

BULETIN ILMIAH
LITBANG PERDAGANGAN
VOL. 4 NO. 2 NOPEMBER 2010

PENGARAH

Drs. Muchtar, MSc

PENANGGUNG JAWAB

Ir. Herliza, MSc

MITRA BESTARI

Dr. Wayan R. Susila

DEWAN REDAKSI

Ketua

Dr. Arief Adang

Wakil Ketua

Dr. Andin Hadiyanto, MA

Anggota

Drs. Lukman Muslimin

Dr. Masyhuri

Prof. Drs. Sukarna Wiranta, MA, APU

Dra. Heny Sukesi

Redaksi Pelaksana

Drs. Suharno

ALAMAT REDAKSI

Sekretariat Badan Penelitian
dan Pengembangan Perdagangan

Kementerian Perdagangan RI

Gedung Utama Lantai 4

Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5

Tlp. (021) 23528681, Fax. (021) 235 28691

Jakarta Pusat - 10110

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan ini memuat Karya Tulis Ilmiah dari hasil-hasil penelitian di bidang perdagangan dan terbit secara berkala dua kali dalam setahun.

Buletin ini diterbitkan dalam rangka penyebarluasan hasil-hasil penelitian dan atau pengkajian di bidang perdagangan untuk memberikan informasi kepada instansi Pemerintah baik di pusat maupun di daerah, dunia usaha dan masyarakat.

Redaksi menyambut baik tanggapan tertulis yang sifatnya konstruktif dan konsepsional terhadap setiap tulisan/ artikel dan akan dimuat dalam edisi berikutnya.

Terakreditasi C

Berdasarkan SK. Kepala LIPI No. 658 / D / 2009

(166 / Akred - LIPI / P2 MBI / 07 / 2009)

*Diterbitkan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan
Kementerian Perdagangan*

PENGANTAR REDAKSI

Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan pada edisi ini menengahkan 6 (enam) artikel yang membahas mengenai masalah ekspor, impor dan perdagangan dalam negeri yang merupakan artikel dari hasil kajian.

Artikel yang membahas mengenai efektivitas kebijakan impor produk tertentu sesuai Perundangan No. 56/2008 diharapkan dapat menciptakan sistem tracking yang jelas sehingga Pemerintah dapat melakukan monitoring terhadap impor produk tertentu tersebut dan mengambil langkah-langkah apabila terdapat dugaan terjadinya perdagangan yang kurang sehat dan tidak kondusif. Sedangkan artikel yang membahas mengenai prospek perdagangan Indonesia melalui analisa gravity model menggambarkan terbukanya peluang ekspor Indonesia terhadap pasar Cina dan India. Selain itu juga dibahas mengenai peluang produk elektronika Indonesia sebelum dan sesudah CAFTA.

Sementara itu, artikel yang terkait dengan perdagangan dalam negeri membahas mengenai potensi pengembangan pasar jamu, pemasaran terhadap produk-produk UKM khususnya UKM Perkampungan Industri Kecil Pulogadung dan faktor-faktor penentu yang mempengaruhi harga produk yang berbasis impor khususnya kedele dan gula.

Dewan Redaksi

BULETIN ILMIAH LITBANG PERDAGANGAN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
EFEKTIFITAS KEBIJAKAN IMPOR PRODUK TERTENTU (PERMENDAG NO. 56/M-DAG/PER/12/2008)	173-193
<i>Oleh : Hasni</i>	
PROSPEK PERDAGANGAN INDONESIA, CINA DAN INDIA MELALUI ANALISA GRAFITY MODEL	194-209
<i>Oleh : Pakasa Bary</i>	
POTENSI PENGEMBANGAN PASAR JAMU	210-225
<i>Oleh : Bagus Wicaksana dan Ari Subekti</i>	
ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN SEKTOR ELEKTRONIK SEBELUM DAN SETELAH PELAKSANAAN CAFTA	226-239
<i>Oleh : Adrian D. Lubis</i>	
PEMASARAN PRODUK-PRODUK UKM PIK (PUSAT/PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL) PULOGADUNG	240-255
<i>Oleh : Sukarna Wiranta</i>	
FAKTOR PENENTU INSTABILITAS HARGA PRODUK BERBASIS IMPOR (KEDELE DAN GULA)	256-273
<i>Oleh : Yati Nuryati, Yudha Hadian Nur dan Dwi Wahyuniarti Prabowo</i>	

EFEKTIFITAS KEBIJAKAN IMPOR PRODUK TERTENTU (PERMENDAG No. 56/M-DAG/PER/12/2008)

Oleh : Hasni¹

Abstract

Permendag 56/M-DAG/PER/12/2008 published in hopes of reducing illegal imports of products circulating in the regulated import of certain products are footwear, electronics, toys, food and beverages, and textiles. Imports of certain products can only be done by companies that have been designated as a Registered Importer (IT) Certain products and through specific ports set by the government. During the year 2009 the realization of the import of certain products has been decreasing over the last 5 years after its imports keeps rising high between 25% -43% per year, this shows that government policy has been to reduce the import of certain products.

Kata Kunci: impor, produk tertentu, Permendag No. 56/M-DAG/PER/12/2008

PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2008, Pemerintah mengeluarkan kebijakan impor produk tertentu, melalui Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor: 56/M-DAG/PER/12/2008 tentang Ketentuan Impor Produk Tertentu. Kebijakan ini diterbitkan dalam rangka menghadapi gejala perekonomian dunia yang terjadi sejak pertengahan tahun 2008. Sumber utama gejala ekonomi saat itu adalah kenaikan harga minyak dunia dan krisis keuangan global akibat *subprime mortgage*. Peningkatan aktivitas ekonomi dunia sejak tahun 2005 berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap minyak. Namun, permintaan terhadap minyak yang melonjak tajam saat itu tidak diimbangi peningkatan pasokan sehingga memicu naiknya harga minyak mentah yang terus bergerak naik dan hampir mencapai US\$ 100 per barel

menjelang akhir tahun 2007, dan pada Juli 2008 mencapai tingkat tertinggi US\$ 145,3 per barel. Namun, krisis keuangan global yang berawal di Amerika Serikat pada tahun 2008 mengakibatkan lesunya perekonomian di berbagai negara, yang pada akhirnya menekan permintaan terhadap minyak. Harga minyak dunia pun kembali turun sejak akhir tahun 2008.

Di dalam negeri, peningkatan harga minyak dunia berdampak langsung pada aktivitas produksi di dalam negeri. Sementara krisis keuangan global yang berakibat lesunya perekonomian dunia berdampak pada turunnya permintaan terhadap produk ekspor. Melemahnya permintaan terhadap produk ekspor di kawasan Amerika dan Eropa akibat krisis keuangan global, mendorong berbagai negara menyusun strategi antara lain mengalihkan pasar tujuan ekspornya.

¹ Calon Peneliti pada Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, E-mail: ani_280184@yahoo.com, Telp: (021) 23528683.

Kekhawatiran terhadap terjadinya pengalihan pasar tujuan ekspor China ke pasar potensial yang memiliki tingkat konsumsi tinggi termasuk Indonesia, mendorong pemerintah menyusun strategi pengamanan pasar dalam negeri guna menjaga pertumbuhan ekonomi. Pada tahun 2008 perekonomian Indonesia secara umum mencatat perkembangan yang baik di tengah terjadinya gejolak eksternal. Perekonomian Indonesia masih mampu tumbuh sebesar 6,1% dengan motor penggerak didominasi oleh konsumsi dan ekspor.

Salah satu implementasi dari strategi pengamanan pasar dalam negeri adalah dengan mengeluarkan kebijakan impor produk tertentu melalui Permendag No. 56/M-DAG/PER/12/2008. Kebijakan ini diharapkan dapat menciptakan sistem tracking yang jelas sehingga Pemerintah dapat memonitoring importasi produk tertentu, serta mengambil langkah-langkah apabila terdapat dugaan terjadinya perdagangan yang kurang sehat dan tidak kondusif. Setiap impor produk tertentu oleh IT-Produk Tertentu hanya dapat dilakukan melalui pelabuhan laut: Belawan, Tanjung Priok, Tanjung Emas, Tanjung Perak, Makassar, Dumai (khusus makanan-minuman) serta pelabuhan udara internasional. Impor produk tertentu tersebut harus dilakukan verifikasi dan penelusuran teknis impor oleh Surveyor di negara tempat pelabuhan muat sebelum dikapalkan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

Impor adalah proses transportasi barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya dalam proses perdagangan. Proses impor umumnya adalah tindakan memasukkan barang atau komoditas dari negara lain

ke dalam negeri. Impor barang secara besar umumnya membutuhkan campur tangan dari bea cukai di negara pengirim maupun penerima (Dari Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas).

Impor diizinkan apabila suatu komoditi tidak diproduksi di dalam negeri atau terjadi kelebihan permintaan akan komoditi tersebut di dalam negeri. Harga suatu komoditi sangat mempengaruhi kebijaksanaan suatu negara untuk mengimpor atau mengeksport suatu komoditi. Negara-negara mengimpor komoditi yang harga dunianya lebih rendah daripada harga yang berlaku di dalam negeri.

Pemikiran konseptual dalam penelitian ini bertitik tolak dari penerapan SK Permendag No. 56 tahun 2008 dimana peraturan tersebut bertujuan untuk mengurangi impor produk ilegal yang masuk ke wilayah Indonesia dan untuk melindungi produk yang berasal dari dalam negeri (produk lokal).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan kualitatif deskriptif, dimana pengumpulan data dilakukan melalui data yang dipublikasikan oleh BPS, Kerjasama Operasi Sucofindo – KSO Sucofindo dan Kementerian Perdagangan serta melalui studi literatur terkait. Dalam kajian ini menggunakan dua (2) metode analisis yaitu (1) analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui efektif atau tidaknya penerapan Permendag 56/2008 dengan indikatornya perbandingan kinerja impor produk tertentu antara sebelum dan sudah kebijakan tersebut diberlakukan dan (2) analisa deskriptif kualitatif untuk meninjau tertib administrasi impor dan evaluasi Permendag 56/2008 ditinjau dari aspek hukum.

Sementara itu, komoditas tertentu yang dijadikan subjek kajian ini adalah

alas kaki, elektronika, pakaian jadi, makanan dan minuman, serta mainan anak. Dipilihnya 5 kelompok produk ini karena menyumbang nilai impor terbanyak dan memiliki peluang untuk dijadikan sebagai industri unggulan.

EFEKTIVITAS PERMENDAG NO. 56/ M-DAG/PER/12/2008

3.1 Tertib Administrasi Impor

Kebijakan impor produk tertentu

dapat memonitor importir produk tertentu, namun belum dapat mewujudkan *tracking system* importasinya. Sampai dengan tanggal 12 April 2010, total permohonan untuk dapat ditetapkan sebagai Importir Terdaftar (IT) Produk Tertentu berjumlah 4.931 buah. Dari jumlah permohonan tersebut, 81,8%-nya atau sebanyak 4.032 permohonan memenuhi persyaratan dan disetujui untuk ditetapkan sebagai IT-Produk Tertentu, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Rekapitulasi IT-Produk Tertentu, s.d. 12 April 2010

No.	Jenis Produk	Jumlah Permohonan	Jumlah IT	
			Perusahaan	%
1	Alas Kaki	562	487	86.7
2	Elektronika	2,200	1,749	79.5
3	Mainan Anak-Anak	661	610	92.3
4	Pakaian Jadi	740	613	82.8
5	Makanan dan Minuman	768	573	74.6
Total		4,931	4,032	81.8

Sumber : Dir. Impor (diolah)

Dari jumlah IT-Produk Tertentu yang sudah diterbitkan tersebut, apabila dilihat dari rasio jumlah IT terhadap jumlah barang sesuai HS-10 digit, maka beberapa produk memiliki jumlah importir

relatif banyak, yaitu: Alas kaki, Elektronika dan Mainan anak. Sementara itu, produk makanan minuman dan pakaian jadi jumlah importirnya relatif sedikit.

Tabel 3.2 Rasio jumlah IT dan Jumlah Barang (dalam HS 10 digit)

Rasio Jumlah IT dan Jumlah Barang

No.	Jenis Produk	Jumlah IT	Jumlah barang (HS 10 digit)	Rasio
1	Alas Kaki	487	25	2,4
2	Elektronika	1,749	73	3.0
3	Mainan Anak-Anak	610	13	5.9
4	Pakaian Jadi	613	206	0.4
5	Makanan dan Minuman	573	188	0.4
Total		4,032	505	1.0

Sumber : Dir. Impor (diolah)

Dalam perjalanannya sampai dengan 12 April 2010 terdapat 1.011 IT-Produk tertentu yang dikenakan sanksi pencabutan karena melanggar ketentuan

yang diatur dalam Permendag 56/2008, antara lain tidak melakukan laporan. Rincian IT yang dicabut diuraikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.3 Rincian IT-Produk Tertentu yang Dicabut

No.	Jenis Produk	Jumlah IT	IT Dicabut	
			Jumlah*	%
1	Alas Kaki	487	119	24.44
2	Elektronika	1,749	487	27.84
3	Mainan Anak-Anak	610	202	33.11
4	Pakaian Jadi	613	140	22.84
5	Makanan dan Minuman	573	63	10.99
Total		4,032	1,011	25.07

*) Pencabutan s/d 12 April 2010

Sumber : Dir. Impor (diolah)

Perusahaan-perusahaan yang telah memperoleh penetapan sebagai IT-Produk Tertentu belum seluruhnya melaksanakan realisasi impornya. Dari jumlah IT yang masih berlaku sebanyak 3.021 perusahaan, berdasarkan data

KSO-Surveyor sampai dengan Desember 2009 hanya 36,4% atau 1.101 perusahaan yang telah merealisasikan impornya. Sementara itu, sebanyak 1.920 IT belum melakukan importasi.

Tabel 3.4 Jumlah IT-Produk Tertentu yang Merealisasikan Impor

Jumlah IT-Produk Tertentu yang Merealisasikan Impor

No.	Jenis Produk	Jumlah IT*	yang merealisasikan impor	
			Jumlah	%
1	Alas Kaki	368	109	29.62
2	Elektronika	1,262	439	34.79
3	Mainan Anak-Anak	408	129	31.62
4	Pakaian Jadi	473	173	36.58
5	Makanan dan Minuman	510	251	49.22
Total		3,021	1,101	36.44

Sumber : Dir. Impor dan KSO Surveyor (diolah)

3.2 Kinerja Impor Produk Tertentu Pasca Kebijakan

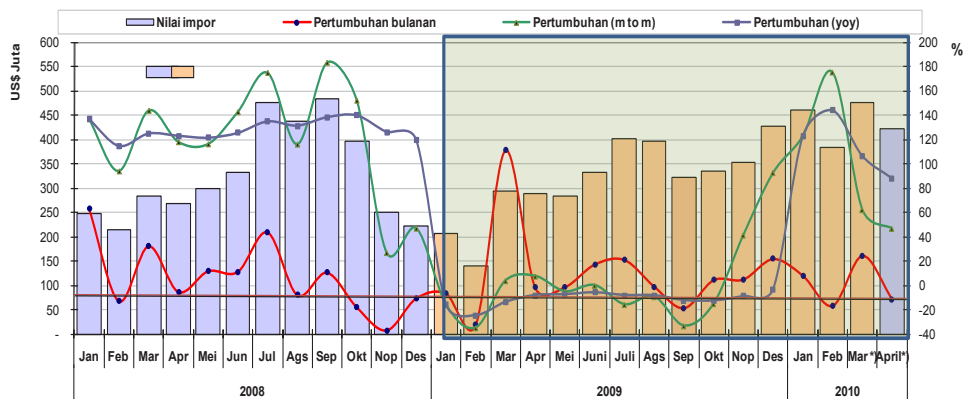
3.2.1 Gambaran Umum Produk Impor Tertentu

Dua bulan pertama penerapan Permendag 56/2008 realisasi impor

produk tertentu mengalami kontraksi. Pada awal diberlakukannya kebijakan impor produk tertentu (alas kaki, elektronika, mainan anak, makanan minuman dan pakaian jadi) sesuai Permendag 56/2008, impor 5 produk tersebut mengalami penurunan. Pada

bulan Januari dan Februari, realisasi impor mengalami penurunan terutama pada Februari menurun tajam. Hal ini mengindikasikan bahwa realisasi impor 5 produk tertentu sempat terhambat akibat

diterapkannya Permendag 56. Pada saat itu, importir harus terlebih dahulu memenuhi persyaratan tertentu sesuai Permendag 56/2008 sebelum melakukan importasi.



* Berdasarkan data LS

Gambar 3.1 Perkembangan Impor 5 Produk Tertentu

Sejak bulan Maret 2009 impor produk tertentu mulai kembali normal. Namun secara kumulatif tahun 2009, realisasi impornya lebih rendah 3,4% dari tahun 2008. Realisasi impor produk tertentu pada bulan Maret 2009 meningkat tajam setelah mengalami kontraksi pada dua bulan sebelumnya, dimana kebijakan impor produk tertentu mulai diberlakukan. Realisasi impor pada bulan Maret mencapai US\$ 113 juta, atau meningkat 110,9% dari bulan sebelumnya dan 3,8% lebih besar dari bulan yang sama tahun 2008. Pada bulan April dan Mei 2009, realisasi impor produk tertentu mengalami sedikit penurunan dari bulan sebelumnya masing-masing sebesar -2,0% dan -1,5%. Meskipun demikian, realisasi impor bulan April mengalami peningkatan 7,4% dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2008. Pada bulan-bulan berikutnya realisasi impor

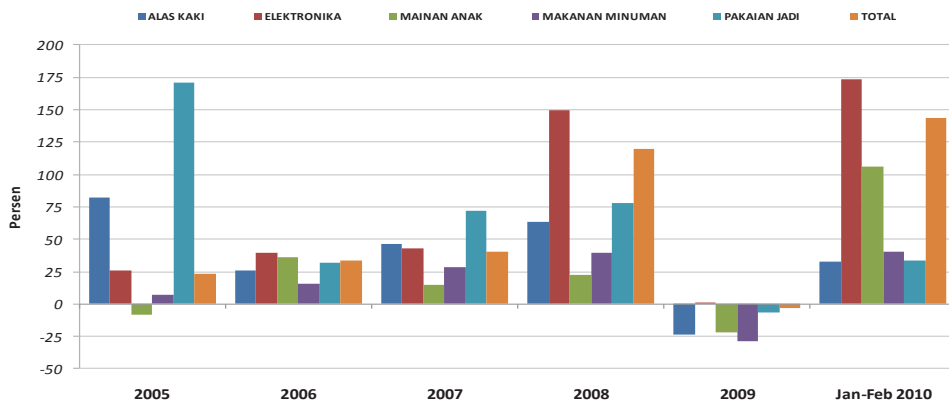
produk tertentu kembali memperlihatkan peningkatan yang cukup tajam, yaitu 17,1% pada bulan Juni dan 20,8% pada bulan Juli. Realisasi impor bulan Agustus sedikit menurun dan menurun cukup tajam pada bulan September sebesar 18,8%. Penurunan ini disebabkan minimnya aktifitas bongkar di pelabuhan akibat bulan puasa dan hari raya Idul Fitri. Impor kembali menguat pada bulan-bulan sesudahnya, bahkan meningkat tajam pada Desember 2009.

