebas modal di kawasan yang merupakan kekuatan ekonomi ketiga terbesar setelah Jepang dan Tiongkok.

Kementerian Perdagangan (Kemendag) optimis ekspor Indonesia bisa semakin melesat di era MEA ini. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) periode Januari-Oktober 2015, terlihat bahwa neraca perdagangan non migas Indonesia ke kawasan ASEAN surplus US\$ 1,6 miliar. "Ini sangat bagus mengingat tahun sebelumnya yang defisit US\$ 1,02 miliar," kata Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kemendag, Nus Nuzulia Ishak di Jakarta, Senin, 4 Januari 2016. (sumber: tempo.co). Nus menyatakan, jajarannya telah melakukan pemetaan dan menyiapkan sejumlah produk yang menjadi andalan Indonesia dalam menghadapi persaingan di MEA. "Ada beberapa produk ekspor utama dan prospektif ke kawasan ASEAN plus China," ujar Nus .Kawasan ASEAN misalnya ,ekspor produk kimia dalam lima tahun terakhir trennya naik 9,88 persen, otomotif meningkat 14,55 persen, mesin-mesin naik 5,81 persen, dan makanan olahan tumbuh 12.67 persen. Selain itu, produk tekstil, perhiasan, rempah, kopi dan udang pun trennya naik antara sampai 28 persen. Sementara untuk menyasar pasar China, Jepang dan Korea, Indonesia akan makanan olahan, otomotif, alas kaki, plastik, produk perikanan, kulit, kopi dan rempah.

Kemendag juga telah membuka AEC (*ASEAN Economic Community*) Centre yang bertujuan memberikan informasi peluang pasar untuk tiap-tiap produk pada beragam pemangku kepentingan, termasuk pejabat Pemerintah Daerah, pelaku bisnis, akademisi dan masyarakat umum. Kemendag juga akan terus mengupayakan promosi produk andalan tersebut. ADB memaparkan, sepuluh negara di Asia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan Universitas Riau.

2. Dilarang mengutip, menyalin, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Riau.



Tenggara berusaha meluncurkan satu pasar tunggal untuk barang, jasa, modal dan tenaga kerja untuk menjadi salah satu perekonomian sekaligus pasar terbesar di dunia.

Peningkatan daya saing global perlu dilakukan, misalnya dengan melakukan penataan lahan dan kawasan industri, pembenahan infrastruktur dan energi, pemberian insentif (pajak maupun non pajak lainnya), membangun kawasan ekonomi khusus (KEK) dan pengembangan klaster UKM untuk peningkatan daya saing. Selain itu, juga perluasan akses pembiayaan Modal besar yang dimiliki Indonesia di era MEA, di antaranya, sebagai negara terbesar ketiga di dunia setelah India dan Amerika Serikat, ekonomi terbesar di Asia Tenggara dengan 250 juta penduduk, pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia (5,7%) setelah Tiongkok dan India, pendiri dan “pemimpin”) ASEAN, anggota G-20, dan anggota APEC. Warta Ekspor Edisi Februari 2016 9 Tajuk Utama Strategi ketiga berupa penguatan pasar ekspor dilakukan dengan penguatan peran perwakilan luar negeri (ITPC/International Trade and Promotion Center), pengembangan trading house (PT Sarinah, PT-PPI, PT MESCO UKM), promosi pariwisata, perdagangan dan investasi atau tourism, trade and investment (TTI); penanggulangan masalah akses pasar dan kasus ekspor; pengawasan penggunaan SKA Indonesia; peningkatan peran LPEI dalam mendukung pembiayaan ekspor; optimalisasi trade financing (bilateral swap); dan pemanfaatan potensi ekspor produk UMKM ke ASEAN dan negara lain.

Untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam hal harga, pemerintah perlu berupaya untuk memperbaiki tata niaga bahan baku rotan. Tata niaga rotan yang meliputi tata niaga bahan baku dan produk jadi diperbaiki dengan memangkas birokrasi yang panjang dalam memperoleh dokumen pengangkutan (Surat 99 Keterangan Sahnya Hasil Hutan Bukan Kayu (SKSHHBK)), memangkas pungutan yang ada dalam proses permohonan dokumen maupun pada saat bahan baku dan produk jadi diangkut atau didistribusikan. Pungutan-pungutan tersebut merupakan sumber terjadinya ekonomi biaya tinggi yang menyebabkan produk furnitur rotan Indonesia memiliki harga lebih mahal dibandingkan produk sejenis dari negara lain, sehingga furnitur rotan Indonesia kurang mampu bersaing.

Untuk meningkatkan mutu, pemerintah melalui Departemen Perindustrian perlu mengupayakan pengembangan teknologi melalui peningkatan pembinaan dan bantuan peralatan sehingga dapat diperoleh teknik produksi yang lebih baik dan



mampu menghasilkan produk furnitur rotan dalam jumlah lebih banyak dan kualitas yang lebih baik sehingga tidak kalah dengan mutu produk furnitur rotan dari negara lain.

Kelemahan produk furnitur Indonesia dalam hal desain perlu ditangani segera oleh pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan melalui upaya pengembangan desain. Pengembangan desain dapat dilakukan melalui pembinaan dan bantuan teknis pengembangan desain oleh instansi terkait, membuat pusat-usat desain furnitur rotan serta memberikan kemudahan dalam proses maupun biaya untuk mematenkan desain. Untuk lebih merangsang dan memberikan insentif bagi industri dalam menghasilkan desain yang inovatif, pemerintah dapat mengupayakan adanya lomba desain antar industri di mana industri yang memiliki desain terbaik dan inovatif mendapatkan insentif berupa berbagai kemudahan dalam pemasaran maupun promosi di dalam dan luar negeri.

