

PERANAN NEGARA PERANTARA EKSPOR BAGI INDONESIA

The Role of Indirect Export Country for Indonesia

Azis Muslim

Pusat Pengkajian Perdagangan Luar Negeri, BPPP, Kementerian Perdagangan

Jl. M.I. Ridwan Rais No.5, Jakarta 10110, Indonesia

email: azis.muslim@kemendag.go.id

Naskah diterima: 08/07/2017; Naskah direvisi: 23/10/2017; Disetujui diterbitkan: 28/12/2017

Dipublikasikan online: 31/12/2017

Abstrak

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ekspor tidak langsung berperan dalam meningkatkan perdagangan. Terlepas dari fakta tersebut, beberapa pemangku kebijakan berpendapat bahwa proses ekspor tidak langsung perlu didorong menjadi ekspor langsung untuk meningkatkan ekspor Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peranan negara perantara ekspor bagi Indonesia dengan cara mengidentifikasi negara yang menjadi perantara dan produknya; serta mengetahui alasan pelaku bisnis melakukan ekspor tidak langsung. Penelitian ini menggunakan metode estimasi untuk mengidentifikasi ekspor tidak langsung Indonesia dengan mitra dagang dari tahun 2009 hingga 2013 dengan menggunakan data UN-Comtrade. Hasil kajian menunjukkan bahwa Malaysia, Thailand, dan Vietnam merupakan negara perantara ekspor Indonesia disamping negara perantara perdagangan internasional konvensional (Singapura, Hong Kong, Belanda, dan Jerman). Ekspor tidak langsung adalah optional bagi pelaku ekspor. Negara perantara ekspor memiliki peran positif untuk memfasilitasi ekspor bagi eksportir yang memiliki keterbatasan. Pemerintah perlu mendorong ekspor tidak langsung jika menguntungkan pelaku bisnis, dan perlu meningkatkan efektifitas peranan Atase dan ITPC dalam memberikan informasi pasar ekspor jika ekspor tidak langsung menjadi penghambat.

Kata Kunci: *Indirect Export, Intermediary Country, Re-export, Entrepot Trade*

Abstract

Some researchers found that indirect export could contribute to increase trade. Likewise, Indonesian policy maker believes that changes of indirect export to direct export will contribute to increase Indonesian export. The purpose of this study is to identify the importance of indirect export for Indonesia especially to identify Indonesian indirect export countries and products, and also to find out the reason of exporters in doing indirect export. This study used indirect export identified process method of Indonesian trade data with trading partners from 2009 to 2013 from UN-Comtrade. The result shows that Malaysia, Thailand, Vietnam as intermediary country for Indonesia besides the conventional intermediary countries (Singapore, Hong Kong, Netherlands, and Germany). Indirect export process is optional for exporters. Indirect export countries have a positive role to facilitate exports for exporters with some limitations. The Government need to push the indirect export if it is profitable for business. On the other hand, If indirect export is an obstacle, it can be reduced by increasing the effectiveness of the role of the Attache and ITPC to give import market information.

Keywords: *Indirect Export, Intermediary Country, Re-export, Entrepot Trade*

JEL Classification: F41, C22, C31, O24

PENDAHULUAN

Fenomena perbedaan pencatatan perdagangan antara dua negara merupakan fenomena umum. Misalkan data ekspor Indonesia ke RRT menurut catatan Indonesia dapat berbeda dengan catatan impor RRT dari Indonesia menurut catatan RRT. Ada beberapa faktor yang menyebabkan pencatatan ini berbeda. Perdagangan melalui pihak ketiga (*ekspor tidak langsung*) dapat menjadi salah satu faktor penyebab perbedaan ini.

Isu perdagangan melalui pihak ketiga juga mengemuka pada saat pertemuan Menteri Perdagangan RI dengan *The Secretary for Commerce and Economic Development of Hongkong*, di sela-sela pertemuan APEC MRT tanggal 17-18 Mei 2014 di Qingdao RRT. Dalam forum tersebut, peserta pihak Indonesia melihat bahwa investasi Hong Kong ke Indonesia merupakan yang terkecil dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya (Singapura, Thailand, dan Vietnam). Penyebab hal tersebut diantaranya bisa terjadi karena disinyalir sebagian perdagangan antara Indonesia-Hongkong masih dilakukan melalui negara ketiga yaitu Singapura, yang biasa dikenal dengan

istilah *ekspor tidak langsung (indirect export)*.

Ekspor tidak langsung sebenarnya hanya merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan terjadinya perbedaan data perdagangan (diskrepansi data). Secara umum, diskrepansi data perdagangan disebabkan oleh dua hal utama (yaitu: masalah yang berkaitan dengan pendataan dan masalah data yang tidak terdata (Puskadaglu, 2012).

Terdapat beberapa keuntungan serta kerugian yang akan didapatkan apabila suatu perusahaan melakukan *indirect export*. Dengan melakukan *indirect export* perusahaan mendapatkan beberapa keuntungan yaitu: kemudahan akses pasar, cukup fokus pada produksi atau pemasaran domestik saja, tidak ada biaya tambahan (R&D, pemasaran, dan strategi penjualan di pasar ekspor), manajemen ekspor ditangani perantara, dan tidak perlu penanganan produk setelah sampai di tujuan ekspor. Sedangkan kerugian yang akan didapatkan adalah: risiko kehilangan pasar lebih besar karena dipegang perantara, tidak punya kekuasaan mengendalikan pasar, dan keuntungan perdagangan lebih rendah