Impor produk tertentu di tahun 2010 kembali normal, bahkan permintaan di bulan Januari mengalami lonjakan cukup tajam. Impor Januari 2010 mengalami peningkatan 7,9% dari Desember 2009 menjadi US\$ 461,0 juta. Namun, apabila dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2009 dan 2008 mengalami peningkatan masing-masing sebesar 122,8% dan 87,0%. Impor bulan

Februari 2010 mengalami penurunan 16,9%, menjadi US\$ 383,1 juta. Namun, jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun-tahun sebelumnya, realisasi impor ini mengalami peningkatan sebesar 175% dibanding 2009 dan naik 78,7% dibanding 2008. Dan pada bulan Maret diperkirakan akan meningkat kembali lalu akan menurun di bulan April, sesuai jumlah LS pada bulan Maret yang meningkat 24,2% dan pada bulan April yang menurun 11,3%. Pola realisasi impor produk tertentu bulanan di tahun 2010 memiliki pola yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan impor selama Januari-April 2010 dapat mengindikasikan bahwa realisasi impor sudah tercatat secara tertib, atau impor ilegal melalui pencatatan yang tidak benar mulai berkurang.

Selama tahun 2009, realisasi impor produk tertentu mencapai US\$ 3,8 miliar,

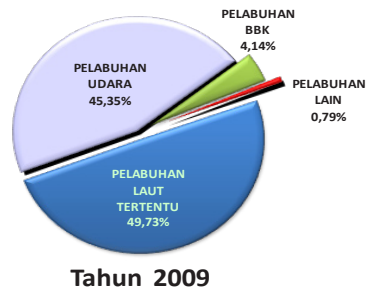
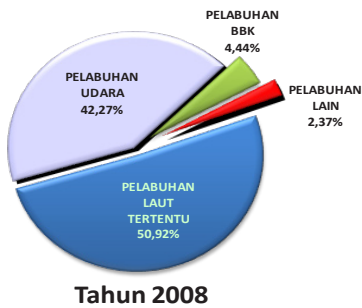
atau 3,4% lebih rendah dari tahun 2008. Penurunan impor produk tertentu tersebut terjadi setelah selama 5 tahun terakhir, impornya terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi antara 25%-43% per tahun. Penurunan impor produk tertentu selama tahun 2009 tersebut menunjukkan bahwa kebijakan impor produk tertentu telah dapat menahan laju impor produk tertentu, terutama untuk produk makanan minuman, alas kaki dan mainan anak. Sementara pada periode Januari-Februari 2010, realisasi kelima produk tertentu mencapai US\$ 844,1 juta atau meningkat sangat baik yakni 143,8%. Produk impor yang mengalami pertumbuhan paling baik adalah elektronika yakni dengan pertumbuhan 173,3%, disusul oleh mainan anak naik 106,4%; makanan dan minuman 40,4%; pakaian jadi 33,7% dan alas kaki 32,9%.



Gambar 3.2 Pertumbuhan Impor 5 Produk Tertentu

Selama tahun 2008, sebelum Permendag 56/2008 diterapkan, struktur penggunaan pelabuhan impor produk tertentu lebih banyak dilakukan melalui pelabuhan tertentu (50,9%), kemudian

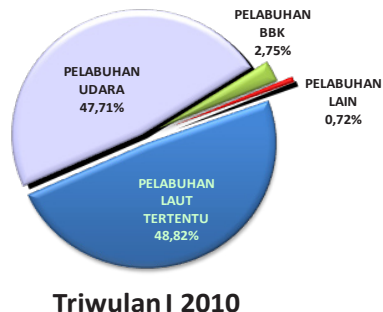
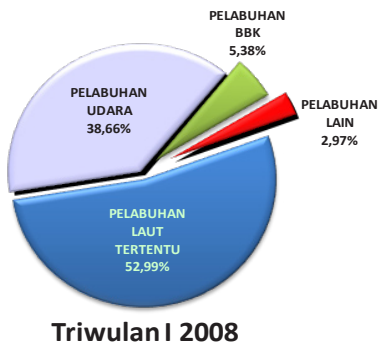
diikuti pelabuhan udara (42,3%), dan sisanya 6,8% melalui pelabuhan di Batam, Bintan dan Karimun (BBK) serta melalui pelabuhan selain yang ditentukan.



Gambar 3.3 Struktur Pelabuhan Impor 5 Produk Tertentu 2008-2009

Kebijakan impor produk tertentu berlanjut hingga tahun 2010 sehingga struktur pelabuhan impor produk tertentu masih relatif sama dengan tahun 2009. Setelah penerapan Permendag 56/2008, proporsi penggunaan pelabuhan selain yang ditentukan mengalami perubahan dari sekitar 2,97% menjadi 0,72%. Nilai

impornya juga mengalami penurunan tajam (44%) setelah impor produk tertentu dibatasi pelabuhannya, dari US\$ 22,1 juta pada Triwulan I 2008 turun menjadi US\$ 12,3 juta pada periode yang sama tahun 2010. Sedangkan, realisasi impor melalui pelabuhan udara meningkat cukup tajam selama Triwulan I 2010.



Gambar 3.4 Struktur Pelabuhan Impor 5 Produk Tertentu 2008-2010

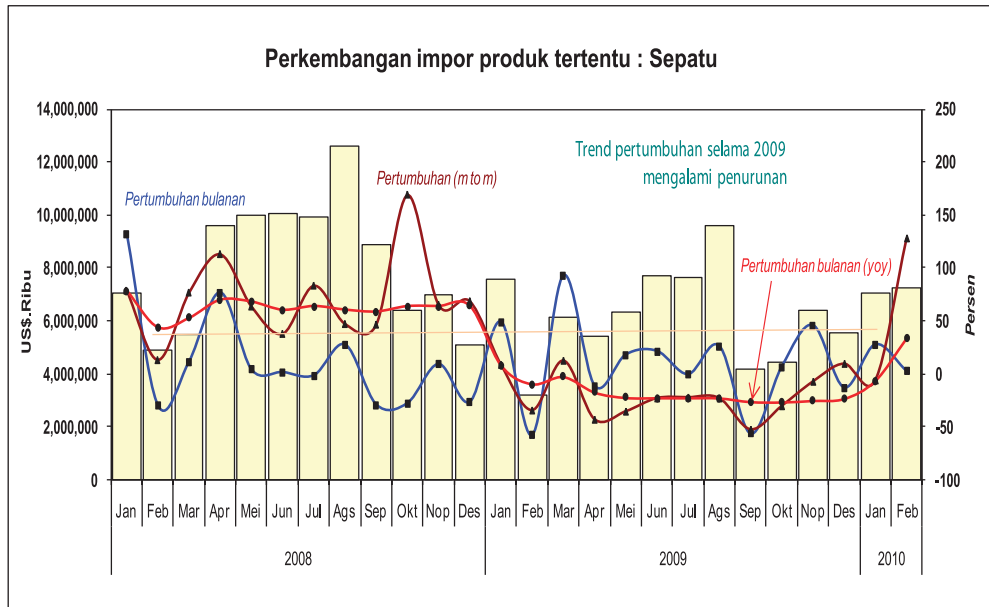
Pembatasan pelabuhan impor produk tertentu berdampak pada penurunan impor melalui pelabuhan diluar yang ditentukan. Pada tahun 2009, setelah diberlakukan pelabuhan impor produk tertentu sesuai Permendag 56/2008, proporsi penggunaan pelabuhan selain yang ditentukan mengalami perubahan

dari sekitar 2,4% menjadi 0,8%. Nilai impornya juga mengalami penurunan tajam setelah impor produk tertentu dibatasi pelabuhannya, dari US\$ 92,5 juta pada tahun 2008 mengalami penurunan 60,9% menjadi US\$ 36,2 juta pada tahun 2009.

3.2.2 Produk Alas Kaki

Alas kaki sebagai salah satu produk tertentu yang diatur impornya memiliki pola impor tidak jauh berbeda dengan pola perkembangan impor seluruh impor produk

tertentu. Disamping itu, secara umum, impor alas kaki setelah pemberlakuan kebijakan impor produk tertentu mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

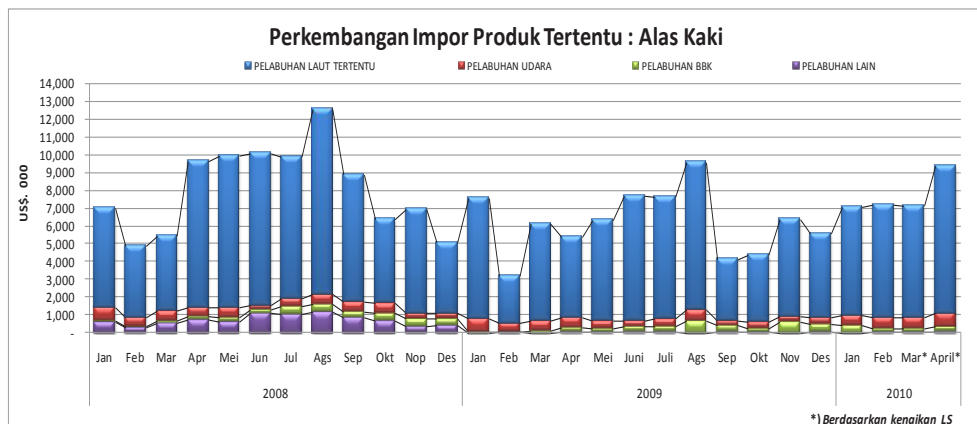


Gambar 3.5 Perkembangan Impor Alas Kaki

Meskipun trend impor bulanan alas kaki selama tahun 2009 mengalami peningkatan 0,2% per bulan, akan tetapi realisasi impor alas kaki selama periode tersebut mengalami penurunan sebesar 23,6% dari periode yang sama tahun 2008. Penurunan impor alas kaki diperkirakan akan terus berlanjut pada tahun 2010. Realisasi impor periode Januari 2010 mengalami penurunan 6,8% dibanding periode yang sama tahun 2010, namun mengalami peningkatan sebesar 27,3% menjadi US\$ 7,1 juta apabila dibanding bulan sebelumnya. Peningkatan impor bulan Januari dari bulan sebelumnya

merupakan pola impor bulanan periode Januari, dimana impornya cenderung meningkat dibanding bulan Desember tahun sebelumnya.

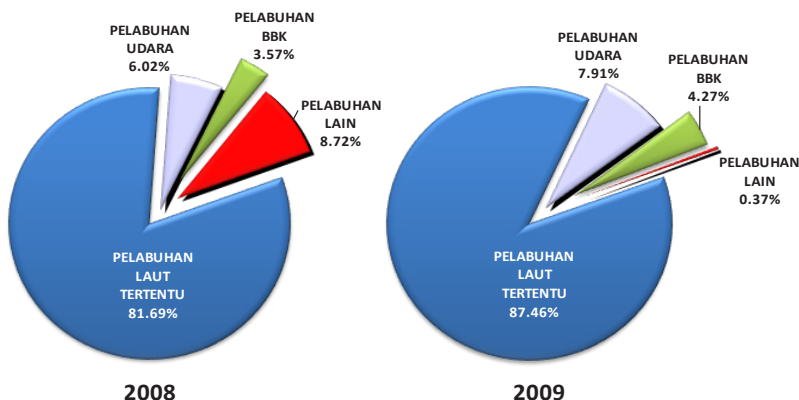
Impor alas kaki pada Februari 2010 mengalami peningkatan 2,3% dari bulan sebelumnya menjadi US\$ 7,2 juta, serta mengalami peningkatan 127,5% dibanding Februari 2009. Impor di bulan Maret 2010 diperkirakan mencapai US\$ 7,1 juta sesuai LS yang mengalami penurunan 1,5%, yang kemudian pada bulan April meningkat kembali sebesar 31,6%.



Gambar 3.6 Perkembangan Impor Alas Kaki Berdasarkan Pelabuhan

Kebijakan impor alas kaki melalui pelabuhan tertentu berdampak pada perubahan proporsi pada struktur pelabuhan bongkarnya. Impor alas kaki yang masuk melalui pelabuhan selain yang diatur sebagian besar (lebih dari 85%) masuk melalui Batu Ampar (Batam), dan sisanya masuk antara lain melalui Amamapare (6%) dan Sekupang

(5%). Impor alas kaki yang masuk ke wilayah BKK tercatat sebesar 4,3% dari total impor alas kaki. Sementara itu, kebijakan pembatasan pelabuhan impor alas kaki mengakibatkan menurunnya impor alas kaki melalui pelabuhan diluar yang ditentukan secara drastis, yaitu dari 8,7% menjadi 0,4%.



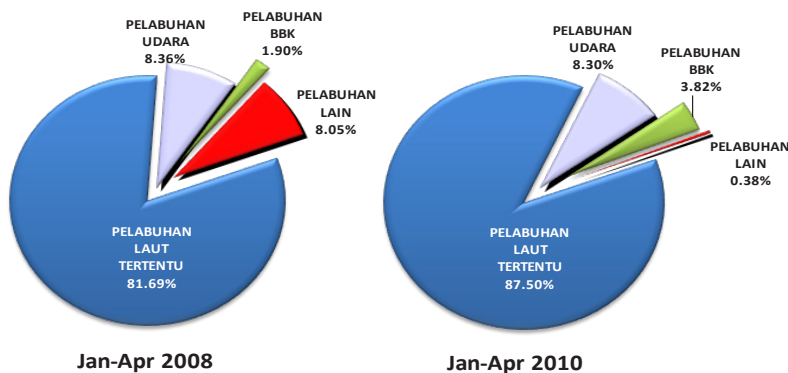
Gambar 3.7 Struktur Pelabuhan Impor Alas Kaki 2008-2009

Pada tahun 2010, impor melalui pelabuhan BKK mengalami peningkatan sejalan dengan penurunan realisasi

impornya. Sedangkan realisasi impor melalui pelabuhan lain menurun tajam selama Januari-April 2010. Impor alas

kaki yang masuk melalui pelabuhan selain yang diatur sebagian besar (lebih dari 85%) masuk melalui Batu Ampar (Batam). Sementara itu, impor

alas kaki melalui pelabuhan laut tertentu pada periode ini meningkat sekitar 6% dibanding periode sebelumnya.

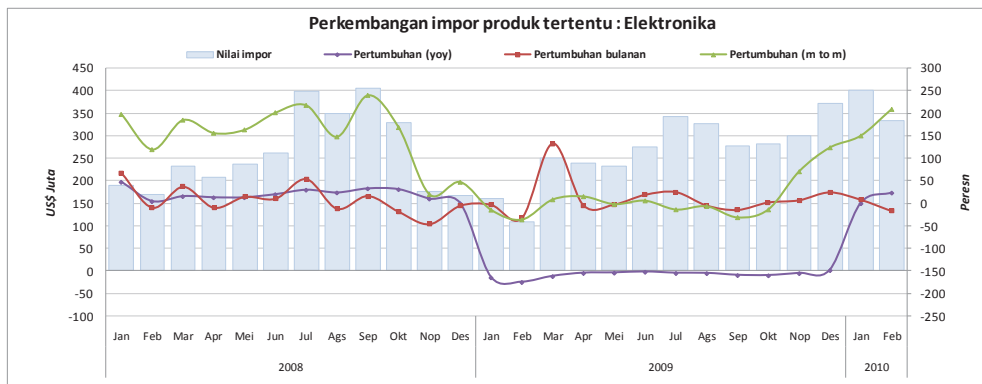


Gambar 3.8 Struktur Pelabuhan Impor Alas Kaki 2008-2010 (Jan-Apr)

3.2.3 Produk Elektronik

Kebijakan impor produk tertentu dapat menahan laju realisasi impor elektronik terutama untuk produk elektronik jenis keperluan rumah tangga

seperti TV, VCD Player, dan lain-lain. Realisasi impor produk elektronik secara keseluruhan selama 2009 mengalami peningkatan sebesar 1,4% dari periode yang sama tahun 2008.



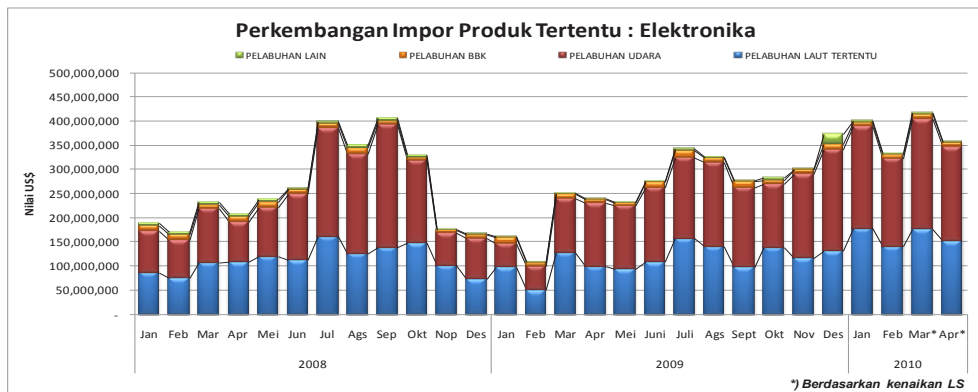
Gambar 3.9 Perkembangan Impor Elektronik

Realisasi impor elektronik selama Februari 2010 mengalami penurunan sebesar 17,05% dari bulan sebelumnya, sedangkan terhadap Februari 2009

mengalami kenaikan sebesar 208,5%. Telepon seluler (HP) merupakan produk yang paling banyak diimpor, sebesar 51,1% dari total impor produk elektronik

pada Februari 2010. Produk lain yang banyak diimpor adalah Laptop dan AC, masing-masing 15,6% dan 6,0 %. Impor produk elektronika masih ada yang dilakukan melalui pelabuhan di luar yang ditentukan meskipun persentasenya mengalami penurunan. Impor produk

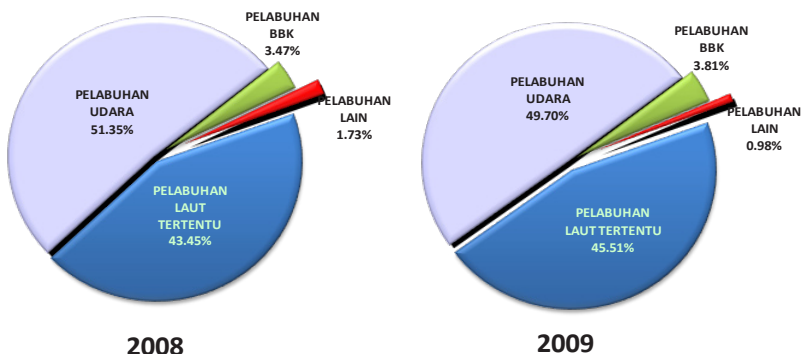
elektronika menurut nilainya lebih banyak dilakukan melalui pelabuhan udara, bahkan mengalami sedikit peningkatan setelah kebijakan impor produk tertentu diterapkan, sedangkan penggunaan pelabuhan laut baik yang diatur maupun tidak mengalami penurunan.