Pemerintah perlu lebih mendorong kemampuan bersaing industri di pasar internasional melalui kepemilikan dan penerapan strategi bersaing pada masing-masing industri, melalui peningkatan pembinaan dan bimbingan teknis baik dalam teknik produksi maupun pemasaran. Dalam upaya meningkatkan kemampuan 100 bersaing industri furnitur rotan perlu meningkatkan kuantitas dan kualitas kegiatan yang menjadi faktor penentu dan sumber keunggulan bersaing diantaranya dengan meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan (research and development), serta berupaya memperjuangkan aspirasi industri furnitur rotan agar pemerintah benar-benar mengambil kebijakan yang memihak kepada pengembangan dan peningkatan daya saing industri furnitur dalam negeri.

Pemerintah pusat dan daerah perlu menggalakan penggunaan furnitur rotan untuk perkantoran pemerintah, restoran maupun tempat wisata sehingga meningkatkan permintaan dalam negeri serta menggalakan promosi ke luar negeri guna meningkatkan permintaan luar negeri. Melalui peningkatan permintaan dalam dan luar negeri maka produksi furnitur rotan dalam negeri akan semakin berkembang.

Perlu adanya komitmen yang kuat antara industri dan pemerintah dalam meningkatkan daya saing komoditi furnitur rotan serta dalam menerapkan strategi pengembangan ekspor, dan terakhir Perlu peningkatan kemampuan analisis pasar (market analysis) dan peningkatan kualitas dan kuantitas data guna analisis



penawaran dan permintaan bahan baku industri furnitur rotan dalam negeri, dengan menjalin kerjasama antara dunia usaha (industri furnitur rotan), pemerintah dan akademisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Jamaan, 2010, *Growth Triangle Indonesia Malaysia Thailand*, Unri Press, Pekanbaru
- Ahmad Jamaan, 2010, *Konflik dan Kerjasama dalam Politik Internasional*, Unri Press, Pekanbaru
- Ahmad Jamaan, 2010, Pengaruh Bentuk Perjanjian terhadap Keberhasilan Kerjasama Internasional (Kasus Kawasan Sub Ekonomi Regional IMT-GT), *Jurnal Transnasional Jurusan Hubungan Internasional FISIP Universitas Riau* Volume I No. 2, Hal. 101-115
- ASEAN Connectivity in Indonesia Context: A Preliminary Study on Geopolitics of Hydropower and Maritime Transport*, 2011, Center of Policy Analysis dan Development for Asia-Pasific and African Regions Policy Analysis and Development Agency Ministry of Foreign Affair of the Republic of Indonesia, Jakarta
- ASEAN Selayang Pandang*, edisi ke-20 tahun 2012, Setjen Kerjasama ASEAN, Kemenlu RI, Jakarta
- CFP. Luhulima. 2008, *Masyarakat Asia Tenggara Menuju Komunitas ASEAN 2015*, Pustaka Pelajar-P2P LIPI Jakarta
- Deany Afriany dan Ahmad Jamaan, Transnasionalisasi Jasa Keuangan, *Jurnal Demokrasi dan Otonomi Daerah*, Volume 10 nomor 2 Desember 2012, PPs Ilmu Politik FISIP Universitas Riau, Hlm 85-92
- Donald E Weatherbee. 2009, *International Relation in Southeast Asia: The Struggle for Autonomy*, Rowman & Littlefield Publisher Inc. Maryland, Hlm.

Expanding Opportunities: Integrating Indonesian Economic Corridors into ASEAN Market, An Overview on Basic Data and Information, 2011, Centre of Policy Analysis and Development for Asia-Pacific and African Regions Policy Analysis and Development Agency Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia

Mochtar Mas'ood. 1989, *Studi Hubungan Internasional*, Pusat Antar Universitas UGM, Yogyakarta

Nony Erau Nurtia dan Ahmad Jamaan, 2014, *Pengaruh Pembentukan Pasar Timah Indonesia (INATIN) Terhadap Posisi Tawar Indonesia di Pasar Global 2011-2013*, naskah publikasi Universitas Riau

<http://www.antaranews.com/berita/436319/kesiapan-koperasi-ukm-indonesia-menatap-era-mea-2015>. Investor Daily.

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia.2009, "*Menuju ASEAN Economic Community 2015*", Jakarta.

KPPN/Bappenas.2012."*Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2013*".Buku I.

KPPN/Bappenas.2013."*Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2013*".Buku II.

Sholeh. 2013. "Persiapan Indonesia Dalam Menghadapi AEC (Asean Economic Community) 2015". eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2013, 1 (2): 509-522.

Rizki Amalia, 2013, *Strategi Anggota IMT-GT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle) dalam Pengembangan Industri Halal*, skripsi, HI Universitas Riau

Yusmar Salamm, 2006, *Kerjasama Daerah dengan Pihak Luar Negeri: Fakta dan Ukuran Keberhasilan*, UGM, Yogyakarta

Udi Satria dan Ahmad Jamaan. 2014, *Dampak Kebijakan Larangan Ekspor Rotan Terhadap Industri Furnitur Rotan Indonesia 2011-2014*, naskah publikasi Universitas Riau