bila dibandingkan ekspor langsung (Peng, 2013).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan *ekspor tidak langsung* atau *intermediary trade* secara umum menyimpulkan bahwa *ekspor tidak langsung* sangat berperan dalam meningkatkan perdagangan suatu negara. Hasil penelitian Schröder, Trabold, & Trübswetter (2003) misalnya dengan menggunakan data ekspor Perancis menemukan bahwa semakin besar biaya akses pasar maka semakin besar *share intermediary trade*, dan semakin kecil pangsa pasarnya maka semakin besar *share intermediary trade*. *Intermediary trade* juga biasanya menjadi “*market makers*” di negara-negara berkembang seperti yang diungkapkan oleh Kumar & Bergstrom (2007). Lebih lanjut, peran *wholesaler* dalam mendorong terjadinya *indirect export* juga cukup besar (Bernard et al., 2011). Beberapa penelitian lain juga menemukan kesimpulan yang sama misalnya Abel-koch(2013), Ahn et al.(2011), Yasar (2015), Glode & Opp (2016), dan Tomasi (2012).

Di Indonesia sendiri masih terdapat banyak perbedaan pendapat terkait dengan peranan negara

perantara dalam ekspor tidak langsung. Pengambil kebijakan memiliki persepsi bahwa Indonesia akan memperoleh manfaat apabila ekspor tidak langsung diubah menjadi *direct* ekspor. Di sisi lain pelaku bisnis sebagian menganggap bahwa ekspor tidak langsung bisa memberikan manfaat yang lebih besar, sebagian lagi justru melihat bahwa ekspor tidak langsung kurang menguntungkan. Persepsi pelaku bisnis sangat ditentukan oleh persepsi masing-masing pengusaha dalam melakukan bisnisnya. Akibatnya bagi pelaku ekspor melakukan ekspor tidak langsung merupakan keputusan bisnis yang rasional. Berdasarkan hal tersebut, guna mendukung kinerja ekspor Indonesia yang semakin meningkat dan berkelanjutan diperlukan kajian “Peranan Negara Perantara *Ekspor tidak langsung* di Indonesia”. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peranan negara perantara ekspor tidak langsung bagi Indonesia dengan cara mengidentifikasi negara yang menjadi pihak ketiga dan produknya; serta mengetahui alasan pelaku bisnis melakukan ekspor tidak langsung. Diharapkan dengan adanya kajian ini

dapat berkontribusi menambah khasanah pengetahuan khususnya di bidang ekonomi perdagangan internasional.

METODE

Berdasarkan hasil tinjauan pustaka terhadap metode yang digunakan dalam melihat peranan negara perantara ekspor tidak langsung dalam meningkatkan kinerja ekspor, kajian ini melihat belum terdapat landasan teori yang kuat yang bisa menjadi dasar untuk melihat peranan negara perantara ekspor tidak langsung. Proses identifikasi ekspor tidak langsung sebetulnya mudah apabila terdapat data *re-export* dari barang yang di ekspor. Seperti studi dari Feenstra & Hanson (2004) yang menganalisa peran Hong Kong yang menjadi perantara perdagangan antara RRT dan negara lain. Data penelitian menunjukkan bahwa 53% ekspor RRT dikirim ke Hong Kong sejak tahun 1988 – 1998. Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data ekspor dan *re-export* dari Hong Kong Census and Statistics Office.

Manfaat adanya data *re-export* dapat dilihat pada studi Bernard et al.

(2011) dan Bernard et al.(2015) yang membuktikan hipotesanya mengenai pengaruh *wholesaler* dalam mendorong terjadinya *indirect export*. Penelitian tersebut menggunakan uji model regresi terhadap nilai ekspor perusahaan. Untuk menjelaskan nilai ekspor dilibatkan variabel-variabel independen yaitu karakter negara tujuan ekspor, variabel *dummy* apakah perusahaan mengekspor melalui *wholesaler* atau tidak, dan interaksi variabel-variabel tersebut serta biaya-biaya perdagangan yang harus ditanggung oleh perusahaan baik yang bersifat *fixed* maupun yang berubah-ubah.

Penelitian dari Crozet et al. (2013) melakukan uji ekonometrika terhadap *share wholesaler* dalam nilai ekspor. Variabel ini diregresi terhadap nilai PDB negara tujuan ekspor, jarak negara tujuan ekspor, karakteristik negara tujuan ekspor (berbatasan dan berbahasa yang sama), biaya perdagangan, dan *dummy* proteksi perdagangan. Model ini juga mengontrol *fixed effect* dari setiap negara tujuan perdagangan guna menjelaskan faktor-faktor spesifik

negara yang belum dijelaskan oleh variabel-variabel independen¹.

Untuk kasus Indonesia, BPS belum mencantumkan informasi *re-export* dalam dokumen Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB)². Perlu *proxy* data yang dapat mewakili informasi kejadian *re-export* tersebut. Berdasarkan pada keterbatasan yang ada, penelitian ini membuat sebuah metode untuk proses identifikasi ekspor tidak langsung Indonesia. Metode tersebut seperti yang dijelaskan pada bagian berikut:

- Definisi 1: Nilai ekspor produk k dari Indonesia ke negara i < nilai impor produk k negara tujuan utama dari negara i (definisi 1)
- Definisi 2: Volume ekspor produk k dari Indonesia ke negara i ≤ volume impor produk k negara tujuan utama dari negara i (definisi 2)
- Konsistensi dari kedua nilai identifikasi diatas selama beberapa tahun terakhir memperkuat dugaan terjadinya *indirect export* melalui negara i.