Gambar 3.10 Perkembangan Impor Elektronik Berdasarkan Pelabuhan

Kebijakan pembatasan pelabuhan impor produk tertentu mengakibatkan pengalihan pelabuhan impor produk elektronika dari yang tidak diatur ke pelabuhan yang diatur. Nilai impor melalui pelabuhan selain yang diatur mengalami penurunan dari 1,7%, pada 2008 menjadi 1,0% pada tahun 2009. Sementara itu,

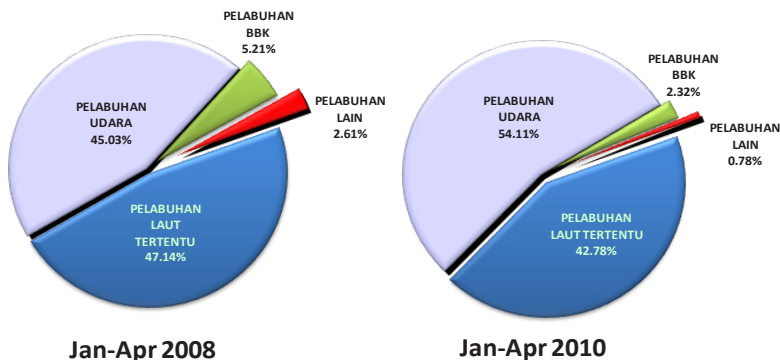
proporsi penggunaan pelabuhan laut tertentu mengalami peningkatan dari 43,5% pada 2008 naik menjadi 45,5% pada tahun 2009. Impor elektronika yang masuk melalui pelabuhan selain yang diatur masuk sebagian besar masuk ke Batam melalui Batu Ampar (54,5%) dan melalui Sekupang (15,5%).



Gambar 3.11 Struktur Pelabuhan Impor Elektronik 2008-2009

Pada tahun 2010, impor melalui pelabuhan BBK dan pelabuhan lain mengalami penurunan sejalan dengan penurunan realisasi impornya.

Sementara itu, realisasi impor melalui pelabuhan udara selama Januari-April 2010 mengalami peningkatan yang cukup tajam.

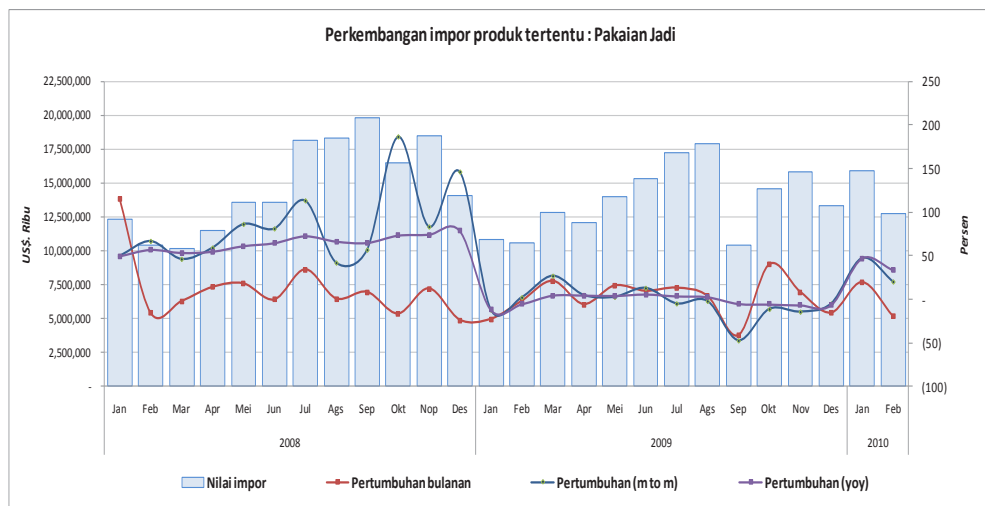


Gambar 3.12 Struktur Pelabuhan Impor Elektronik 2008-2010 (Jan-Apr)

3.2.4 Produk Pakaian Jadi

Kebijakan impor produk tertentu melalui Permendag 56/2008 belum secara signifikan dapat menahan laju realisasi impor pakaian jadi terutama untuk jenis pakaian. Realisasi total impor

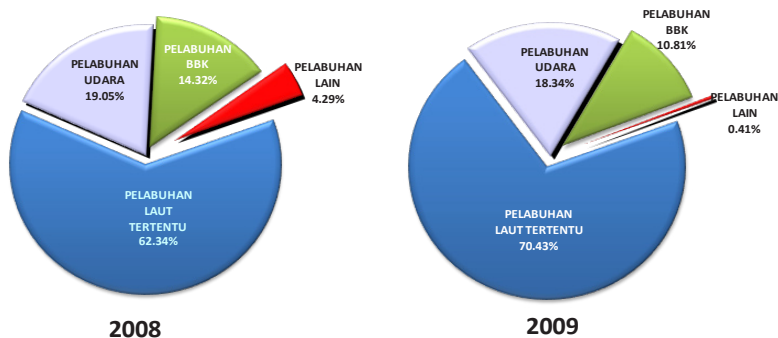
pakaian jadi selama 2009 mengalami penurunan sebesar 6,6% dibanding tahun 2008. Impor jenis pakaian mengalami penurunan 1,2% sedangkan untuk jenis selain pakaian turun 24,1%.



Gambar 3.13 Perkembangan Impor Pakaian Jadi

Pelabuhan tertentu yang diatur dalam Permendag 56/2008 merupakan pelabuhan utama dari impor pakaian jadi. Kebijakan impor pakaian jadi melalui pelabuhan tertentu berdampak pada pengalihan penggunaan pelabuhan

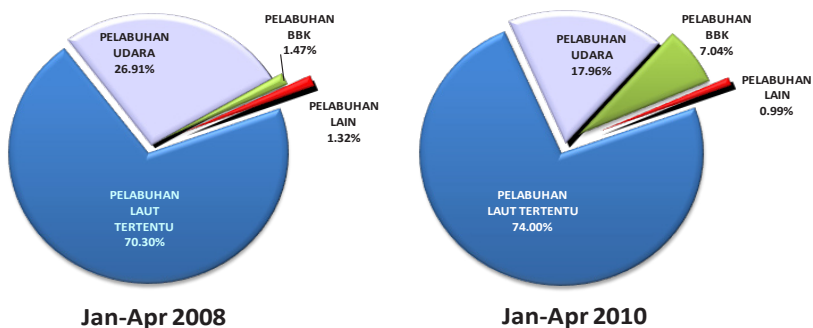
impor, dari pelabuhan yang tidak diatur ke pelabuhan yang diatur. Namun demikian, impor pakaian jadi masih ada yang melalui pelabuhan selain yang diatur meskipun persentasenya mengalami penurunan.



Gambar 3.14 Struktur Pelabuhan Impor Pakaian Jadi 2008-2009

Realisasi total impor pakaian jadi selama Februari 2010 mengalami penurunan sebesar 19,9% dari bulan sebelumnya menjadi US\$ 12,8 juta atau naik 20,1% terhadap Februari 2009. Pada tahun 2010, impor melalui pelabuhan BBK dan pelabuhan lain mengalami

peningkatan sejalan dengan peningkatan realisasi impornya. Sementara, realisasi impor melalui pelabuhan udara mengalami penurunan pada Januari-April 2010 dibanding periode yang sama tahun 2008.



Gambar 3.15 Struktur Pelabuhan Impor Pakaian Jadi 2008-2010 (Jan-Apr)

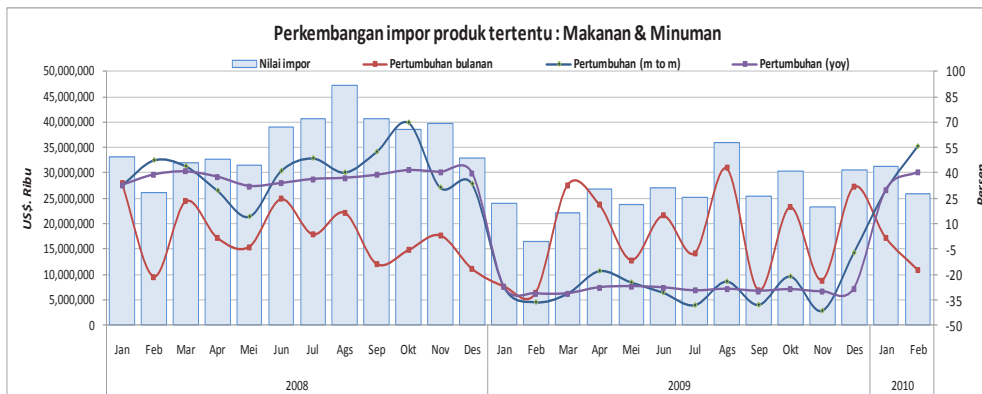
3.2.5 Produk Makanan dan Minuman

Kebijakan impor produk tertentu dapat secara signifikan menahan laju

realisasi impor makanan dan minuman terutama untuk jenis produk minuman. Realisasi impor makanan dan minuman

tahun 2009 mencapai US\$ 310,9 juta atau mengalami penurunan sebesar 28,4% dibanding tahun 2008. Penurunan tersebut disebabkan oleh menurunnya impor produk minuman sebanyak 39,5%, produk makanan turun 21,6% sedangkan

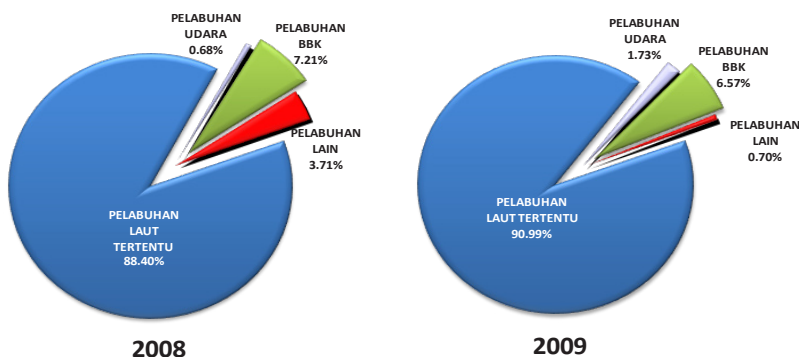
rokok naik 7,0%. Perkembangan impor bulanan makanan dan minuman selama tahun 2009 mengalami fluktuasi. Namun demikian, apabila dibandingkan dengan realisasi impor tahun 2008 mengalami penurunan yang cukup tajam.



Gambar 3.16 Perkembangan Impor Makanan & Minuman

Pelabuhan laut tertentu (Belawan, Tg. Priok, Tg. Emas, Tg. Perak dan Makassar serta Dumai) merupakan pelabuhan utama impor produk makanan dan minuman. Kebijakan

impor produk makanan dan minuman melalui pelabuhan tertentu berdampak pada perubahan proporsi pada struktur pelabuhan bongkarnya.



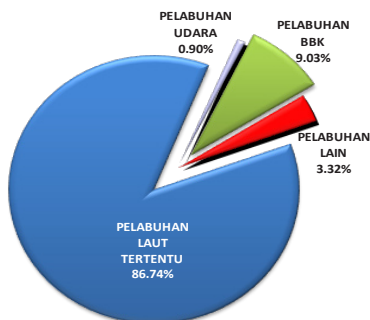
Gambar 3.17 Struktur Pelabuhan Impor Makanan dan Minuman 2008-2009

Realisasi impor produk makanan dan minuman melalui pelabuhan lain selama tahun 2009 mencapai 0,7%

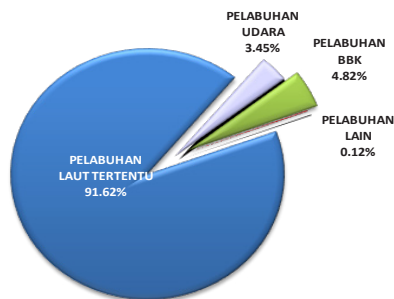
dari total impor produk makanan dan minuman, ini menunjukkan penurunan dibanding tahun 2008 yang mencapai

3,7%. Impor tersebut sebagian besar (87,5%) masuk ke wilayah Batam melalui Batu Ampar. Diluar kawasan perdagangan bebas (FTZ) BBK, kebijakan pembatasan pelabuhan impor

makanan dan minuman berdampak pada pengalihan penggunaan pelabuhan dari yang dilarang ke yang diperkenankan, termasuk ke wilayah BBK.



Jan-Apr 2008

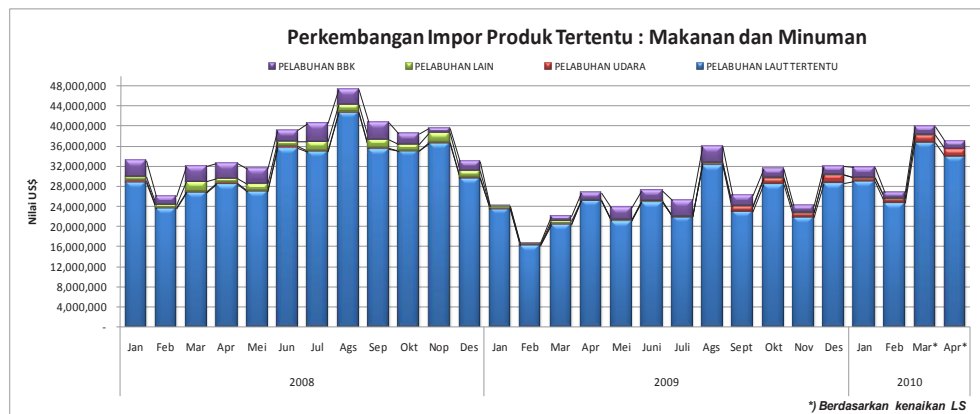


Jan-Apr 2010

Gambar 3.18 Struktur Pelabuhan Impor Makanan & Minuman 2008-2010 (Jan-Apr)

Pada Januari-April 2010, impor melalui pelabuhan BBK mengalami penurunan dibanding Januari-April 2008, sejalan dengan penurunan realisasi impornya. Realisasi impor melalui pelabuhan lain juga turun pada Januari-April 2010 dibanding periode yang sama tahun 2008.

Kebijakan impor produk tertentu berdampak signifikan terhadap penurunan realisasi impor makanan dan minuman terutama untuk jenis produk minuman. Realisasi impor makanan dan minuman selama Februari 2010 mencapai US\$ 25,8 juta, mengalami penurunan 17,2% dari bulan sebelumnya, atau naik 55,8% terhadap Februari 2009.

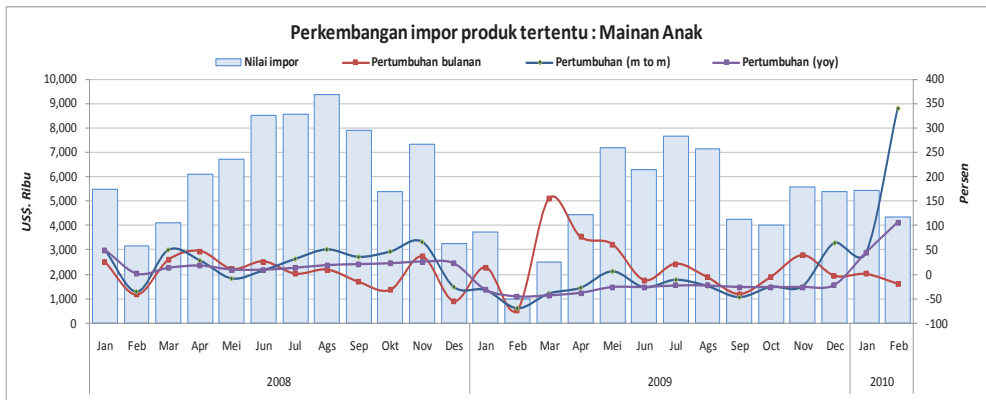


Gambar 3.19 Perkembangan Impor Mamin Berdasarkan Pelabuhan

3.2.6 Produk Mainan Anak

Kebijakan impor produk tertentu berdampak pada penurunan impor mainan anak secara signifikan. Realisasi impor produk mainan anak pada tahun 2009 mencapai US\$ 59,2 juta, atau mengalami penurunan sebesar 22,0% dari tahun sebelumnya. Pada awal kebijakan diterapkan, realisasi impor mainan anak menurun drastis. Impor

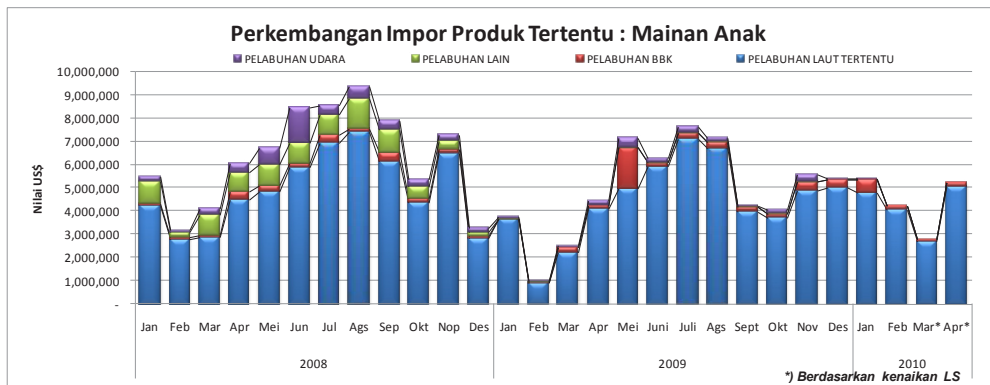
pada bulan Februari 2009 hanya sebesar US\$ 1,0 juta, atau mengalami penurunan 73,6% dari impor bulan sebelumnya dan 68,9% lebih rendah dari impor bulan yang sama tahun 2008. Impor kembali meningkat sejak bulan Maret, dan terus mencapai puncaknya pada bulan Juli mencapai US\$ 7,7 juta, meningkat 21,5% dari impor bulan sebelumnya.