Sebagai contoh, Indonesia melakukan ekspor batubara ke negara

Singapura sebesar USD 1. Lalu, Singapura melakukan ekspor batubara ke RRT sebesar USD 2. Artinya, hal ini memenuhi definisi 1. Apabila Indonesia melakukan ekspor batubara ke negara Singapura sebanyak 1 Kg. Lalu, Singapura melakukan ekspor batubara ke RRT sebanyak 2 Kg. Artinya, hal ini memenuhi definisi 2. Karena definisi 1 dan 2 terpenuhi dan konsisten berarti diduga terjadi *indirect export* melalui negara Singapura.

Untuk saat ini, metode inilah yang paling rasional untuk mengidentifikasi perdagangan ekspor tidak langsung apabila data *re-export* tidak dimiliki, *proxy* ini digunakan sebagai pengganti data *re-export* seperti penelitian Feenstra & Hanson (2004). Selain ini, cara lainnya adalah untuk mendatangi langsung negara-negara singgah dan meneliti formulir kedatangan barang di pelabuhan mereka. Proses seperti ini akan sangat memakan waktu dan biaya, mengingat banyaknya jumlah negara yang perlu diidentifikasi sebagai negara singgah (Feenstra & Hanson, 2004).

Dengan definisi diatas, kajian ini menghitung *incidence*, nilai dan volume perdagangan ekspor tidak langsung Indonesia. *Incidence* adalah

¹Referensi lain mengenai *intermediary* dalam perdagangan dapat merujuk penelitian Bolatto et al. (2017) dan Yue (2016).

²Dalam diskusi terbatas kajian, pihak BPS sebenarnya telah berencana mencantumkan data *re-export* dalam PEB dalam bentuk isian *consignment*, namun belum terealisasi.

banyaknya jenis produk yang diperdagangkan atau lebih sering dikenal sebagai *product line*. Pada penelitian ini sepuluh (10) negara yang merupakan tujuan ekspor utama Indonesia dipilih sebagai sampel untuk mewakili negara utama tujuan ekspor Indonesia. Negara-negara ASEAN tidak dipilih menjadi negara tujuan mengingat lokasi yang sangat dekat dengan Indonesia dan besarnya kemungkinan negara-negara ASEAN menjadi negara singgah produk ekspor Indonesia, sebagai contohnya Singapura telah dikenal sebagai negara perantara ekspor Indonesia. Untuk kawasan Eropa tujuan ekspor tidak diambil per negara namun diambil secara kelompok yaitu Uni Eropa.

Negara-negara yang merupakan *partner* ekspor utama Indonesia, secara berurutan, adalah Jepang, RRT, Uni Eropa, Amerika Serikat, India, Republik Korea, Australia, Saudi Arabia, Turki dan Brazil. Kesepuluh negara tersebut dapat dikatakan mewakili masing-masing benua atau wilayah besar yang menjadi tujuan utama produk Indonesia ke seluruh dunia. Wilayah benua Afrika tidak dimasukkan dalam sampel yang

dianalisis karena ekspor Indonesia ke negara tersebut relatif kecil.

Data penelitian berasal dari UN-Comtrade yang diakses melalui *World Integrated Trade Solution* (WITS). Data penelitian ini adalah data perdagangan Indonesia dengan mitra dagang dari tahun 2009 sampai 2013. Data tersebut tersedia detil hingga level HS 6 digit.

Untuk mendukung metode estimasi di atas, penelitian ini juga menggunakan analisis dengan pendekatan analisis kualitatif. Pendekatan analisis kualitatif berupa *expert judgement* yang melibatkan dan menggunakan informasi dari berbagai *stakeholders* melalui survey, FGD dan diskusi terbatas untuk menjawab peranan ekspor tidak langsung. Survey dan FGD dilakukan terhadap beberapa Perusahaan (Perwakilan usaha besar dan UKM) dan Asosiasi yang melakukan ekspor. Survey dan FGD dilaksanakan di beberapa tempat di Indonesia (Jakarta/Jawa Barat, Surabaya/Jawa Timur dan Makasar). Hal ini dilakukan untuk melengkapi hasil dari analisis data kuantitatif. Kombinasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif ini dimaksudkan agar analisis penelitian dapat lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Incidence Ekspor tidak langsung

Tabel 1 meringkas hasil perhitungan *incidence* menjadi urutan negara yang mengalami paling banyak kejadian terjadinya ekspor tidak langsung berdasarkan definisi pertama. Tampak pada tabel tersebut,

Singapura adalah negara terbanyak dengan jenis produk yang diperdagangkan secara *indirect* dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan dugaan banyak kalangan bahwa Singapura adalah negara singgah barang-barang dari Indonesia yang diekspor lagi ke negara lainnya.

Tabel 1. Jumlah *Incidence* Terjadinya Ekspor Tidak Langsung Indonesia di Beberapa Negara, Menurut Definisi 1, 2009-2013