Gambar 3.20 Perkembangan Impor Mainan Anak

Realisasi impor produk mainan anak selama Februari 2010 mencapai US\$ 4,3 juta, turun sebesar 19,6% terhadap bulan sebelumnya. Impor mainan anak di bulan Maret 2010 diperkirakan mencapai

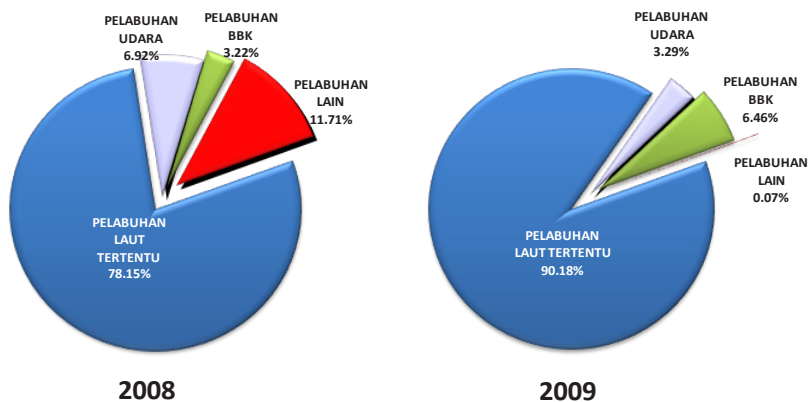
US\$ 2,9 juta sesuai LS yang mengalami penurunan 33,8%, namun diperkirakan pada bulan April kembali meningkat 87,7%.



Gambar 3.21 Perkembangan Impor Mainan Anak Berdasarkan Pelabuhan

Kebijakan impor mainan anak melalui pelabuhan tertentu berdampak pada perubahan proporsi pada struktur pelabuhan bongkarnya. Namun demikian, impor mainan anak masih ada yang

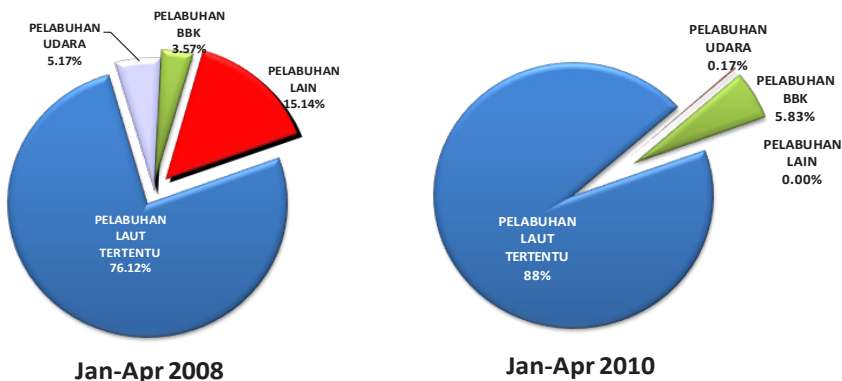
masuk melalui pelabuhan selain yang diatur. Realisasi impornya pada 2009 mencapai 0,1% turun dari impor tahun 2008 yang mencapai 11,7% terhadap total impor mainan anak.



Gambar 3.22 Struktur Pelabuhan Impor Mainan Anak 2008-2009

Impor mainan anak tersebut sebagian besar masuk ke wilayah Batam melalui Batu Ampar (75,3%), Sekupang (14,3%) dan Kanil/Panau (9,0%). Impor melalui pelabuhan-pelabuhan tersebut dapat diperkenankan sesuai Pasal

11, Permendag 56/2008. Kebijakan pembatasan pelabuhan impor mainan anak berdampak pada berkurangnya penggunaan pelabuhan impor diluar yang diperkenankan sebanyak 99,5% dari sebelum diterapkannya kebijakan.



Gambar 3.23 Struktur Pelabuhan Impor Mainan Anak 2008-2010 (Jan-Apr)

3.3 Evaluasi Aspek Hukum Permendag No. 56/2008

Barang yang diatur sebagai produk tertentu dalam Permendag 56/2008 menurut HS-10 digit Buku Tarif Bea Masuk Indonesia (BTBMI) tahun 2007 berjumlah 505 item. Sebagian besar

(60,8%) dari jumlah itu merupakan barang-barang yang juga telah diatur impornya dengan menggunakan Nomor Pengenal Importir Khusus (NPIK). Bahkan, seluruh produk alas kaki dan mainan anak yang diatur dalam impor produk tertentu adalah produk NPIK.

Tabel 3.5 Jumlah HS-10 Digit Impor Produk Tertentu

Kelompok Produk	Jumlah HS-10 Digit		
	IT Tertentu	NPIK	%
Alas Kaki	25	25	100.0
Elektronika	73	66	90.4
Mainan Anak-Anak	13	13	100.0
Pakaian Jadi	206	203	98.5
Makanan dan Minuman	188	-	0,0%
Total	505	307	60.8

Sementara itu, 90,4% dari produk pakaian jadi dan 98,5% produk elektronika yang diatur dalam impor produk tertentu adalah produk NPIK. Sedangkan seluruh produk makanan dan minuman tidak diatur dalam ketentuan NPIK.

Dilihat dari nilai impornya, 93,1% realisasi impor produk tertentu adalah realisasi impor produk NPIK. Realisasi impor produk elektronika yang diatur dalam impor produk tertentu hampir seluruhnya (99,3%) merupakan realisasi impor produk NPIK.

Tabel 3.6 Nilai Impor IT-Tertentu dan NPIK

Kelompok Produk	Nilai Impor Jan-Sep 2009 (US\$)		
	IT Tertentu	NPIK	%
Alas Kaki	64,655,896	64,655,896	100.0%
Elektronika	3,454,542,644	3,430,839,648	99.3%
Mainan Anak-Anak	48,865,997	48,865,997	100.0%
Pakaian Jadi	158,456,947	152,307,506	96.1%
Makanan dan Minuman	245,538,201	-	0.0%
Total	3,972,059,685	3,696,669,047	93.1%

Kebijakan mengenai ketentuan Nomor Pengenal Importir Khusus (NPIK) diatur melalui SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 141/MPP/Kep/3/2002 tanggal 6 Maret 2002. Latar belakang dikeluarkannya kebijakan NPIK relatif sama dengan kebijakan impor

produk tertentu, yaitu dalam rangka meningkatkan upaya perlindungan konsumen, mendukung industri dalam negeri dengan menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat serta mengamankan penerimaan negara dari sektor pajak dan pungutan impor lainnya

sekaligus untuk tertib administrasi di bidang impor. Pengaturan impor produk tertentu yang berbeda dengan NPIK adalah kewajiban verifikasi atau penelusuran teknis di negara muat barang oleh *surveyor* dan memasukkan impor melalui pelabuhan tertentu. Dengan demikian, terbitnya ketentuan impor produk tertentu melalui Permendag 56/2008 yang juga telah diatur dalam ketentuan NPIK melalui SK Menperindag 141/2002 membuktikan bahwa pengaturan impor beberapa produk dengan NPIK sudah tidak efektif, dan kebijakan tersebut perlu ditinjau kembali.

Pasal 4, ayat (1) mengatur bahwa perusahaan yang telah memperoleh penetapan sebagai IT-Produk Tertentu wajib menyampaikan laporan tertulis realisasi impor produk tertentu. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) ini, IT-Produk Tertentu dapat menginterpretasikan bahwa mereka hanya wajib menyampaikan laporan realisasi jika mereka merealisasikan importasi produk tertentu. Jika realisasi mereka nihil selama periode triwulanan, mereka menganggap kewajiban tersebut gugur. Pasal 4, ayat (2) menyatakan bahwa laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan kepada Direktur setiap 3 (tiga) bulan sekali paling lambat pada tanggal 15 bulan berikutnya. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (2) ini, laporan tertulis yang disampaikan oleh IT-Produk Tertentu kepada Direktur Impor dapat diinterpretasikan bahwa penyampaian laporan tersebut dapat berbentuk *softcopy* atau *hardcopy* serta dapat dikirim via pos, internet (e-mail), INATRADE, atau bahkan dengan cara mengirim langsung ke Unit Pelayanan Perdagangan (UPP). Ketentuan ini tidak memberikan kejelasan dan kepastian bagi

pelaku usaha (IT) dalam menyampaikan laporan.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 5, tidak dijelaskan kriteria suatu pelabuhan dapat ditetapkan sebagai pelabuhan tertentu untuk impor produk tertentu. Penentuan pelabuhan tertentu sebagaimana dalam Pasal 5 ini dapat dimaknai sebagai produk otoriterisme atau tidak transparan, sehingga banyak Kepala Daerah yang mengajukan pelabuhan di daerahnya untuk ditetapkan sebagai pelabuhan impor produk tertentu. Kriteria atau persyaratan dimaksud antara lain pelabuhan laut tersebut merupakan pelabuhan laut internasional dan mempunyai fasilitas kepabeanan, imigrasi dan karantina atau *Customs, Immigration and Quarantine (CIQ)*.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 8, tidak dijelaskan bagaimana pengaturan atau mekanisme pemberian sanksi pencabutan IT-Produk Tertentu dan siapa yang berwenang untuk melakukan pencabutan. Hal ini menyebabkan tidak adanya *Standard Operating Procedure (SOP)* bagi Direktorat Impor untuk menegakkan pelaksanaan Permendag 56. Sebaiknya dibuat ketentuan yang mengatur mekanisme pencabutan IT-Produk Tertentu melalui pentahapan. Selain itu, Pasal 8 juga tidak menjelaskan bagaimana pengaturan mengenai status bagi perusahaan yang telah dicabut IT-Produk Tertentunya. Ada dua alternatif yang dapat dilakukan pengaturannya:

- a. Dibuat ketentuan yang mengatur bahwa perusahaan yang telah dicabut IT-Produk Tertentunya tidak diperbolehkan mengajukan kembali menjadi IT-Produk Tertentu. Dengan alasan bahwa Permendag 56 hanya berlaku paling lama 2 (dua) tahun dan kewajibannya termasuk dalam kategori yang tidak berat,

hanya menyampaikan laporan realisasi impor secara tertulis setiap triwulan.

- b. Dibuat ketentuan yang mengatur bahwa perusahaan yang telah dicabut IT-Produk Tertentunya dapat mengajukan kembali menjadi IT-Produk Tertentu setelah jangka waktu tertentu, seperti paling cepat 2 (dua) bulan sejak tanggal berlakunya pencabutan. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha dapat merasakan efek jera terhadap pelanggaran Permendag 56, namun perusahaan tersebut masih dapat tetap melanjutkan kegiatan usahanya yang dapat menyejahterakan banyak orang.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil evaluasi yang dilakukan sebagaimana diuraikan di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Kebijakan impor produk tertentu dapat mewujudkan tertib administrasi impor dengan tersedianya *database* impor produk tertentu, namun belum dapat sepenuhnya dimanfaatkan sebagai sistem monitoring impor (*tracking system*). Banyak perusahaan yang telah memperoleh pengakuan sebagai IT namun belum merealisasikan impornya.
- b) Pada saat awal kebijakan diberlakukan, kebijakan impor produk tertentu memberikan dampak pada penurunan realisasi impornya, namun pada bulan-bulan selanjutnya realisasi impor relatif kembali normal seperti sebelum kebijakan diberlakukan. Namun, secara keseluruhan selama tahun 2009 realisasi impor produk tertentu telah mengalami penurunan setelah selama 5 tahun terakhir impornya

terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi antara 25%-43% per tahun. Kinerja impor produk tertentu selama tahun 2009 tersebut menunjukkan bahwa kebijakan impor produk tertentu melalui Permendag 56/2008 telah efektif dalam menahan laju impor produk tertentu.

- c) Dampak kebijakan impor produk tertentu melalui Permendag 56/2008 terhadap penurunan masing-masing produk memiliki tingkat yang berbeda-beda.
- Kebijakan impor produk tertentu berdampak pada penurunan realisasi impor produk alas kaki untuk jenis sepatu non-sport, sementara untuk jenis sepatu sport justru meningkat terutama sepatu asal RRT.
 - Setelah kebijakan impor produk tertentu diberlakukan, realisasi impor produk elektronika mengalami penurunan terutama untuk produk elektronika keperluan rumah tangga yang berasal dari RRT.
 - Kebijakan impor produk tertentu tidak berdampak pada penurunan impor produk pakaian jadi terutama untuk jenis pakaian (garmen), sementara untuk jenis non pakaian mengalami sedikit fluktuasi.
 - Kebijakan impor produk tertentu berdampak signifikan terhadap penurunan impor produk makanan dan minuman.
 - Impor produk mainan anak mengalami penurunan setelah diberlakukannya kebijakan impor produk tertentu.
- d) Pemberlakuan kebijakan pembatasan pelabuhan impor produk

- tertentu merubah proporsi struktur pelabuhan bongkarnya yang secara agregat perubahannya relatif kecil. Hal ini terjadi karena pelabuhan-pelabuhan yang ditentukan adalah memang merupakan pelabuhan utama impor produk tertentu, dimana impornya mencapai 93% dari seluruh impor produk tertentu.
- e) Kebijakan impor produk tertentu memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan industri produk tertentu di dalam negeri serta membuka ruang gerak bagi produk lokal di pasar dalam negeri.
 - f) Kebijakan impor produk tertentu belum memperhatikan aspek perlindungan konsumen dari kemungkinan dampak negatif masuknya produk impor yang dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan serta kerugian ekonomis konsumen.
 - g) Perspektif pelaku usaha terhadap pemberlakuan ketentuan impor produk tertentu yang sebagian besar positif mencerminkan adanya manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan kesimpulan di atas, kebijakan impor produk tertentu melalui Permendag 56/2008 kiranya perlu dilakukan penyempurnaan antara lain:

- a) Meningkatkan sistem *database* impor produk tertentu sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sistem monitoring impor (*tracking system*).

- b) Melakukan evaluasi terhadap cakupan barang yang diatur.
- c) Meninjau kembali ketentuan tentang pengecualian mengingat cakupan yang dikecualikan sangat luas sehingga sulit menerapkan pengawasannya.
- d) Memberikan cakupan yang lebih luas terhadap materi pemeriksaan barang di negara pelabuhan muat barang yang dilakukan oleh Surveyor, seperti persyaratan standar sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI), pelabelan dan Surat Keterangan Asal (SKA) preferensi sesuai ketentuan yang berlaku.
- e) Melakukan kajian lebih lanjut tentang dampak kebijakan impor produk tertentu secara komprehensif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2010. Indeks Produksi Industri 2002-2009. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- , 2010. Impor Indonesia 2005-2010. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Kerjasama Operasi Sucofindo – KSO Sucofindo. Impor Produk Tertentu 2008-2010. KSO Sucofindo: Jakarta.
- Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas. www.wikipedia.com. [diakses Juli 2010].

PROSPEK PERDAGANGAN INDONESIA, CINA DAN INDIA MELALUI ANALISA GRAVITY MODEL

Oleh : Pakasa Bary¹

Abstract

Global growth has shrunk affected by 2008 global financial crisis, especially contributed by advanced economies that experienced strongest decline. Indeed, it also affected their production and their demand of inputs, and hence decreased exports of countries providing upstream commodities. Meanwhile, China and India record a remarkable growth and only slightly affected by the crisis. Consistently, percentage of Indonesian exports to China and India, especially raw commodities, has been rising since 2008, and likely to increase furthermore in the future.

This paper applies simple gravity model to evaluate the sensitivity of productions or income of these three economies on Indonesian exports to China and India. Using various methods and assumptions, estimation results suggest strong sensitivity of importers' income and production. Indeed, it is likely that Indonesian exports to China and India will increase furthermore and hence boosting Indonesia economic growth along with China and India, making them the next growth triangle in Asia. While China nowadays is the strongest demand source for Indonesian exports, India may be the significant contributor in the near future. Nevertheless, there still must be significant reform in trade barriers and domestic economic strategy to support this potency in globalized world.

Keywords: Asian economics, international trade, gravity model

PENDAHULUAN

China, India dan Indonesia adalah tiga Negara Asia yang masih akan mencatat pertumbuhan ekonomi positif pada level yang relatif tinggi di saat negara-negara lain mengalami pertumbuhan negatif atau setidaknya mengalami pertumbuhan yang rendah setelah terpengaruh krisis finansial global di tahun 2008. Cashmore (2009) menjelaskan bahwa Cina dan India

merupakan dua negara yang akan memimpin produksi di Asia, namun di sisi lain, dua negara tersebut tidak kaya akan sumber daya alam, sehingga tanpa bantuan sumberdaya alam negara lain, akan menghambat proses produksinya. Sedangkan Indonesia merupakan negara penghasil komoditas dan kaya akan sumber daya alam, dengan letak geografis yang cukup dekat dengan Cina dan India, yaitu sekitar hanya 3.200 km.

¹ Peneliti Ekonomi Bank Indonesia. Pandangan pada tulisan ini merupakan pendapat pribadi penulis dan bukan merupakan pendapat Bank Indonesia.

Jumlah penduduk yang tinggi pada ketiga negara tersebut membuat perekonomian tidak terpuruk atas berkurangnya permintaan dari negara lain karena permintaan domestik yang terjaga, yang utamanya didorong oleh konsumsi masyarakat yang tetap tinggi. Khusus untuk India, ketergantungan yang rendah terhadap ekspor juga signifikan dalam membuat negara tersebut tidak terkena dampak krisis finansial global secara dalam. Di samping itu, pemerintah juga membantu memberikan dorongan pada perekonomian melalui peningkatan stimulus dalam mempercepat proses pemulihan perekonomian, terutama pemerintah Cina, dan kebijakan moneter juga dilakukan di tiga negara tersebut untuk meminimalisir volatilitas yang tinggi pada sisi finansial pada saat terjadinya krisis finansial global. Pada tahun 2008 dimana puncak krisis finansial global terjadi, pertumbuhan ekonomi Cina dan India masih mencapai 9% dan 7,3%, dimana negara maju seperti Amerika Serikat dan Jepang mengalami pertumbuhan rendah yaitu masing-masing sebesar 0,4% dan -0,7%.

Pasar domestik terbilang besar dan akan terus berkembang didorong oleh populasi pada ketiga negara ini diproyeksikan akan terus bertambah ke depan. Konsumsi masyarakat akan terus menopang perekonomian dengan tingkat pertumbuhan ekonomi cukup tinggi di saat permintaan dari luar negeri mengalami penurunan. Dengan perkataan lain perdagangan antar tiga Negara ini sangat patut dipertimbangkan sebagai sumber pertumbuhan yang signifikan di masa depan. Dalam World Economic Outlook edisi Oktober 2009, IMF memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Cina, India dan Indonesia pada tahun 2009 masing-masing mencapai

8,5%, 5,4%, dan 4,0%.

Pada beberapa tahun ke depan, pertumbuhan ekonomi Cina dan India diproyeksikan tetap tinggi oleh IMF, pertumbuhan ekonomi Cina diramalkan akan mencapai sebesar 9,0% pada 2010, kemudian meningkat menjadi 9,7-9,8% pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2013, namun pada tahun 2014 diproyeksikan mengalami sedikit perlambatan menjadi 9,5%. Pertumbuhan ekonomi India diperkirakan sebesar 6,4% pada 2010, dan mengalami percepatan yang cukup signifikan menjadi 7,3% pada tahun 2011, dan terus mengalami percepatan secara gradual hingga mencapai 8,1% di tahun 2014. Di lain pihak, proyeksi pertumbuhan ekonomi negara maju diperkirakan akan tetap rendah, walaupun diperkirakan telah mengalami pertumbuhan normal setelah adanya pemulihan ekonomi pasca krisis finansial global (Bary, 2009)

Tabel 1 menunjukkan pertumbuhan yang negatif untuk Jepang dan Amerika Serikat pada 2009, sedangkan Cina dan India menunjukkan pertumbuhan yang positif dan relatif tinggi. Amerika Serikat diperkirakan akan tumbuh sebesar 1,5% pada tahun 2010, dan kemudian akan mencapai angka pertumbuhan sekitar 2,1-2,8% pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2014. Sedangkan Jepang diperkirakan tumbuh sebesar 1,7% pada 2010, dan kemudian mengalami percepatan menjadi 2,4% pada 2011, sebelum akhirnya mengalami perlambatan secara gradual hingga mencapai 1,8% pada 2014.

Di negara pada kawasan ASEAN lainnya seperti Malaysia dan Singapura, pertumbuhan ekonomi diperkirakan akan lebih baik dari AS dan Jepang, namun lebih rendah dibandingkan Indonesia, Cina, dan India. Malaysia

diperkirakan akan mengalami percepatan pertumbuhan menjadi 2,5% pada tahun 2010 kemudian akan mencapai 6,0% pada tahun 2013 dan 2014. Kemudian, pada Singapura yang juga

termasuk negara maju, pertumbuhan ekonomi akan menjadi 4,1% di tahun 2010 dan kemudian akan semakin cepat dan mencapai 4,6% di tahun 2014.

Tabel 1. Proyeksi IMF atas Pertumbuhan Ekonomi Beberapa Negara

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Indonesia	6.1	4.0	4.8	5.0	5.5	6.0	6.3
Cina	9.0	8.5	9.0	9.7	9.8	9.8	9.5
India	7.3	5.4	6.4	7.3	7.6	8.0	8.1
AS	0.4	-2.7	1.5	2.8	2.6	2.5	2.1
Jepang	-0.7	-5.4	1.7	2.4	2.3	2.0	1.8
Malaysia	4.6	-3.6	2.5	4.1	5.5	6.0	6.0
Singapura	1.1	-3.3	4.1	4.3	4.2	4.6	4.6

Dalam % yoy (year-on-year)

Sumber: IMF, World Economic Outlook, October 2009

MODEL GRAVITY

Model *gravity* merupakan model ekonomi yang telah seringkali digunakan untuk menjelaskan hubungan perdagangan antar negara. *Gravity model* didasarkan atas teori Sir Isaac Newton tentang gravitasi. Model ini memperkirakan bahwa volume perdagangan antara kedua negara berhubungan lurus dengan pendapatan masing-masing negara tersebut, dan berhubungan terbalik dengan hambatan perdagangan antar negara.

Gravity model sangat populer karena kesuksesannya dalam menjelaskan variasi empiris pada data yang ada, namun model ini juga banyak dikritisi karena landasan teori ekonomi yang tidak kuat.

Namun demikian, beberapa penelitian menjelaskan bahwa *gravity model* dapat diperoleh melalui landasan beberapa teori ekonomi tentang perdagangan internasional yang telah secara umum digunakan, yang bahkan teori tersebut secara prinsip sangat berbeda satu

sama lain. Salah satunya dibuktikan oleh Evenett dan Keller (2002), yang membuktikan bahwa teori Heckscher-Ohlin dapat menjelaskan kesuksesan *gravity model* secara empiris. Bentuk *gravity model* yang paling sederhana adalah sebagai berikut:

$$X_{ij} = \frac{Y_i Y_j}{D_{ij}}$$

di mana X_{ij} merupakan ekspor dari negara i ke negara j , Y_i merupakan pendapatan negara i , Y_j merupakan pendapatan negara j , dan D_{ij} merupakan jarak antara negara i dan negara j .

Beberapa penelitian menerapkan formulasi sedikit berbeda dengan persamaan aslinya, untuk mempermudah estimasi dengan menggunakan minimal satu titik data dengan nilai ekspor nol. Misalnya dengan mengganti bentuk X_{ij} menjadi $(1 + X_{ij})$ seperti yang dilakukan oleh Wall (2000).

Beberapa literatur juga mengemukakan alternatif bentuk fungsional dari

gravity model, salah satunya Sanso dkk (1993). Misalnya dengan menggunakan kombinasi PDB per kapita dan jumlah populasi, atau dengan menggunakan kombinasi PDB per kapita dan PDB suatu negara. Literatur yang sama juga menemukan bahwa bentuk log linier dari gravity model yang digunakan secara statistik sedikit tidak cocok dengan data yang digunakannya.

Salah satu temuan penting pada Anderson dan van Wincoop (2003) ketika merekonstruksi gravity model sesuai dengan teori adalah bahwa terdapat biaya perdagangan relatif antar negara yang patut diperhitungkan dalam gravity model. Hal ini antara lain mengindikasikan bahwa metode estimasi dengan *fixed effect* lebih baik, karena dapat menjelaskan perbedaan resistensi antar hubungan bilateral yang berimplikasi pada variasi nilai ekspor impor. Walaupun demikian, risiko bias antar observasi *time series* tetap ada karena resistensi perdagangan secara relatif dapat berubah sepanjang waktu.

Penelitian ini menggunakan data Produk Domestik Bruto Indonesia, yang bersumber dari BPS, data nilai ekspor Indonesia ke Cina, data nilai ekspor Indonesia ke India yang diperoleh melalui CEIC, dan data Produk Domestik Bruto Cina dan Produk Domestik Bruto India yang diperoleh dari IMF – IFS. Series yang digunakan adalah triwulanan, sejak triwulan I tahun 1999 sampai dengan triwulan IV tahun 2008. Data ekspor Cina ke Indonesia, India ke Indonesia, Cina ke India, dan India ke Cina tidak diikutsertakan yang selain disebabkan oleh keterbatasan data juga mengingat konteks penelitian ini lebih pada prospek pertumbuhan Indonesia karena adanya peluang perdagangan dengan Cina dan India, namun tidak sebaliknya.

Model yang digunakan utamanya terbagi menjadi dua model. Model pertama mengasumsikan bahwa pengaruh PDB Indonesia adalah sama baik untuk persamaan gravitasi Cina maupun persamaan gravitasi India. Sebaliknya, model kedua mengasumsikan bahwa pengaruh PDB Indonesia untuk persamaan gravitasi Cina berbeda dengan pada persamaan gravitasi India. Dari masing-masing model tersebut, estimasi dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *common intercept* dan *fixed effect* melalui regresi data panel.

Dengan kata lain, spesifikasi model yang akan diestimasi masing-masing adalah sebagai berikut:

$$\text{Model IA} \quad X_{ij} = e^{\alpha} Y_i Y_j^{\beta_j}$$

$$\text{Model IB} \quad X_{ij} = e^{\alpha_j} Y_i Y_j^{\beta_j}$$

$$\text{Model IIA} \quad X_{ij} = e^{\alpha} Y_i^{\theta_j} Y_j^{\beta_j}$$

$$\text{Model IIB} \quad X_{ij} = e^{\alpha_j} Y_i^{\theta_j} Y_j^{\beta_j}$$

di mana X_{ij} merupakan ekspor dari negara i ke negara j , Y_i merupakan pendapatan negara i , Y_j merupakan pendapatan negara j . Kemudian, α , dan θ merupakan parameter. Huruf kecil j pada masing-masing parameter menjelaskan sensitivitas spesifik pada masing-masing *cross-section*. i mewakili Indonesia, sedangkan j terdiri dari Cina dan India. Selain itu, untuk efisiensi dalam hal *degrees of freedom*, variabel jarak (D) yang telah dijelaskan sebelumnya tidak diikutsertakan dalam estimasi, mengingat hal ini dimungkinkan karena jarak Indonesia (Jakarta) ke Cina (Beijing) yang hampir sama dengan jarak

Indonesia (Jakarta) ke India (New Delhi), yaitu sekitar 5100 Km. Dengan kata lain, dengan spesifikasi sebagaimana dijelaskan di atas, pengaruh variabel jarak akan juga diwakili oleh parameter α . Estimasi data panel dilakukan pada model-model tersebut dengan mengubah bentuk model tersebut menjadi bentuk log linier.

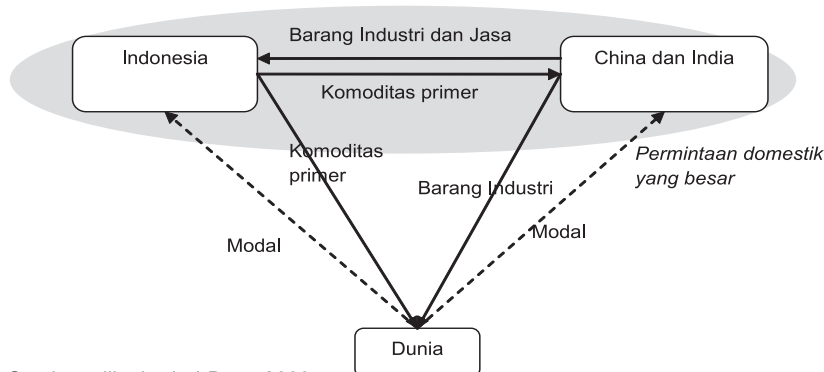
Potensi Perekonomian dan Perdagangan Tiga Negara

Saat ini, Indonesia merupakan negara pengekspor batubara terbesar dan juga sebagai produsen minyak sawit terbesar di dunia dengan permintaan yang relatif besar dari negara-negara maju dan negara-negara di kawasan Asia. Indonesia dapat menghasilkan komoditas primer dengan biaya marginal yang rendah yang didukung oleh persediaan sumber daya alam yang besar, luas geografis yang besar, kondisi iklim dan cuaca yang mendukung, serta biaya tenaga kerja yang relatif rendah. Di sisi lain, India dan Cina tidak memiliki keunggulan dalam memasok komoditas primer, namun Cina dan India membutuhkan pasokan energi dalam jumlah besar untuk mendukung

pertumbuhan industrinya yang tinggi. Dengan letak geografis yang cukup berdekatan, Indonesia akan menjadi negara potensial bagi Cina dan India untuk memenuhi kebutuhan sumber daya alam dan energi dalam mengusung pertumbuhan produksi barang industri di kedua negara tersebut.

Banyak Negara-negara Asia seperti Vietnam, Myanmar, termasuk Cina dan India dikenal sebagai negara yang memiliki biaya tenaga kerja rendah. Negara-negara ini akan dapat menekan biaya marginal produksi barang industrinya, sehingga akan membuat barang-barang produksi Cina dan India semakin kompetitif di mata dunia. Pada kondisi pasca krisis keuangan global seperti saat ini, kompetitifnya produk dari sisi harga akan sangat diperhatikan oleh konsumen. Sehingga, walaupun secara relatif rendah dari sisi penggunaan teknologi terkini dibandingkan negara-negara maju, barang industri dari Cina dan India dalam waktu dekat akan semakin menjadi preferensi konsumen secara global.

Berdasarkan uraian di atas maka kemitraan yang dapat dibangun antara Cina, India dan Indonesia adalah seperti dalam gambar berikut ini:



Sumber: dikutip dari Bary, 2009

Gambar 1. Peran New Growth Triangle di Dunia

Pada konteks investasi dan finansial, membaiknya arus dana ke negara berkembang sejalan dengan pemulihan perekonomian dunia pasca terjadinya krisis finansial global, akan berpotensi berperan sebagai dukungan kapital terhadap ketiga negara tersebut. Dukungan tersebut dapat berupa investasi secara langsung maupun melalui kredit perbankan. Produksi barang-barang akan meningkat, serta infrastruktur perdagangan seperti pelabuhan, jalan, serta rel kereta api, yang pada akhirnya akan memperlancar aktivitas ekonomi dan produksi serta meningkatkan nilai tambah ketiga negara tersebut.

Data indikator perekonomian global juga menunjukkan bahwa mulai triwulan II 2009 dana dan investasi mulai mengalir kembali ke *emerging markets*, yang menjanjikan *return* lebih besar. Hal ini juga termasuk Indonesia, Cina dan India. Meningkatnya arus dana dan investasi ke negara berkembang di Asia ini antara lain terlihat dari terapresiasinya nilai tukar mata uang dan indeks saham di negara-negara tersebut. Di Indonesia, nilai tukar terapresiasi menjadi sekitar Rp. 9400/USD pada bulan Desember 2009 dari sebelumnya sekitar Rp. 11.000/USD pada awal tahun 2009.

Menurut Wong dan Chan (2003), pada jenis barang dan jasa tertentu, juga akan terjadi kompetisi antara Cina dan Asean, walaupun secara menyeluruh, perdagangan antara Cina dan Asean saling mendukung perekonomian masing-masing. Wong dan Chan juga berpendapat bahwa untuk membuat perdagangan bebas antara Cina dan Asean, diperlukan perubahan struktur ekspor agar lebih bersifat komplementer, yakni Asean dikonsentrasikan dalam mengeksport barang-barang komoditas primer, untuk mendukung produksi Cina

atas barang-barangnya yang mengalami peningkatan permintaan di sektor industri dan sektor jasa. Berdasarkan hal tersebut, di antara negara-negara Asean, Indonesia merupakan negara yang paling memenuhi kualifikasi sebagai pemasok komoditas primer, sehingga dapat dikatakan paling berpotensi menjadi mitra Cina. Di sisi lain, Cina dan Asean berpotensi akan berkompetisi dalam hal memperoleh investasi dari negara-negara lain di dunia, sedangkan potensi terjadi investasi antar negara tersebut (antara Cina dan Asean) relatif kecil.

Meskipun ketiga negara ini mempunyai potensi besar untuk memimpin pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia, data menunjukkan masih adanya hal-hal pada perekonomian domestik yang dapat menjadi hambatan serius. Dari sisi kebebasan perekonomian, tiga negara tersebut secara umum masih berada di bawah rata-rata dunia. Indonesia, Cina dan India tercatat masing-masing menduduki ranking 131, 132, dan 123 pada 2009 *index of economic freedom*. Cina tidak mengalami perubahan skor dari penilaian tahun sebelumnya, sementara Indonesia dan India untuk keseluruhan kebebasan ekonomi mengalami peningkatan dari tahun 2008 masing-masing sebesar 0,2 dan 0,3. (*The Heritage Foundation dan Wall Street Journal*).

Pada negara Cina, secara umum permasalahan terletak pada regulasi yang dipandang tidak transparan. Aspek yang paling mengkhawatirkan adalah permasalahan *property rights* dan kebebasan dalam hal finansial. Di sisi finansial, sistem finansial di Cina dikontrol secara ketat oleh pemerintah, kredit sebagian besar diberikan pada badan usaha yang dimiliki oleh negara. Kemudian, permasalahan investasi juga

tinggi di Cina. Investor menghadapi penegakan hukum yang tidak transparan dan tidak konsisten, dan sistem hukum yang tidak dapat menjamin penjatuhan sanksi dalam kontrak. Salah satu poin terpenting adalah kebebasan di India dalam hal perdagangan yang masih sangat rendah. Restriksi ekspor impor, tingkat tariff yang tinggi, dan beberapa hambatan perdagangan yang bersifat non tariff juga ada seperti regulasi yang kompleks dan tidak transparan, penegakan yang lemah pada hak kekayaan intelektual, dan infrastruktur yang tidak mencukupi.

Indonesia memiliki keunggulan dibandingkan ketiga negara tersebut yang terdapat di sisi kebebasan perdagangan dan kebebasan fiskal yang juga relatif lebih baik dibandingkan rata-rata dunia. Namun kebebasan dalam menjalankan bisnis patut lebih diperhatikan di Indonesia mengingat proses perizinan yang masih berbelit-belit. Selain itu, penutupan usaha juga dinilai cukup sulit dan membutuhkan banyak biaya. Kebebasan berinvestasi di Indonesia juga dinilai rendah. Adanya korupsi serta regulasi yang kontradiktif dan tidak transparan dalam kegiatan investasi menjadi salah satu penyebab rendahnya nilai Indonesia dalam hal kebebasan berinvestasi.

Dibandingkan Cina dan India, kebebasan dalam kaitannya dengan masalah tenaga kerja di Indonesia sangat rendah. Hal ini disebabkan oleh adanya kebijakan yang restriktif terhadap tenaga kerja yang justru menghambat produktivitas. Biaya yang besar untuk memecat karyawan justru dinilai menyebabkan adanya disinsentif untuk penambahan tenaga kerja apabila diperlukan, sehingga perekonomian akan sulit memanfaatkan adanya peluang

peningkatan produksi.

Salah satu hambatan yang sangat mengkhawatirkan di tiga negara ini muncul dari kebebasan berinvestasi, dimana skor kebebasan berinvestasi baik di Cina, Indonesia, dan India lebih rendah 18,8 poin dibandingkan rata-rata dunia. Selain itu, hambatan juga muncul dari sisi kebebasan berinvestasi, kebebasan dalam bisnis, dan juga kebebasan dalam korupsi, khususnya untuk Indonesia. Keunggulan kebebasan ekonomi tiga negara signifikan dari segi besarnya pemerintah.

Mengingat konteks potensi pertumbuhan ketiga negara tersebut sangat terkait dengan perdagangan internasional antar ketiga negara, pertumbuhan ketiga negara tersebut tentu membutuhkan pula dukungan kebijakan berkaitan dengan perdagangan internasional dan hubungan antar negara yang baik. Pada beberapa tahun terakhir, telah terjadi perkembangan kondisi perdagangan internasional yang pada umumnya semakin mengarah pada meningkatnya intensitas perdagangan.

Dalam perdagangan internasional pada umumnya, digunakan mata uang yang diterima oleh banyak negara di dunia, yaitu US Dollar. Hal ini tentu memberikan tekanan permintaan kepada mata uang tersebut dan juga sangat menyulitkan jika terjadi perubahan nilai mata uang US Dollar sehubungan dengan pergerakan masif arus dana di seluruh dunia mengingat mata uang tersebut merupakan mata uang *save haven*. Hal ini antara lain terjadi pada akhir 2008 dan awal tahun 2009 dimana terjadi fenomena *flight to quality* akibat berkurangnya *risk appetite* investor secara global menyusul terjadinya krisis finansial global. Berkaitan dengan hal tersebut, pada tanggal 23 Maret 2009,

telah ditandatangani kerjasama Bilateral Currency Swap Arrangement (BCSA) Rupiah/Yuan. Kerjasama ini dapat memfasilitasi transaksi perdagangan dan investasi bilateral antara Indonesia dan Cina serta menyediakan likuiditas di pasar keuangan dengan tidak mengurangi ketergantungan pada US Dollar.