Negara	2009		2010		2011		2012		2013	
	incidence	%								
Singapura	1622	56,5	1696	61,3	1798	62,2	1790	60,9	1691	58,8
Malaysia	1537	62,9	1591	67,8	1607	69,0	1596	66,9	1553	65,5
Thailand	1382	75,9	1443	79,5	1587	82,5	1573	81,4	1527	79,5
Hong Kong	1115	73,3	1058	75,7	1235	79,0	1255	79,0	1287	78,9
Jerman	1223	75,9	1104	77,0	1140	77,4	1183	77,7	1199	77,8
Vietnam	834	56,8	890	60,6	1059	65,3	1100	67,2	1078	67,1
Italia	899	80,3	875	84,0	840	83,4	883	86,5	896	86,1
Inggris	855	69,0	758	70,4	770	72,8	854	74,3	875	74,6
Filipina	724	51,6	752	53,8	762	55,9	733	54,5	824	54,8
Perancis	818	75,7	788	79,6	792	78,5	865	81,4	821	79,6
Kanada	768	79,7	718	82,0	725	81,5	823	80,5	770	79,2
Belanda	756	57,6	795	62,2	835	62,8	770	61,5	756	61,7
Uni Emirat Arab	627	51,4	649	58,8	687	59,2	666	58,2	725	58,3
Belgia	448	53,5	443	57,0	453	57,9	685	64,6	654	64,1
Spanyol	569	62,6	594	68,8	553	67,2	610	70,7	607	70,5
New Zealand	593	65,4	563	65,2	562	65,7	581	65,1	599	65,1
Afrika Selatan	494	59,6	508	61,8	501	60,4	535	60,3	559	61,2
Meksiko	465	76,0	515	83,2	505	80,5	514	81,5	531	82,1
Swiss	521	87,7	526	91,5	519	93,3	510	92,9	513	91,0
Swedia	335	59,7	336	63,3	304	59,7	299	59,9	341	63,5
Russia	300	58,9	333	62,7	303	57,8	321	56,5	306	54,9
Norwegia	263	75,6	256	76,0	304	80,6	290	80,1	290	79,7
Sri Lanka	267	38,9	266	38,6	307	45,3	312	46,1	288	42,9
Denmark	277	54,0	286	59,3	283	58,4	323	60,4	284	57,1
Austria	315	70,8	266	68,9	264	68,8	310	70,9	259	66,4

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah

Keterangan: Dihitung menggunakan definisi 1, contoh Singapura pada tahun 2013 terdapat sebanyak 1691 jenis produk yang diperdagangkan secara *indirect* dari Indonesia.

Jerman adalah negara yang paling favorit menjadi negara singgah Indonesia di wilayah eropa (dilihat dari nilai *incidence* pada Tabel 1). Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa Jerman

adalah salah satu pintu masuk produk Indonesia ke wilayah Eropa. Dengan demikian, negara tersebut menjadi negara perantara ekspor tidak langsung Indonesia.

Tabel 2. Jumlah *Incidence* Terjadinya Ekspor Tidak Langsung Indonesia di Beberapa Negara, Menurut Definisi 2, 2009-2013

Negara	2009		2010		2011		2012		2013	
	incidence	%								
Singapura	1399	48,7	1577	57,0	1641	56,8	1704	58,0	1513	52,6
Thailand	1286	70,6	1388	76,5	1490	77,5	1508	78,1	1474	76,7
Malaysia	1331	54,5	1452	61,8	1468	63,1	1496	62,8	1438	60,7
Hong Kong	1032	67,8	1022	73,2	1165	74,5	1188	74,8	1235	75,7
Jerman	1091	67,7	1029	71,8	1082	73,5	1240	81,4	1134	73,6
Vietnam	779	53,0	879	59,9	1039	64,1	1095	66,9	1061	66,0
Inggris	754	60,9	696	64,6	720	68,1	899	78,2	823	70,2
Italia	736	65,8	802	77,0	764	75,9	838	82,1	814	78,2
Perancis	656	60,7	714	72,1	695	68,9	854	80,3	767	74,4
Filipina	661	47,1	691	49,5	692	50,7	711	52,8	763	50,7
Kanada	641	66,5	661	75,5	670	75,3	795	77,8	711	73,1
Uni Emirat Arab	562	46,1	642	58,2	658	56,7	624	54,5	707	56,8
Belanda	650	49,5	728	57,0	774	58,2	785	62,6	697	56,9
Belgia	353	42,1	378	48,6	399	51,0	680	64,1	608	59,5
Spanyol	460	50,6	529	61,2	486	59,1	588	68,1	541	62,8
New Zealand	478	52,7	497	57,6	492	57,5	539	60,4	532	57,8
Afrika Selatan	403	48,6	443	53,9	444	53,5	447	50,4	505	55,3
Meksiko	405	66,2	476	76,9	475	75,8	456	72,3	504	77,9
Swiss	448	75,4	487	84,7	471	84,7	455	82,9	474	84,0
Swedia	279	49,7	299	56,3	270	53,0	319	63,9	310	57,7
Russia	250	49,1	322	60,6	274	52,3	299	52,6	268	48,1
Sri Lanka	238	34,6	244	35,4	275	40,6	266	39,3	261	38,9
Norwegia	209	60,1	233	69,1	277	73,5	222	61,3	260	71,4
Denmark	228	44,4	253	52,5	259	53,4	306	57,2	257	51,7
Austria	255	57,3	233	60,4	232	60,4	313	71,6	229	58,7

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah

Keterangan: Dihitung menggunakan definisi 2, contoh Singapura pada tahun 2013 terdapat sebanyak 1513 jenis produk yang diperdagangkan secara indirect dari Indonesia.

Sementara itu, tabel 2 merupakan hasil perhitungan *incidence* menggunakan definisi kedua. Hasil

perhitungan menggunakan definisi ini sedikit berbeda dengan hasil di tabel 1 akibat ketersediaan data. Ada banyak

negara yang tidak menampilkan data volume perdagangan. Selain itu, meskipun data tersedia, tidak semua produk bisa dibandingkan secara langsung karena satuan volume yang berbeda. Dalam perhitungan ini, hanya volume ekspor barang yang menggunakan satuan kilogram yang bisa

dihitung. Oleh karena itu, bagi negara-negara dan produk-produk yang melaporkan volume tidak dalam kilogram akan otomatis dikeluarkan dari analisa. Alasannya, satuan volume yang berbeda (misalnya memakai liter) tidak sama dengan satuan volume kilogram.