Dalam tulisannya, Vanzetti dkk (2005) mencantumkan perjanjian regional ASEAN + 3 di dalam salah satu skenario perdagangan internasional Indonesia di masa depan. ASEAN + 3 yang dimaksud adalah negara-negara ASEAN termasuk Indonesia bersama dengan tiga negara lain yaitu Cina, Jepang, dan Korea Selatan. Skenario tersebut juga termasuk salah satu skenario yang dikelompokkan sebagai percepatan liberalisasi perdagangan internasional Indonesia. Indonesia dapat memperoleh benefit dari impor barang-barang konsumsi dengan harga yang relatif rendah dari Cina, Namun, barang ekspor Indonesia akan juga berkompetisi dengan Cina pada produk-produk yang menggunakan tenaga kerja secara intensif. (Bary, 2009)

Mengenai India, Henry (2008) memaparkan bahwa India yang dahulu terbelang cukup protektif dalam perdagangan internasional, juga semakin mengarah ke perdagangan bebas, salah satunya dengan negara-negara di kawasan ASEAN. Namun demikian, India masih relatif tertutup pada sektor-sektor tertentu yang menjadi kelemahan perekonomiannya, seperti sektor pertanian yang menyerap 60% tenaga kerja India. Proteksi diterapkan pada sektor ini untuk menjaga tingkat pengangguran melalui tarif yang tinggi. Namun, proteksi di sektor inilah yang dapat membuat pertumbuhan ekspor

ke India dari Indonesia menjadi terbatas, terutama untuk komoditas seperti CPO dan kopi. Dari sisi perkembangan ekspor, proporsi ekspor India semakin dominan pada jenis barang seperti piranti lunak, transportasi, travel, dan berbagai jenis jasa. Juga menurut sumber yang sama, India akan menjadi lebih baik jika menjadi bagian integral dari ASEAN karena peran ASEAN sebagai pintu gerbang ke Asia Timur dan perekonomian dunia secara keseluruhan.

Di sisi lain, pada Butir-Butir Pemikiran Perdagangan Indonesia 2009-2014 yang dirilis oleh KADIN (2008), secara umum dijelaskan bahwa kebijakan perdagangan bebas yang dilakukan beberapa dasawarsa terakhir dirasakan telah memberikan dampak negatif bagi kesejahteraan masyarakat, sehingga perlu membangun nasionalisme demi menghadapi perdagangan bebas yang merupakan keniscayaan di masa depan, sebagai konsekuensi dari perjanjian perdagangan internasional seperti WTO dan AFTA.

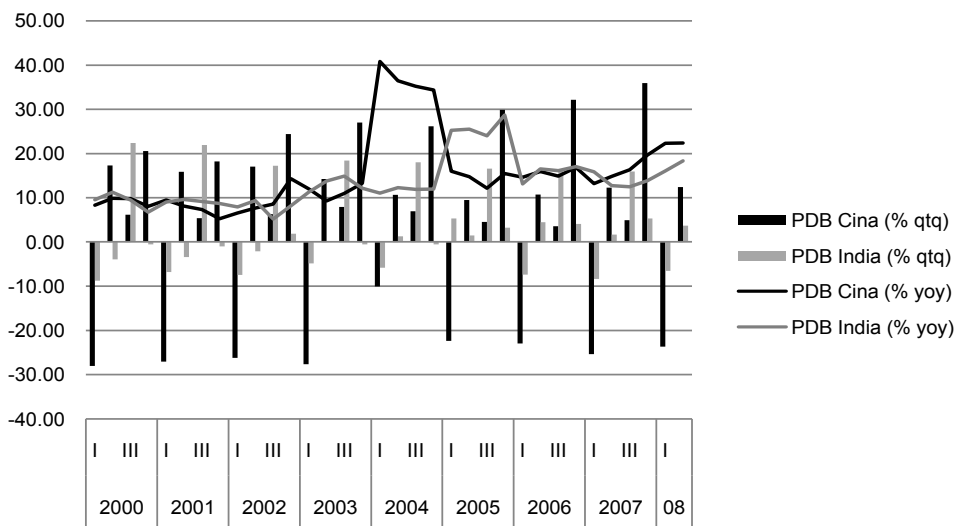
Melalui sumber yang sama juga dikemukakan bahwa ke depan, dalam konteks perdagangan luar negeri, pembukaan akses pasar bagi barang-barang yang menjadi keunggulan Indonesia akan lebih ditekankan, yang didukung oleh dukungan ekspor dan mengoptimalkan produksi dalam negeri terutama yang terkait dengan ekspor UKM. Kebijakan atas impor juga lebih ditekankan demi kepentingan nasional, terutama yang mendukung keberlangsungan produksi di dalam negeri. Dalam hal regulasi, RUU perdagangan juga akan dituntaskan untuk memberikan pedoman yang lebih jelas bagi pengusaha di dalam perdagangan. Peningkatan daya saing akan diawali dengan peningkatan daya saing di pasar

dalam negeri melalui penguatan pelaku industri dan dengan menyediakan iklim usaha yang kondusif. Selain itu, dorongan untuk kegemaran atas produk Indonesia juga akan dilakukan. Munculnya aspek yang sedikit “protektif” ini muncul seiring dengan adanya defisit perdagangan Indonesia di tahun 2008 dengan Cina setelah zona perdagangan bebas antara Indonesia dengan Cina diterapkan, setelah pada tahun 2007 Indonesia mengalami surplus perdagangan dengan Cina. Namun, defisit perdagangan ini dapat terjadi karena harga komoditas primer memang mengalami kejatuhan mendalam di tahun 2008 akibat krisis finansial global. Sedangkan harga barang jadi seperti yang Indonesia impor dari Cina tidak mengalami banyak perubahan. Dengan kata lain, kemungkinan besar defisit tersebut hanya bersifat temporer. Kendati demikian, aspek nasionalisme

harus diterapkan dalam menghadapi perdagangan bebas agar Indonesia memperoleh manfaat yang positif dari perubahan iklim perdagangan internasional menjadi lebih bebas, yang hampir merupakan suatu keniscayaan pada era globalisasi ini.

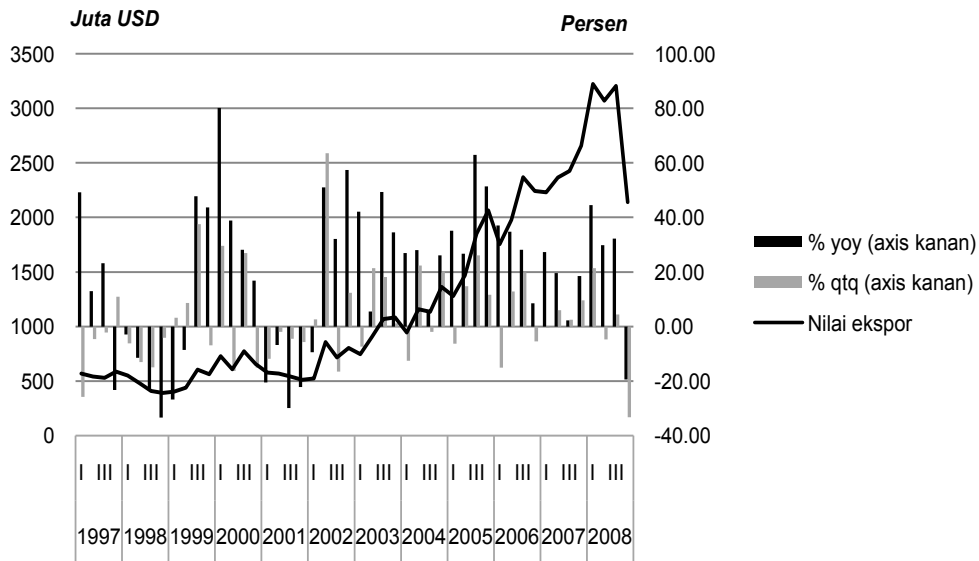
Perkembangan Perekonomian Tiga Negara

PDB negara Cina dan India sejak tahun 2000 mengalami peningkatan secara tahunan, dengan tendensi percepatan pertumbuhan sepanjang waktu. Secara triwulanan, baik PDB Cina maupun India mempunyai pola musiman yang signifikan. Pertumbuhan yang robust pada kedua negara ini juga tercermin dari kondisi ketika krisis finansial global terjadi pada triwulan IV 2008, dimana pertumbuhan tahunan tidak mengalami perlambatan.



Sumber: IMF – IFS

Gambar 2. Perkembangan PDB Cina dan India



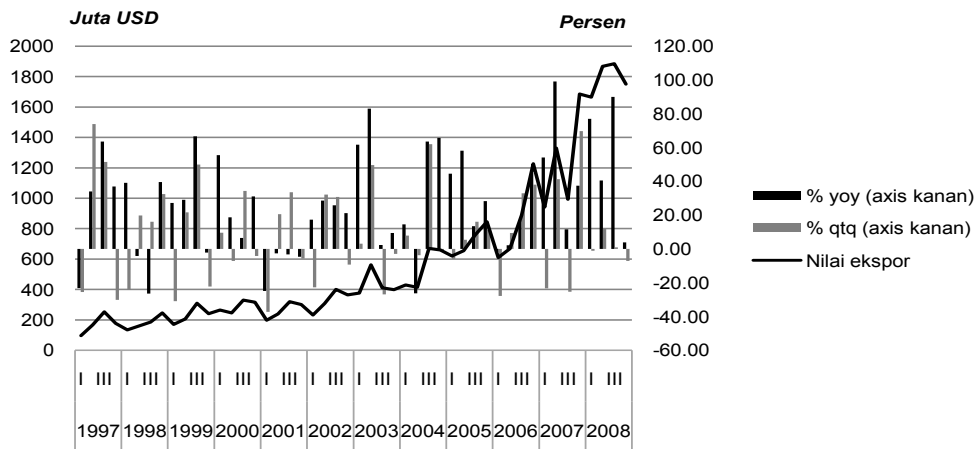
Sumber: CEIC

Gambar 3. Perkembangan Nilai Ekspor Indonesia ke Cina

Berbeda dengan periode sebelum tahun 2001 dimana ekspor Indonesia ke Cina mengalami pertumbuhan yang tidak stabil, nilai ekspor Indonesia ke Cina mengalami peningkatan yang berkelanjutan sejak tahun 2002, dengan rata-rata sebesar 5,09% per triwulannya. Secara nilai kumulatif per tahun, ekspor Indonesia ke negara tersebut mengalami peningkatan antara 15-45% per tahunnya, sepanjang periode 2002 sampai dengan 2008. Krisis finansial global yang terjadi di triwulan IV 2008 sempat menurunkan nilai ekspor ke Cina cukup dalam. Namun, hal ini terjadi lebih signifikan pada nilai ekspor ke negara tujuan lainnya.

Sedikit berbeda dengan Cina, nilai

ekspor Indonesia ke India mengalami peningkatan yang berkelanjutan sejak awal data yang ada yaitu tahun 1997, walaupun sampai dengan tahun 2001 laju pertumbuhan masih terbatas. Peningkatan ekspor tersebut mencapai rata-rata sebesar 8,64% per triwulannya, sedikit lebih besar dibandingkan rata-rata pertumbuhan ekspor ke Cina. Secara nilai kumulatif per tahun, ekspor Indonesia ke negara tersebut mengalami peningkatan antara 17-46% per tahunnya, sepanjang periode 2002 sampai dengan 2008. Krisis finansial global yang terjadi di triwulan IV 2008 sempat menurunkan nilai ekspor ke India cukup dalam. Namun, hal ini terjadi lebih signifikan pada nilai ekspor ke negara tujuan lainnya.



Sumber: CEIC

Gambar 4. Perkembangan Nilai Ekspor Indonesia ke India

Jika dilihat proporsi nilai ekspor berdasarkan negara tujuan, nilai ekspor non migas dengan tujuan Jepang dan Amerika Serikat mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Proporsi ekspor dengan tujuan AS dan Jepang pada Semester I 2007 masing-masing sebesar 11,98% dan 15,52%, menurun menjadi masing-masing sebesar 11,50% dan 11,91% pada Semester I 2008. Pada Semester I 2009, nilai tersebut kembali menurun menjadi masing-masing

sebesar 11,24% dan 11,58%.

Hal ini berkebalikan dengan Cina dan India. Pada Semester I 2007, proporsi ekspor non migas dengan tujuan Cina dan India masing-masing sebesar 7,36% dan 5,23%, kemudian meningkat menjadi masing-masing sebesar 8,02% dan 6,05% pada Semester I 2008. Pada Semester I 2009, nilai tersebut kembali mengalami peningkatan menjadi masing-masing sebesar 8,39% dan 7,65%.

Tabel 2. Perkembangan Nilai Ekspor Non Migas Indonesia Berdasarkan Negara Tujuan

	Semester I 2007		Semester I 2008		Semester I 2009	
	USD Miliar	Persentase*	USD Miliar	Persentase*	USD Miliar	Persentase*
AS	5.38	11.98%	6.20	11.50%	4.82	11.24%
Singapura	4.22	9.39%	5.17	9.60%	4.34	10.12%
Malaysia	2.03	4.51%	3.17	5.88%	2.29	5.34%
India	2.35	5.23%	3.26	6.05%	3.28	7.65%
Jepang	6.97	15.52%	6.42	11.91%	4.96	11.58%
Cina	3.30	7.36%	4.32	8.02%	3.59	8.39%

*persentase terhadap total

Sumber: Ditjen Bea dan Cukai via Bank Indonesia

HASIL ESTIMASI

Berdasarkan spesifikasi model-model yang telah dijelaskan pada bagian metodologi, hasil estimasi regresi data

panel yang diperoleh untuk model I (model IA dan model IB) adalah sebagai berikut:

Hasil Estimasi Model I

Variabel	Common		Fixed Effect	
	China	India	China	India
Y importir	0.578535***	0.44531***	0.711345***	1.040241***
Y indonesia	0.860235**		0.573657***	
Const	-9.1		-6.38735	-10.5868
Statistik Model				
Adj R ²	0.924964		0.938372	
DW	1.090633		1.372118	

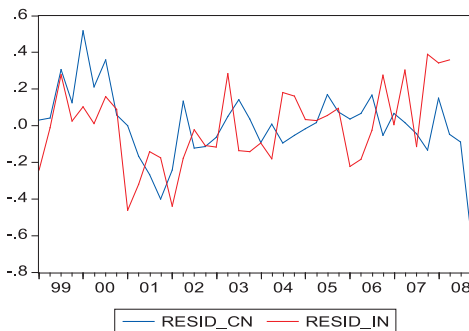
Keterangan:

*** : signifikan pada tingkat keyakinan 99%

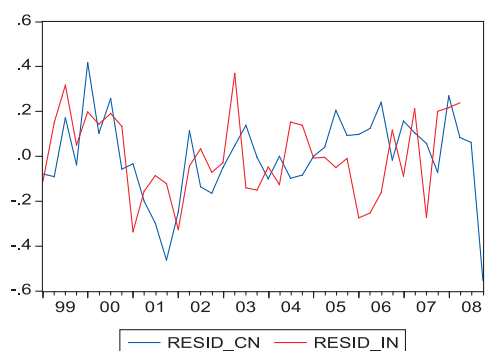
** : signifikan pada tingkat keyakinan 95%

* : signifikan pada tingkat keyakinan 90%

Pola Residual Model IA



Pola Residual Model IB



Dengan mengasumsikan pengaruh produksi Indonesia terhadap nilai ekspor kepada kedua negara adalah identik, diperoleh angka sensitivitas 0,86% (*common intercept*) dan 0,57% (*fixed effect*). Bertambahnya pendapatan atau produksi negara Cina sebesar 1% akan meningkatkan ekspor Indonesia ke Cina

sebesar 0,58%, sedangkan bertambahnya pendapatan atau produksi negara India sebesar 1% akan meningkatkan ekspor Indonesia ke India sebesar 0,44%.

Statistik model terlihat cukup baik dengan angka adjusted R² sebesar 0,92 dan 0,94. Statistik DW juga menunjukkan bahwa dalam persamaan tersebut tidak

terdapat otokorelasi, dengan statistik DW sebesar 1,09 dan 1,37. Residual hasil estimasi persamaan-persamaan tersebut menunjukkan pola random.

Hasil estimasi dengan metode *fixed effect* (Model IIA dan Model IIB) menunjukkan adanya perbedaan konstanta pada gravity model. Hal ini

antara lain dapat disebabkan oleh adanya perbedaan kebijakan perdagangan internasional yang berupa hambatan masuk yang bersifat otonomus. Namun, nilai ekspor otonomus mendekati nol, yang ditunjukkan oleh intercept hasil estimasi logaritma natural yang mencapai negatif.

Hasil Estimasi Model II

Variabel (Ln)	Common		Fixed Effect	
	China	India	China	India
Y importir	0.413214**	1.759442***	0.513903***	1.613645***
Y Indonesia	0.908971***	-0.07498	0.781169***	0.08303
Const		-8.38998	-7.52049	-9.18584
Statistik Model				
Adj R ²	0.940698		0.940742	
DW	1.265372		1.316063	

Keterangan:

*** : signifikan pada tingkat keyakinan 99%

** : signifikan pada tingkat keyakinan 95%

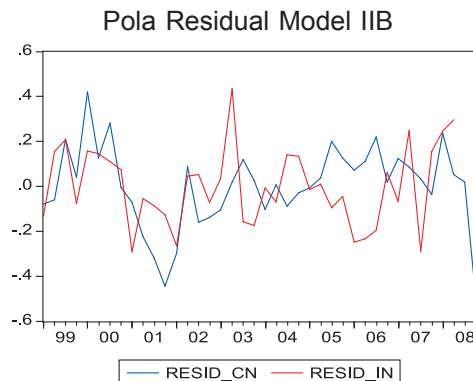
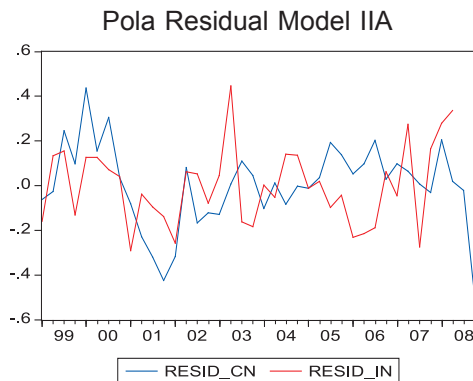
* : signifikan pada tingkat keyakinan 90%

Bila diasumsikan pengaruh produksi/pendapatan Indonesia berbeda terhadap nilai ekspor kepada kedua negara, hasil estimasi menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan Indonesia terhadap ekspor Indonesia kepada India tidak signifikan. Hal ini sangat berbeda dengan Cina, dimana produksi Indonesia sangat berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina, yakni dengan kenaikan 1% pendapatan Indonesia, akan meningkatkan ekspor Indonesia ke Cina sebesar 0,91%.

Perbedaan tersebut dapat merupakan implikasi dari hubungan perdagangan bilateral yang berbeda antara

kedua negara, dan juga dapat disebabkan karena komoditi ekspor yang berbeda pada perdagangan Indonesia ke Cina dan ekspor Indonesia ke India.

Produksi/pendapatan India memegang peranan penting pada ekspor Indonesia ke negara tersebut, yang ditunjukkan oleh tingginya sensitivitas produksi/pendapatan India dalam mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke India, yaitu 1% peningkatan produksi/pendapatan di India akan meningkatkan nilai ekspor Indonesia ke negara tersebut sebesar 1,75% (*common intercept*) atau sebesar 1,61% (*fixed effect*).



India yang masih cenderung protektif terhadap perdagangan internasional justru merupakan potensi besar bagi Indonesia untuk menjaga kesinambungan pertumbuhan ekspornya di masa depan. Karena itu, hubungan bilateral dengan India hendaknya lebih diintensifkan. Terlebih lagi, ekspor ke negara tersebut tidak secara signifikan dipengaruhi oleh perubahan nilai output di Indonesia. Cina merupakan tujuan ekspor yang perlu diintensifkan untuk saat ini.

KESIMPULAN

Secara umum, Cina, India, dan Indonesia mempunyai potensi besar untuk memimpin pertumbuhan ekonomi Asia dan Dunia. Hal ini ditinjau dari tingginya tingkat produksi Cina dan India, dan tingginya tingkat produksi barang-barang input dan sumber energi dari Indonesia. Selain itu, populasi tiga negara yang sangat tinggi mampu membuat tiga negara tersebut menjaga aktivitas perekonomian dengan hanya ditopang oleh permintaan domestik, yang dengan kata lain mengurangi kerentanan terhadap adanya guncangan pada perekonomian dunia. Tiga negara

tersebut juga memiliki kemampuan untuk memasok barang-barang dengan harga yang relatif rendah, yang salah satunya didukung oleh biaya tenaga kerja yang rendah.

Hasil estimasi melalui gravity model menunjukkan adanya sensitivitas yang tinggi antara ekspor Indonesia ke Cina dan India dengan kondisi perekonomian secara umum di kedua negara tersebut. Peningkatan produksi dan pendapatan di Cina dan India akan secara signifikan meningkatkan ekspor Indonesia ke negara tersebut. Dalam hal ini, Peningkatan produksi di India lebih sensitif meningkatkan ekspor Indonesia ke India, yang secara implisit menunjukkan peluang pengembangan ekspor ke negara tersebut masih terbuka lebar.

Pada kondisi saat ini, jumlah ekspor ke Cina sangat signifikan dan mampu mempertahankan nilai ekspor Indonesia dari kejatuhan yang lebih dalam pasca krisis finansial global terjadi. Ekspor ke Cina menjadi suatu keharusan saat ini untuk memberikan stimulus pada pertumbuhan ekonomi di saat permintaan dari negara maju masih

rendah. Namun, pada beberapa tahun ke depan, perkembangan ekspor masih dapat didorong melalui peningkatan ekspor ke India, yang masih jauh dari titik jenuhnya. Untuk itu, hubungan bilateral antara Indonesia dan India perlu lebih ditingkatkan, bersamaan dengan promosi sumber energi Indonesia ke India secara masif. Perhatian lebih perlu diberikan pada masalah ini, mengingat India masih secara relatif cenderung bersifat protektif terkait perdagangan internasional.

Terlepas dari berbagai potensi yang ada, untuk memaksimalkan potensi perdagangan dan pertumbuhan ekonomi pada ketiga negara ini, masih perlu melakukan pembenahan dalam berbagai aspek yang menyangkut perekonomian. Secara umum, ketiga negara harus membenahi mekanisme investasi yang masih menyulitkan investor, permasalahan korupsi yang terbilang masih cukup tinggi dan membebani perekonomian, dan kejelasan serta kemudahan dalam menjalankan bisnis secara umum. Cina, India, dan Indonesia juga harus memberi perhatian lebih untuk melakukan reformasi atas permasalahan transparansi dan konsistensi regulasi, kemudahan dalam hal memulai bisnis, dan hal-hal terkait *property right*

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, James E. dan Eric van Wincoop (2003), "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle", *The American Economic Review*, Vol. 93, No. 1
- Bary, Pakasa (2009), "Prospek Perekonomian Indonesia Pasca Krisis Finansial Global: Isu Segitiga Pertumbuhan Baru", *Masyarakat Indonesia*, edisi khusus 'Issue 2009'
- Cashmore, Nicholas (2009), "Chindonesia: The New Golden Triangle", *Strategy Outlook*. Hongkong: CLSA Asia Pacific Markets.
- Evenett, Simon J. dan Wolfgang Keller (2002), "On Theories Explaining Success of the Gravity Equation", *The Journal of Political Economy*, Vol. 110 No. 2.
- Hutabarat, Budiman, et. al. (2007), *Analisis Kesepakatan Perdagangan Bebas Indonesia-China dan Kerjasama AFTA serta Dampaknya terhadap Perdagangan Komoditas Indonesia*, Laporan Akhir Penelitian TA 2007, Departemen Pertanian.
- International Monetary Fund (2009), *World Economic Outlook October 2009: Sustaining the Recovery*. Washington D.C.: International Monetary Fund.
- International Monetary Fund (2009b), *Regional Economic Outlook May 2009: Asia and The Pacific*. Washington D.C.: International Monetary Fund.
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2008), *Butir-Butir Pemikiran Perdagangan Indonesia 2009-2014: Nasionalisme dalam Era Perdagangan Bebas*. Jakarta: KADIN.
- Krugman, Paul R. dan Maurice Obstfeld (2003), *International Economics: Theory and Policy*, 6th edition. Boston: Addison-Wesley.
- Lawrence, Henry (2008), *India's International Trade Policy*, Paris: IFRI.

- Sanso, Marcos, *et. al.* (1993), "Bilateral Trade Flows, The Gravity Equation, and Functional Form", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 75, No. 2
- Soesastro, Hadi, dan M. Chatib Basri (2005), "The Political Economy of Trade Policy in Indonesia", *Economics Working Paper Series*. Jakarta: CSIS.
- The Heritage Foundation (2009), *2009 Index of Economic Freedom*,
- Vanzetti, David, *et. al.* (2005), "Trade Policy at the Crossroads – The Indonesian Story", *Policy Issues in International Trade and Commodities*, Study Series No. 28. New York and Genewa: United Nations.
- Wall, Howard J. (2000), "Gravity Model Specification and the Effects of the Canada – US Border", *Working Paper 2000-024A*. The Federal Reserve Bank of St. Louis.
- Wong, Jon dan Sarah Chan (2003), "China and Asean Free Trade Agreement: Shaping Future Economic Conditions", *Asian Survey*, Vol. 43, No. 3
- World Bank (2009), *World Development Report 2009: Reshaping Economic Geography*. Washington D.C.: The World Bank.
- World Bank (2009b), *Indonesia Economic Quarterly September 2009: Clearing Skies*. Jakarta: World Bank.
- World Bank (2009c), *Indonesia Economic Quarterly June 2009: Weathering the Storm*. Jakarta: World Bank.

POTENSI PENGEMBANGAN PASAR JAMU

Oleh:

Bagus Wicaksana dan Nugroho Ari Subekti¹

Abstract

Indonesia is a biodiversity country with nine thousand herbs which have the potential as raw materials for traditional medicine, popularly known as Jamu. Jamu is a home industrial product that can be beneficial for economy development through job creation, large number of enterprises of about 90% are small industries, and multiplier-effect created for added value product from upstream to downstream industry. This research shows that the declaration of "Jamu Brand Indonesia" has significant role to build public awareness to consume in which some consumers are to reduce consumption. The reasons due to its low standard in which jamu with chemicals contents, as well as its less competitiveness to import and pharmaceutical products.

Nonetheless, most respondents's perceptions like jamu is "product of Indonesia", the efficacious supplement product, natural-content based product, and affordable price product must be comprehensively managed by inter-relationship among producer, the government, and academicians to rise its competitiveness to pharmaceutical products. This research recommends stipulated policy and selected strategy should be aimed in order to reach 4 M Mode:: Modern, Mutu Tinggi (High Quality), Murah (Affordable), and Masyarakat (Community Oriented).

Pendahuluan

Jamu merupakan warisan budaya bangsa yang sudah digunakan secara turun menurun. Indonesia memiliki keunggulan dalam hal pengembangan jamu dengan 9.600 jenis tanaman obat yang dapat digunakan sebagai bahan dasar jamu. Selain itu, pemerintah juga sudah menggolongkan tanaman obat yang merupakan bahan baku pembuatan jamu ke dalam sepuluh komoditas potensial untuk dikembangkan. Dari sisi perekonomian, industri jamu telah berkontribusi sangat besar bagi pendapatan nasional, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan

penyediaan lapangan kerja. Bahan baku yang hampir sekitar 99% yang digunakan merupakan produk dalam negeri dinilai mampu membawa *multiplier effect* yang cukup signifikan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia mulai dari sektor hulu (pertanian) hingga sektor hilir yang meliputi perindustrian dan perdagangan.

Dalam aktivitas ekonominya, pasar industri jamu Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan nilai penjualan mencapai Rp 6 triliun, telah menciptakan tiga juta lapangan kerja, dan dengan daerah konsumen terbesar di pulau Jawa mencapai 60%

¹ Peneliti pada Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, Jl. M. I. Ridwan Rais No.5, Jakarta, Telp: (021) 2352 8692, E-mail: bagus.wicaksana@yahoo.com

pada tahun 2007 (GP Jamu dan BPOM, 2008). Dengan keunggulan komparatif yang dimiliki sebagai industri berbasis sumberdaya lokal, KADIN dalam visi 2030 dan *Road Map* Industri Nasional merekomendasikan jamu sebagai klaster industri unggulan penggerak pencipta lapangan kerja dan penurunan angka kemiskinan dan atas dasar kearifan lokal dan potensi yang dimiliki produk Jamu, Kementerian Koordinator Bidang Ekonomi telah mencanangkan gerakan “Jamu Brand Indonesia” sebagai bagian dari kegiatan menyatukan merek jamu dalam satu payung *Brand* Indonesia.

Namun di tengah keberhasilan tersebut masih banyak kendala yang dihadapi oleh industri jamu nasional. Dalam dua puluh tahun terakhir telah marak peredaran jamu berbahan baku kimia dan makin memprihatinkan dalam lima tahun terakhir yang telah berpotensi mencemarkan perkembangan jamu tradisional. Selain itu, produk jamu impor yang dengan mudah ditemukan di pasar dalam negeri juga memberikan dampak yang rentan terhadap persaingan dan citra jamu terutama bagi industri skala kecil. Hal ini dikarenakan kemampuan dan daya saing produk jamu dari usaha kecil yang belum terstandarisasi sesuai dengan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB).

Walaupun belum pernah dikaji mengenai persepsi masyarakat mengenai jamu, namun Pada tahun 2008, masyarakat Indonesia tampak sudah jarang mengonsumsi jamu. Karena bBerbagai macam obat (farmasi maupun jamu impor) yang beredar tampak lebih berhasil dalam menarik minat masyarakat Indonesia untuk

mengonsumsinya. Oleh sebab itu Karena jamu merupakan produk warisan budaya bangsa dan berkontribusi besar bagi penciptaan tenaga kerja domestik, perlu diciptakan tradisi cinta terhadap produk asli Indonesia. Industri jamu merasa tertantang untuk melayani permintaan konsumen yang beraneka ragam².

Dari sudut pandang masyarakat, persepsi mengenai jamu dinilai rendah. Pada sisi lain, perusahaan jamu mendapatkan tantangan untuk mengembangkan strategi khusus dalam peningkatan *brand awareness* masyarakat Indonesia terhadap produk jamu. Semua program yang dilakukan oleh pengusaha domestik, khususnya pengusaha jamu, tidak akan sukses tanpa dukungan dari masyarakat dan Pemerintah.

TUJUAN PENELITIAN

Pemerintah telah berkomitmen untuk memfasilitasi industri jamu Indonesia. Namun, kebijakan yang dibangun hendaknya merupakan kebijakan yang berdasarkan informasi yang ada di lapangan yang berasal dari dunia usaha maupun dari konsumen. Dalam hal ini, sampai saat ini belum tersedia informasi mengenai perilaku masyarakat Indonesia terhadap jamu, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut, dan daya saing jamu Indonesia dalam pikiran masyarakat. Berdasarkan permasalahan tersebut berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan perilaku masyarakat Indonesia terhadap konsumsi jamu;
2. Menganalisa faktor-faktor yang berpengaruh pada proses pengambilan

² Charles Saerang, “Jamu, antara Realitas dan Tantangan Masa Depan”. www.alumni-ipb.or.id, 7 January 2009.

- keputusan pembelian jamu;
3. Mendeskripsikan daya saing jamu tradisional Indonesia;
 4. Merumuskan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan potensi pasar jamu berdasarkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian jamu.

RUANG LINGKUP KAJIAN

Berkaitan dengan latar belakang permasalahan yang sudah tersusun, ruang lingkup penelitian ini terdiri dari yang terdiri dari 4 butir aspek penelitian, yang meliputi:

1. **Perilaku konsumen** dalam proses pengambilan keputusan konsumsi (*Perceived Quality*, kesadaran dan asosiasi, kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen terhadap produk jamu asli Indonesia) oleh masyarakat (konsumen maupun non konsumen);
2. **Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen** baik internal (psikologi individu) dan aspek eksternal (lingkungan, budaya, dan usaha produsen);
3. **Aspek daya saing jamu tradisional Indonesia** (berdasarkan persepsi responden); dan
4. **Aspek regulasi** yang terdiri dari kebijakan pemerintah yang terkait dengan penggunaan jamu sebagai obat tradisional atau barang yang diperdagangkan secara bebas.

METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan *quota purposive sampling* yang terdiri dari 250 responden konsumen dan 250 responden non konsumen pada berbagai variabel demografi (jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan) serta dasar

pemikiran berdasarkan teori perilaku konsumen. Untuk mendeskripsikan perilaku masyarakat Indonesia terhadap konsumsi jamu digunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif (analisa terhadap nilai mean, median, dan modus) terhadap variabel-variabel perilaku konsumen jamu dengan melakukan perbandingan pada variabel demografi.

Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh pada proses pengambilan keputusan pembelian jamu digunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif faktor motivasi, sikap, pembelajaran, dan demografi responden. Untuk menganalisa daya saing digunakan beberapa metode deskriptif kualitatif berdasarkan wawancara mendalam dengan para produsen jamu, asosiasi dan stakeholder dan metode perbandingan *perceived value* di pikiran konsumen (*paired t-test* terhadap jamu tradisional/UKM, jamu moderen/usaha besar, jamu impor, dan obat farmasi/moderen). Untuk merumuskan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk meningkatkan potensi pasar jamu berdasarkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian jamu digunakan analisis *expert judgement* bersama-sama dengan panel tenaga ahli atas hasil analisa atas jawaban tujuan pertama dan kedua dari penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

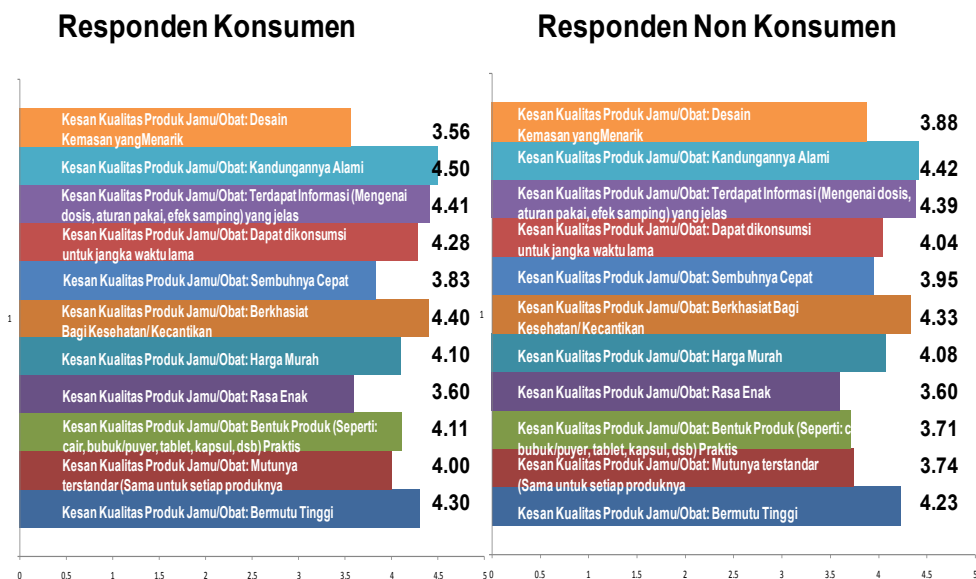
1. Perilaku Konsumsi Masyarakat Terhadap Jamu

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan preferensi responden konsumen terhadap bentuk jamu yang dikonsumsi. Hal ini dapat dilihat dari persentase responden konsumen tentang bentuk jamu yang pernah dikonsumsi antara lain cair

(dijawab oleh 51% responden konsumen), puyer/serbuk (40%), dan pil/kapsul (9%) sementara bentuk jamu yang paling diminati adalah cair (dijawab oleh 59% responden konsumen), puyer/serbuk (30%), dan pil/kapsul (11%). Sementara itu, responden non konsumen memiliki kesadaran (*awareness*) yang tinggi terhadap bentuk jamu dimana jamu bentuk cair dinilai 81%, puyer/serbuk sebesar 79%, dan pil/kapsul sebesar 62%.