Tabel 3. Nilai Ekspor Tidak Langsung Indonesia di Beberapa Negara (Juta dollar), 2009-2013

Negara	2009	2010	2011	2012	2013
Malaysia	14.500	23.000	27.800	39.000	26.000
Singapura	20.000	28.600	38.400	29.600	23.200
Thailand	7.051	11.900	16.600	18.500	17.600
Vietnam	2.051	3.144	3.876	4.719	5.348
Jerman	3.074	5.012	5.576	4.650	5.333
Hong Kong	5.406	5.217	5.897	5.942	4.589
Filipina	2.306	3.171	3.218	4.706	3.989
Italia	2.257	3.452	4.063	3.123	3.448
Afrika Selatan	676	996	4.763	6.627	3.446
Inggris	2.189	3.166	3.532	3.703	3.036
Meksiko	1.552	1.891	2.361	2.768	2.736
Perancis	1.554	2.489	3.431	2.895	2.689
Kanada	1.876	2.475	2.685	2.411	2.436
Belanda	1.070	1.785	1.859	2.288	2.289
Uni Emirat Arab	1.039	1.527	2.095	1.511	1.728
Spanyol	643	1.193	1.379	1.352	1.294
Polandia	260	392	471	840	930
Belgia	585	1.058	801	670	746
Russia	158	306	568	644	539
New Zealand	623	596	368	386	472
Argentina	141	192	191	261	342
Swedia	291	194	144	294	334
Swiss	609	352	380	295	283
Norwegia	76	122	150	201	241
Bangladesh	16	82	186	251	228
Denmark	166	214	319	254	211
Mesir	178	402	143	179	206

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah
Keterangan: Indirect definisi 1

Nilai Perdagangan Ekspor tidak langsung

Tabel 3 menampilkan ekspor tidak langsung Indonesia per negara singgah berdasarkan nilainya. Negara singgah dengan nilai ekspor tidak langsung terbesar adalah Malaysia. Singapura yang sebelumnya merupakan negara paling banyak menerima jenis produk Indonesia dengan ekspor tidak langsung ternyata menurun peringkatnya. Sejak tahun 2012 Malaysia menggantikan Singapura sebagai negara singgah ekspor Indonesia terbesar. Hal ini didukung data pada tabel 4 dimana Malaysia merupakan negara singgah terbesar untuk ekspor tidak langsung Indonesia dilihat dari volume ekspor.

Volume Perdagangan Ekspor tidak langsung

Tabel 4 menunjukkan bahwa volume perdagangan ekspor tidak langsung Indonesia terbesar adalah melalui Malaysia, diikuti Singapura, Thailand, Vietnam. Dapat disimpulkan bahwa semakin dekat negara singgah maka semakin besar pula volume produknya. Terlepas dari kelemahan data volume yang dijabarkan, terlihat bahwa terjadi penurunan drastis volume perdagangan ekspor tidak langsung melalui Singapura (perbandingan tahun 2009 dan 2013). Namun, terjadi fluktuasi untuk volume perdagangan melalui Singapura.

Tabel 4. Daftar Negara Ekspor Tidak Langsung Menurut Volume Ekspor (Ribu Ton) 2009-2013

Negara	2009	2010	2011	2012	2013
Malaysia	21400	27200	28100	35400	22800
Singapura	7330	10900	14500	4370	4200
Thailand	2270	2740	6350	3880	3850
Vietnam	1040	1580	1950	1470	1760
New Zealand	2300	1550	611	440	1620
Belanda	415	914	906	958	1110
Filipina	570	1180	854	1070	1060
Jerman	565	725	772	685	717
Kanada	634	787	715	574	619
Hong Kong	323	342	331	294	521
Uni Emirat Arab	408	484	844	349	447
Italia	521	525	696	423	420
Inggris	672	561	569	426	385
Perancis	237	305	336	300	298

Bangladesh	10.7	117	222	326	282
Meksikoi	350	198	439	269	248
Spanyol	194	230	292	228	221
Russia	56.9	97.1	128	166	184
Argentina	14.7	22.6	67.1	40.1	143
Belgia	220	145	228	212	135
Afrika Selatan	170	208	433	96.7	120
Pakistan	18	44.2	48	49.8	113
Oman	13	43.2	53.2	73.3	96.5
Mesir	41.7	409	48.6	51.1	69.6
Chile	17.2	26.7	31.2	43.2	63.6
Swedia	14.4	23.1	23.6	39	51.5
Polandia	50.5	48	45.5	31.8	47.2
Sri Lanka	44.7	39.4	50.5	37.7	41.7
Norwegia	12.7	13.7	42.2	46.8	30.6
Denmark	18.5	31.5	93.5	42.7	24.6

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah
Keterangan: Indirect definisi 1

Produk Ekspor tidak langsung Indonesia

Produk-produk yang kerap menjadi produk *ekspor tidak langsung* dirangkum pada tabel 5 dalam satuan

nilai ribu dollar. Untuk menyederhakan deskripsi produk, maka produk-produk dianalisa pada level 2 digit HS. Produk mesin listrik dan komponennya merupakan yang paling dominan.

Tabel 5. Produk-produk Ekspor Indonesia yang Melalui Ekspor Tidak Langsung Berdasarkan Nilai Perdagangan (Ribu Dollar), 2012-2013

No	hs2d	Deskripsi	2012	2013
1	85	Electrical machinery and equipment and parts thereof	6,251,428	6,912,720
2	27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral waxes	5,678,091	5,246,555
3	84	Nuclear reactors, boilers, machinery and mechanical appliances; parts thereof	3,575,833	4,370,696
4	87	Vehicles other than railway or tramway rolling-stock, and parts and accessories thereof.	1,306,902	2,178,137
5	39	Plastics and articles thereof	1,880,152	1,985,176
6	15	Animal and vegetable fats/oils	2,794,359	1,761,101
7	40	Rubber and articles thereof	1,586,564	1,366,338
8	90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical instrumen	668,798	1,045,375
9	73	Articles of iron or steel.	783,511	882,010
10	29	Organic chemicals, hydrocarbons and their halogenated, sulphonated, nitrated	906,758	863,665
11	38	Miscellaneous chemical products	517,066	830,776
12	64	Footwear, gaiters and the like; parts of such articles	2,307,975	815,930
13	71	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad with preciou	1,113,782	672,506
14	62	Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	2,491,244	628,056
15	61	Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted	2,558,030	609,831

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah

Selanjutnya, produk mineral, *boilers*, kendaraan, plastik, minyak hewani dan nabati, karet, optik dan seterusnya adalah produk yang paling sering *melewati* negara singgah. Pada

tabel 5 terdapat juga produk-produk pakaian dan perhiasan yang sejak dulu sudah menjadi produk Indonesia yang favorit menjadi produk ekspor tidak langsung.

Tabel 6. Produk-produk Ekspor Tidak Langsung Indonesia Berdasarkan Nilai Perdagangan Per Negara Perantara (Ribu Dollar), Tahun 2013

Negara	No	HS 6 Digit	Deskripsi	Nilai (ribu \$)	% terhadap total ekspor
Singapura	1	854219	Monolithic integrated circuits, nes	281956	1,69%
	2	890520	Floating or submersible drilling	281503	1,69%
	3	271000	Petroleum oils, etc, (excl. crude)	185469	1,11%
	4	847192	Input or output units, whether or not	155356	0,93%
	5	847199	Automatic data processing machines	124047	0,74%
Malaysia	1	271000	Petroleum oils, etc, (excl. crude)	480605	4,51%
	2	270900	Petroleum oils and oils obtained	306309	2,87%
	3	151190	Palm oi (excl. crude) and liquid	244292	2,29%
	4	800110	Tin not alloyed unwrought	176508	1,65%
	5	151919	Industrial monocarboxylic fatty acid	169391	1,59%
Jerman	1	852110	Video recording or reproducing appa	37868	1,31%
	2	854219	Monolithic integrated circuits, nes	23815	0,83%
	3	940360	Furniture, wooden, nes	23648	0,82%
	4	870870	Wheels including parts and accessor	23176	0,80%
	5	950390	Toys nes	17416	0,60%
Belanda	1	271000	Petroleum oils, etc, (excl. crude);	91437	2,23%
	2	180400	Cocoa butter, fat and oil	13123	0,32%
	3	870870	Wheels including parts and accessor	12473	0,30%
	4	291590	Saturated acyclic monocarboxylic ac	11729	0,29%
	5	190190	Other food preparations of flour, e	10816	0,26%

Sumber: Data UN Comtrade (2016) diolah

Apabila karakteristik produk yang diekspor tidak langsung diturunkan ke masing-masing negara singgah (Tabel 6) ternyata setiap negara memiliki karakteristik yang berbeda. Untuk kawasan ASEAN, Malaysia merupakan negara dengan nilai *ekspor tidak langsung* terbesar.

Produk yang melalui Malaysia banyak didominasi oleh minyak bumi, minyak sawit dan timah. Untuk Singapura nilai perdagangan *indirect* lebih didominasi oleh produk minyak bumi dan produk rangkaian terintegrasi.

Untuk pasar Eropa relatif didominasi oleh negara singgah

tradisional, yaitu Jerman dan Belanda. Untuk Jerman, produk yang mendominasi dalam *ekspor tidak langsung* Indonesia relatif didominasi produk berteknologi tinggi seperti *video recording*, rangkaian terintegrasi, *sparepart* kendaraan. Berdasarkan survey informasi FGD, di Indonesia terdapat industri perakitan produk-produk Jerman. Untuk Belanda terdapat produk-produk sumber daya alam semisal minyak bumi, coklat, dan tepung terigu.

Untuk mendapatkan gambaran peranan negara perantara ekspor tidak langsung di Indonesia telah dilakukan pula beberapa survey untuk mengetahui persepsi para pelaku ekspor serta pemangku kebijakan terkait. Secara umum para pelaku ekspor³ berpendapat bahwa bagi mereka melakukan ekspor baik secara *direct* maupun *indirect* tidak menjadi masalah utama. Bagi eksportir selama proses ekspor tersebut menguntungkan maka model apapun akan dilakukan.

Terdapat beberapa alasan eksportir melakukan *ekspor tidak langsung*. Hal pertama adalah negara

³Dipilih berdasarkan hasil olahan data, asosiasi eksportir dengan identifikasi produk yang dominan diekspor secara tidak langsung.

singgang dari ekspor *indirect* memiliki fasilitas pelabuhan dan transportasi yang lebih bagus/baik dibandingkan dengan fasilitas pelabuhan dan transportasi yang dimiliki oleh Indonesia. Sebagai contoh produk karet Indonesia dalam proses ekspornya ada yang dilakukan secara *indirect* dengan negara singgahnya adalah Singapura. Produk karet yang diekspor biasanya dibawa oleh kapal-kapal Indonesia dengan kapasitas kecil, apabila sampai ke Singapura karet diekspor ke negara tujuan dengan menggunakan kapal berkapasitas besar (*mother vessel*) sehingga bisa mengangkut barang ekspor dengan volume besar. Hal kedua yang menjadi alasan melakukan ekspor tidak langsung adalah eksportir produsen ada yang merupakan anak perusahaan dari Multi National Company (MNC). Sebagai contoh salah satu perusahaan Eropa yang memproduksi *boiler* di Indonesia, produknya perlu diassembling dengan bagian lain untuk menghasilkan produk jadi. Walaupun pasar akhir produknya adalah Amerika Serikat namun karena kebijakan perusahaan induk MNC mengharuskan diekspor terlebih dahulu ke Jerman

(Berdasarkan keterangan PT. Siemens Indonesia dari hasil FGD). Produk karet sangat terikat oleh musim dalam produksinya, sehingga apabila terjadi kelebihan produksi di musim tertentu maka kelebihan tersebut harus dicari pasar alternatif sementara disamping pasar yang telah ada. Apabila dilakukan pencarian pasar sendiri hal ini akan menjadi biaya tersendiri, dengan adanya perantara di negara singgah maka hal ini dapat dimanfaatkan untuk menembus pasar ekspor yang dikuasai oleh perantara tersebut. Yang terakhir hasil FGD memberikan informasi bahwa untuk memasuki pasar ekspor kadang-kadang pelaku ekspor mendapati hambatan di pasar ekspor dari sisi aturan. Namun, aturan tersebut mungkin diterapkan secara berbeda antara Indonesia dan negara singgah. Untuk Indonesia aturannya relatif lebih restriktif, sehingga para pelaku ekspor menggunakan perantara di negara singgah untuk dapat menembus negara tujuan akhir.

Apa yang diungkapkan pelaku usaha ekspor (beberapa perwakilan asosiasi dipilih berdasarkan hasil pada Tabel 5) di atas nampaknya konsisten dengan beberapa kesimpulan

beberapa penelitian. Studi Ellis (2003) mengidentifikasi beberapa keuntungan model *intermediary trade* dalam perdagangan internasional. Keuntungan itu meliputi: peningkatan efisiensi distribusi barang menuju suatu negara dengan minimalisasi biaya akibat hambatan perdagangan; terbukanya peluang pasar baru dan sumber input baru dengan cara mendorong pertumbuhan produktivitas; serta peningkatan teknologi pemasaran, kredit, pemerataan infrastruktur, pelatihan pemasaran.

Selain itu, sebuah studi dari Jolanda Hessels & Siri Terjesen (2007) mengungkapkan alasan mengapa UKM di Belanda melakukan *indirect export*. Kedua ahli tersebut menjelaskan bahwa ada dua aspek besar yang mempengaruhi perilaku ekspor UKM yaitu *resource dependency* dan *institutional theory*. *Resource dependency* berarti adanya kemampuan suatu perusahaan untuk mengakses sumber daya dari pihak lain di dalam lingkungan dan bagaimana kelangkaan sumber daya bisa mendorong organisasi untuk mencari inovasi dan memakai sumber daya alternatif. Sedangkan, *institutional theory* menjelaskan

bagaimana organisasi bisa mengadopsi perilaku yang dapat diterima dalam lingkungan organisasinya. Hasil dari studi ini menyatakan bahwa *financial access* yang baik dalam lingkup domestik akan lebih mendorong UKM untuk melakukan *indirect export*. Sedangkan pengaruh dari pihak lain dan lingkungan bisnis berpengaruh dalam mendorong UKM untuk mengeksport (Hessels et al. 2007). Sedangkan Crozet et al. (2013) melakukan analisa data perusahaan-perusahaan Perancis guna membuktikan bahwa keberadaan *wholesaler* membantu perusahaan untuk dapat meningkatkan kegiatan ekspor mereka. Hal ini disebabkan karena *wholesaler* menghilangkan kendala yang dihadapi perusahaan untuk mencapai pasar-pasar yang sulit digapai dan dapat membantu perusahaan yang kurang efisien untuk mensuplai pasar-pasar di luar negeri.

Sebuah studi dari Feenstra & Hanson (2004) mengungkapkan lima alasan RRT melakukan *re-export* melalui Hong Kong, yaitu:

1. Hong Kong *traders* memiliki keunggulan informasi perdagangan antara Cina dengan seluruh dunia⁴.

⁴Hong Kong dikenal sebagai *entrepot* bagi perdagangan Cina (Qian, 2016).

Sebagai negara perantara, Hong Kong bisa mengklaim biaya informasi untuk barang RRT. Keunggulan informasi ini juga yang menyebabkan Hong Kong menjadi *quality control* bagi barang RRT agar sesuai dengan standar internasional (*Quality Sorting*).

2. Penghubung jaringan produksi. *Re-export* dari Hong Kong digunakan untuk mentransfer barang setengah jadi untuk diproduksi di negara lain.
3. *Taxes, tariffs, and Quotas*. Hong Kong menerapkan *corporate tax* lebih rendah.
4. *Multinational firms* menyebabkan kemungkinan *re-export* lebih besar oleh karena adanya *tax benefit*.
5. Jarak antara negara tujuan ekspor dengan RRT yang *cukup* jauh dan bervariasi. Semakin jauh jaraknya, *re-export* semakin mungkin terjadi.

Disamping manfaat yang diperoleh oleh adanya model ekspor tidak langsung ada juga pelaku usaha yang menganggap proses ekspor tidak langsung merugikan mereka. Sebagai contoh ada pelaku ekspor majun (kain bekas) Indonesia dengan pasar Afrika harus melalui negara Thailand. Menurut pelaku ekspor majun tersebut

seandainya informasi mengenai negara tujuan ekspor yaitu siapa pembeli dari produk mereka, dapat diketahui, maka menurut mereka ekspor majun dapat dilakukan secara *direct*. Pelaku ekspor majun tersebut mengusulkan agar Kementerian Perdagangan terutama dalam hal ini perwakilan luar negerinya (Atase dan ITPC) dapat diberdayakan untuk mendapatkan informasi akan hal ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengetahui pembeli/industri pemakai kain majun di Afrika.

KESIMPULANDAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa disamping sebagai negara singgah perdagangan internasional konvensional (Singapura, Hong Kong, Belanda, Jerman) negara Malaysia, Thailand, Vietnam juga terindikasikan sebagai negara singgah ekspor tidak langsung Indonesia. Barang utama yang diperdagangkan Indonesia ke pasar dunia yang melalui ekspor tidak langsung dari ranking nilai perdagangan adalah produk mesin listrik dan komponennya, mineral, boilers, kendaraan, plastik, minyak hewani dan nabati, karet, optik adalah

produk yang paling sering melewati negara singgah.

Terdapat beberapa alasan pelaku ekspor melakukan ekspor secara *indirect*, diantaranya: fasilitas transportasi dan pelabuhan di negara singgah; produsen eksportir merupakan cabang dari MNC sehingga pasar dan jalur pengiriman ditentukan pusat; terdapat gap informasi; adanya produksi berlebih mendorong produsen menggunakan *ekspor tidak langsung*; letak geografis, preferensi perdagangan, besarnya keuntungan dan faktor non-ekonomi. Sehingga negara perantara ekspor memiliki peran positif untuk memfasilitasi ekspor bagi eksportir yang memiliki keterbatasan.

Pada prinsipnya proses ekspor secara tidak langsung adalah optional bagi pelaku ekspor. Apabila menguntungkan pelaku bisnis pemerintah perlu mendorongnya misalnya dengan memberikan informasi pasar ekspor. Apabila merupakan hambatan, dapat dikurangi misalnya dengan peningkatan efektifitas peranan atase dan ITPC dalam memberikan informasi pasar ekspor.

Untuk penelitian lebih lanjut disarankan adanya perbaikan dari sisi data. Disarankan pencantuman informasi data *re-export* dalam dokumen Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB) segera direalisasikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bang Dionisius A. Narjoko Phd., Bang Carlos Mangunsong, dan Mas Aditya, atas dukungan serta sarannya baik dalam penelitian yang dilakukan maupun dalam penulisan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua rekan-rekan di Puskadaglu atas dukungan moral dan pertemanan selama bekerja di bidang penelitian. Ucapan terima kasih juga kepada mitra kerja di PDSI Kementerian Perdagangan Indonesia yang telah memberikan bantuan berupa ketersediaan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel-koch, J (2013). *Who Uses Intermediaries in International Trade? Evidence from Firm-level Survey Data*. World Economy. vol. 36.no. 8. pp. 1041-64.
- Ahn, J., Khandelwal, A. K., & Wei, S. J. (2011). *The role of intermediaries in facilitating trade*. Journal of International Economics. vol. 84.no. 1. pp. 73-85.
- Bernard, A. B., Grazzi, M., & Tomasi, C. (2011). *Intermediaries in international trade: Direct versus indirect modes of export*. National Bureau of Economic Research.
- Bernard, A. B., Grazzi, M., & Tomasi, C. (2015). *Intermediaries in international trade: Products and destinations*. Review of Economics and Statistics, 97(4), 916-920.
- Bolatto, S., Grazzi, M., & Tomasi, C. (2017). *Export intermediaries and adjustments to exchange rate movements*. NBER Working Paper No. 17711.
- Crozet, M., Lalanne, G., & Poncet, S. (2013). *Wholesalers in international trade*. European Economic Review, 58, 1–17.
- Ellis, P. (2003). *Are international trade intermediaries catalysts in economic development? A new research agenda*. Journal of International Marketing, 11(1), 73–96.
- Feenstra, R. C., & Hanson, G. H. (2004). *Intermediaries in Entrepot Trade: Hong Kong Re-Exports of Chinese Goods*. Journal of Economics & Management Strategy, 13(1), 3–35.
- Glode, V., & Opp, C. (2016). *Asymmetric information and intermediation chains*. The American Economic Review, 106(9), 2699-2721.
- Hessels, J., Terjesen, S., & others. (2007). *SME Choice of Direct and Indirect Export Modes: Resource Dependency and Institutional Theory Perspectives*. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMES, 5–9.
- Kumar, S., & Bergstrom, T. (2007). *An explorative study of the relationship of export intermediaries and their trading partners*. In Supply Chain Forum: An International Journal (Vol. 8,

- pp. 12–31). KEDGE Business School.
- Peng, M. (2013). *Global business*. Cengage learning.
- Puskadaglu (2012). Analisis Diskrepani Perdagangan Luar Negeri. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri kementerian Perdagangan RI.
- Qian, Y. A. N. G. (2016). Comparative Advantages of Shenzhen Hong Kong Modern Cooperation Zone Analysis and Impact on Hong Kong. *Canadian Social Science*, 12(7), 46-49.
- Schröder, P. J., Trabold, H., & Trübswetter, P. (2003). *Intermediation in foreign trade: when do exporters rely on intermediaries?*. DIW-Diskussionspapiere.
- Terjesen, S.A. (2007). *SME Choice of Direct and Indirect Export Modes: Resource Dependency and Institutional Theory Perspectives*. EIM Business and Policy Research.
- Tomasi, C. (2012). *Intermediaries in International Trade: Direct Versus Indirect Modes of Export*. Centre for Economic Performance. LSE.
- Yaşar, M. (2015). *Direct and Indirect Exporting and Productivity: Evidence from Firm-Level Data*. *Managerial and Decision Economics*. vol. 36. no. 2. pp. 109-20.
- Yue, C. S. (2016). Globalization and Regionalization: Singapore's Trade and FDI. In *Singapore's Economic Development: Retrospection and Reflections* (pp. 169-194).