Dari hasil pengolahan data tentang signifikansi atribut atau tingkat kepentingan suatu atribut yang harus dimiliki oleh produk jamu berdasarkan persepsi responden baik konsumen

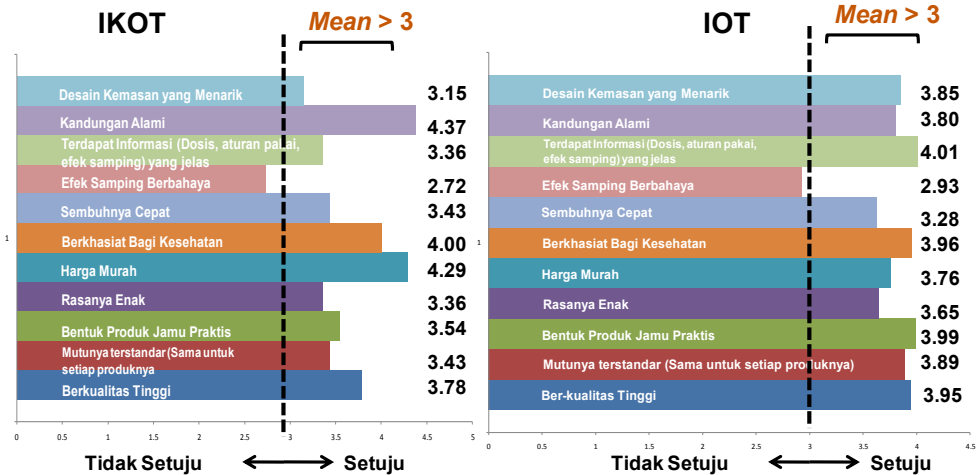
maupun non konsumen cenderung seragam, terutama urutan 4 (empat) teratas yaitu atribut kandungan alami (nilai *mean* 4,50), atribut tersedianya informasi yang jelas seperti dosis, kadaluarsa, dan sebagainya (4,41), atribut manfaat bagi kesehatan/kecantikan (4,40), dan atribut kualitas tinggi (4,30). Urutan yang sama untuk responden non konsumen namun dengan nilai *mean* yang berbeda yaitu atribut kandungan alami (nilai *mean* 4,42), atribut tersedianya informasi yang jelas seperti dosis, kadaluarsa, dan sebagainya (4,39), atribut manfaat bagi kesehatan/kecantikan (4,33), dan atribut kualitas tinggi (4,23)



Gambar 1. Kesan Signifikansi Atribut Produk Jamu

Hasil penghitungan kesan kualitas atribut jamu berdasarkan persepsi **responden konsumen** untuk jamu IKOT dan IOT menunjukkan bahwa kandungan alami produk jamu merupakan atribut

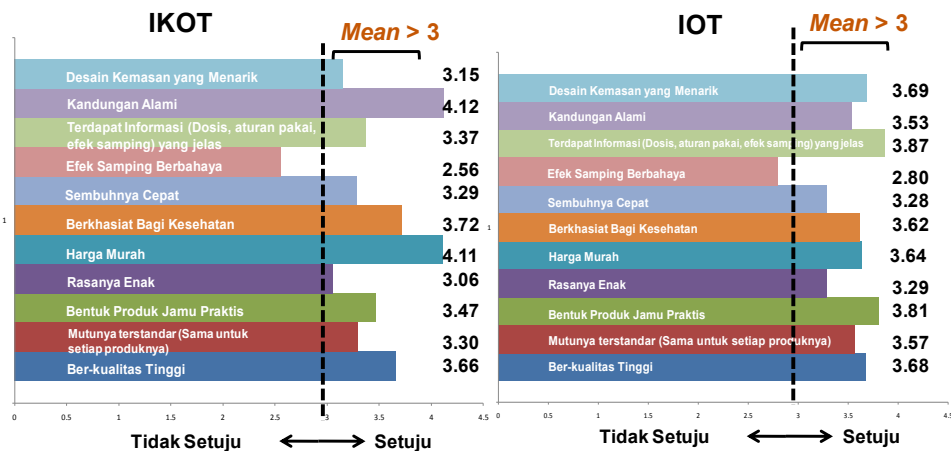
yang unggul bagi produk jamu IKOT sedangkan pada jamu IOT, beberapa atribut seperti khasiat, kandungan alami, dan bentuk yang praktis dinilai baik.



Gambar 2. Kesan Kualitas Berdasarkan Persepsi Responden Konsumen

Dengan menggunakan penghitungan yang sama, berdasarkan persepsi responden non konsumen, atribut untuk jamu IKOT yang dinilai paling baik adalah

kandungannya yang alami dan untuk produk jamu IOT adalah kemasan yang baik serta kandungan yang alami.



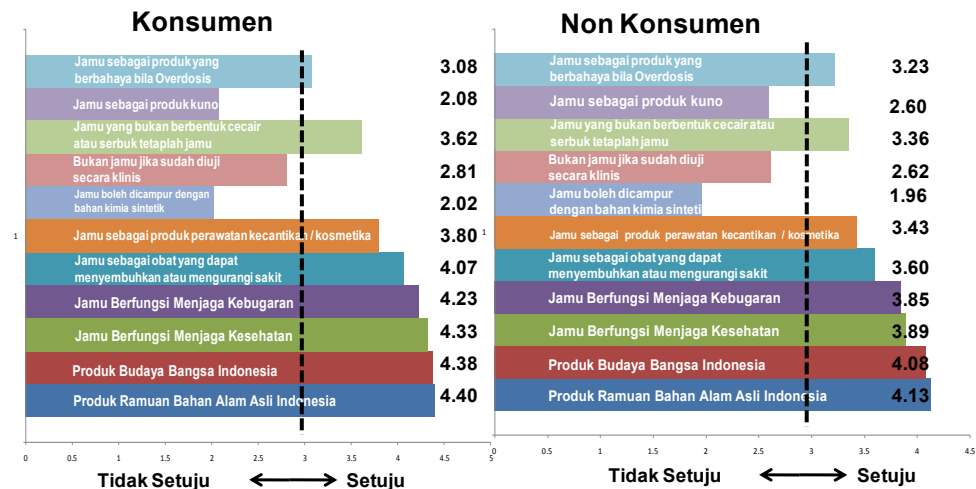
Gambar 3. Kesan Kualitas Berdasarkan Persepsi Responden Non Konsumen

Asosiasi atribut menunjukkan pendapat responden konsumen dan non konsumen untuk mendeskripsikan jamu berdasarkan persepsi mereka. Dengan

menggunakan nilai *mean* pada skala likert yang sama, responden konsumen dan non konsumen memberikan penilaian bahwa jamu dapat diasosiasikan sebagai

produk untuk menjaga kebugaran, kesehatan, produk asli Indonesia, dan produk alami. Selain itu, responden juga

menilai bahwa **jamu sudah diuji secara klinis**.



Gambar 4. Asosiasi Responden Terhadap Jamu

Penilaian responden konsumen yang tinggi terhadap kualitas jamu belum tentu mencerminkan apakah mereka loyal terhadap produk jamu yang dikonsumsi. Berkaitan dengan hal tersebut, uji loyalitas perlu dilakukan untuk mengetahui hal tersebut dan diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden puas dengan produk jamu yang diminum (nilai *mean* 4,15), mereka menyukai produk jamu (3,94), dan menganjurkan orang lain untuk minum jamu (3,68), dan lebih memilih produk jamu Indonesia dibanding jamu impor (3,78). Namun demikian, sebagian besar responden konsumen masih mengutamakan minum obat moderen dibanding jamu (3,52) dan nilai *mean* ini merupakan nilai terkecil.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Jamu

Jika dikaitkan dengan faktor internal

responden, alasan utama responden konsumen mengkonsumsi jamu adalah karena kebutuhan ingin menjaga kesehatan (dengan nilai *mean* 4,32) dan faktor sosial budaya yang paling berpengaruh adalah karena alasan jamu merupakan produk asli Indonesia (4,04) sedangkan faktor lingkungan tidak banyak berpengaruh dengan nilai *mean* hanya 3,03. Selanjutnya, responden konsumen menilai faktor usaha produsen yang paling berpengaruh dalam mengkonsumsi jamu adalah kandungan produk yang alami (4,29) dan harga yang terjangkau (4,18). Penelitian juga menganalisis alasan mengapa responden non konsumen tidak mengkonsumsi jamu dan diperoleh 4 (empat) kelompok utama yaitu: Masalah budaya (tidak terbiasa, tradisi keluarga tidak minum jamu, dan lingkungan sekitar tidak minum jamu), Masalah ketidakjelasan informasi (tidak mendapat info yang jelas, dosis

tidak jelas, komposisi tidak jelas, dan berbahaya bagi kesehatan), Masalah ketidaknyamanan (tidak menyukainya, rasa tidak enak, dan bentuk tidak praktis), serta Masalah ketidakpercayaan (tidak percaya pada kemanjuran dan tidak percaya pada promosi di media).

3. Daya Saing Jamu Tradisional Indonesia

Dalam teori perilaku konsumen dapat disimpulkan bahwa persepsi bisa menjadi dominan jika mendapat stimuli yang efektif dan hal ini dapat berdampak pada daya saing jika konsumen menentukan memilih suatu produk dibanding produk lainnya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mencoba melihat daya saing produk jamu IKOT,

IOT, obat farmasi dan impor berdasarkan persepsi responden konsumen dan non konsumen untuk setiap atribut yang berkaitan dengan kesan kualitas. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa produk jamu IOT unggul (relatif lebih berdaya saing) pada atribut rasa yang enak dan kemasan yang menarik dan produk jamu IKOT unggul (relatif lebih berdaya saing) pada atribut harga murah dan kandungan alami. Sebagian besar responden menilai atribut obat modern lebih unggul antara lain informasi yang jelas, kualitas yang tinggi, aman dikonsumsi, kepraktisan bentuk, mutu terstandar, dan penyembuhan cepat sedangkan jamu impor tidak memiliki keunggulan atribut dibanding produk lainnya.

Tabel 1. Keunggulan Daya Saing Atribut

Jenis	Keunggulan Atribut
IKOT	Harga murah, Kandungan alami
IOT	Rasa enak, Kemasan menarik
Produk Farmasi	Informasi jelas, Kualitas, Keamanan dikonsumsi, Bentuk praktis, Mutu terstandar, Penyembuhan cepat

Sumber: data primer (diolah)

Dalam kerangka pemikiran dijelaskan bahwa kebijakan yang terkait dengan pengembangan obat tradisional akan berpengaruh pada aktivitas produsen dan secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Beberapa kebijakan yang terkait pengembangan obat tradisional termasuk jamu antara lain UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, UU No 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, Arahkan Presiden

RI Pada Gelar Kebangkitan Jamu Indonesia, Peraturan Menteri Kesehatan No 246/Menkes/Per/V/1990 Tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Pendaftaran Obat Tradisional, Peraturan BPOM No HK.00.05.41.1384 Tentang Kriteria dan Tatalaksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar, dan fitofarmaka, Peraturan BPOM No HK.00.05.4.1380 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Obat Tradisional Yang Baik (CPOTB),

dan Keputusan Menteri Kesehatan No PO.00.04.5.00327 Tentang Bentuk dan Tata Cara Pemberian Stiker Pendaftaran Pada Obat Tradisional Asing. Sementara itu, kebijakan yang bersifat teknis dan dapat dijalankan dengan koordinasi teknis inter Departemen adalah Keputusan Menteri Kesehatan No 381/Menkes/SK/III/2007 Tentang Kebijakan Obat Tradisional Nasional (Kotranas) sebagai kebijakan pelaksana pengembangan obat tradisional Indonesia.

4. Permasalahan Produsen dan Regulator

Berdasarkan wawancara mendalam dengan pelaku usaha yang tergabung dalam Gabungan Pengusaha Jamu (GP Jamu) diperoleh permasalahan utama yang dinilai menghambat pengembangan jamu tradisional antara lain: peredaran jamu kimia (BKO), kurangnya pembinaan pemerintah terhadap pelaku mikro/ menengah UKM, peraturan yang menghambat seperti pelarangan pencantuman istilah tertentu pada produk, kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang terstandar dan tersedia, serta persaingan dengan perusahaan farmasi terutama untuk jenis/kategori produk herbal terstandar dan fitofarmaka.

Sementara itu permasalahan yang sering dijumpai oleh regulator, dalam hal ini Badan Pengawas Obat dan Makanan (BP POM) dan Departemen Kesehatan beserta Dinas Propinsi adalah: peredaran jamu BKO yang melibatkan produsen jamu khususnya UKM dan rumah tangga, sebagian perusahaan belum melaksanakan standar yang sudah ditetapkan yaitu Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB), serta penggunaan label yang belum standar.

IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kebijakan pengembangan jamu sudah dijelaskan dalam Keputusan Menteri Kesehatan No 381/Menkes/SK/III/2007 Tentang Kebijakan Obat Tradisional Nasional (KOTRANAS) yang harus dilakukan inter Departemen mengingat cakupan target dan sistem kerja yang beragam.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh masalah responden konsumen, instansi/regulator, dan pelaku usaha antara lain: masalah banyaknya jamu ilegal dan jamu palsu yang beredar di masyarakat, masalah standarisasi mutu jamu, masalah preferensi pelanggan terhadap jamu cair, masalah ketidakjelasan informasi, termasuk kandungan, efek samping, dan dosis, masalah pengetahuan masyarakat pengguna terhadap jamu, masalah masih belum tingginya loyalitas pengguna dimana jamu ditempatkan sebagai alternatif kepada obat farmasi.

Sementara masalah yang dikemukakan oleh responden non konsumen antara lain: rendahnya pengetahuan masyarakat non pengguna terhadap jamu, sikap masyarakat non pengguna masih belum positif terhadap jamu dimana sebagian besar cenderung memandang bahwa minum jamu adalah berbahaya serta ketidakpercayaan terhadap mutu dan khasiat dari jamu Indonesia, masalah budaya yang mempengaruhi masyarakat non pengguna untuk tidak meminum jamu, masalah ketidakjelasan informasi terutama pada label produk jamu, dan masalah masyarakat non pengguna bahwa minum jamu adalah sesuatu yang tidak nyaman bagi mereka terutama terkait dengan bentuk dan rasa jamu yang tidak disukai.

Berdasarkan hal tersebut maka direkomendasikan langkah-langkah strategis yang berimplikasi pada pelaksanaan kebijakan pengembangan obat tradisional Indonesia, termasuk jamu yang bersifat holistik dalam kaitannya dengan peningkatan mutu produk, sektor pendukung, sosialisasi bagi masyarakat non konsumen, dan pembentukan kebiasaan bagi masyarakat konsumen. Strategi yang diperlukan berdasarkan hasil penelitian adalah untuk menciptakan produk jamu yang dipandang masyarakat sebagai produk yang **Modern, Mutu tinggi, Murah, dan Memasyarakat (4 M)**.

- **Modern:** Jamu Indonesia tidak lagi dipersepsi sebagai kuno, ketinggalan jaman, dan alternatif saja, melainkan sebagai produk yang setara dengan obat farmasi karena khasiat, bentuk, dan rasa yang modern sehingga disukai masyarakat.
- **Mutu tinggi:** Kualitas jamu yang manjur, terstandar, dan terjamin.
- **Murah:** Harga jamu dapat terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat.
- **Memasyarakat:** Dicintai oleh dan menjadi bagian dari budaya seluruh masyarakat Indonesia

Sasaran 1 yaitu Mewujudkan Jamu Brand Indonesia yang Modern adalah salah satu sasaran yang harus dicapai. Hal ini karena pada saat ini ternyata banyak dari masyarakat non konsumen memandang bahwa jamu adalah produk yang ketinggalan jaman. Hasil kajian menemukan bahwa sekitar 46% responden konsumen menyebutkan hal ini.

Citra ini sangatlah tidak baik bagi masa depan jamu. Sebagai produk yang dipandang ketinggalan jaman, jamu tetap akan dianggap sebagai alternatif terakhir daripada obat-obatan farmasi.

Jamu tidak akan mampu memperbesar potensi pasarnya. Malahan, pengguna saat ini pun akan semakin berkurang apabila terdapat inovasi baru dari produk non jamu Indonesia yang mampu memuaskan mereka.

Perlu diakui bahwa memang citra yang diimbuhkan oleh sebagian masyarakat non konsumen tidak salah dengan memperhatikan kondisi dari produk dan produksi jamu tradisional saat ini. Oleh karena itu, dibutuhkan **revolusi terhadap produk jamu** Indonesia agar tetap modern dalam arti mengikuti perkembangan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Produk jamu Indonesia perlu lebih inovatif dan menyesuaikan dengan perkembangan permintaan masyarakat. Salah satu temuan kajian adalah bahwa ternyata sebagian konsumen dan juga sebagian besar non konsumen cenderung tidak menyukai bentuk serbuk. Padahal, bentuk serbuk ini adalah bentuk dari sebagian besar jamu tradisional Indonesia. Bentuk serbuk ini boleh terus dipertahankan, namun perlu inovasi pengembangan produk jamu dan pengembangan metode produksi sehingga dapat memproduksi jamu yang sesuai dengan keinginan potensi pasar, seperti **bentuk cair, pil maupun kapsul**.

Rasa jamu yang sangat tradisional juga dikeluhkan oleh sebagian besar responden non pengguna. Apabila masyarakat non pengguna ingin diraih, sepertinya perlu **pengembangan rasa jamu** agar lebih enak dan diterima oleh para potensi penggunanya. Demikian pula, **kemasan dan label produk jamu** perlu juga ditingkatkan. Kemasan sebagian besar produk jamu tradisional memang sangat tradisional. Bagi pengguna yang telah menjadi

pelanggan, ini mungkin tidak menjadi masalah. Namun, dengan keadaan kemasan dan label jamu yang ada saat ini, sangatlah sulit untuk merebut hati pasar potensial. Selain itu kemasan juga harus mencantumkan kejelasan komposisi produk, kejelasan dosis dan aturan pakai, serta cara kerja bahan aktif jamu dan efek samping. **Langkah tersebut perlu didukung pemerintah melalui:**

1. **Sosialisasi** untuk menyadarkan industri jamu tradisional bahwa pengembangan produk adalah perlu untuk memperluas basis pasar sasaran dengan bekerja sama dengan GP Jamu, Dinas Perindag, Dinas Kesehatan dan Balai POM di daerah melakukan sosialisasi, baik secara tertulis maupun dengan seminar dan penyuluhan.
2. **Membantu industri jamu tradisional dengan melakukan riset dan konsultasi pengembangan sistem produksi jamu** dan produk jamu yang sesuai dengan keinginan pengguna atau potensi pengguna. Dalam hal ini, balai-balai riset yang dikelola oleh Departemen Perindustrian, Dinas Perindag, maupun Departemen/Dinas Kesehatan di daerah dapat diserahi tanggung jawab ini. Koordinasi aktifitas ini dapat dilakukan oleh Kantor Menko Perekonomian.
3. **Membuat aturan yang menetapkan standarisasi label jamu.** Pemerintah memang telah membuat aturan yang ketat tentang label pangan dan label obat. Aturan ini perlu dibuat untuk menyediakan informasi tentang komposisi yang jelas, indikasi, dosis dan cara pemakaian, serta efek samping sehingga aman bagi penggunanya.

Selain itu, aturan ini juga diperlukan untuk memodernisasi jamu di mata pelanggan. Namun, perlu dipikirkan implementasinya agar industri kecil dan menengah obat tradisional tidak mengalami kesulitan.

4. **Melakukan kampanye bahwa produk jamu adalah modern.** Kampanye ini ditujukan kepada pengguna dan potensi pengguna jamu tradisional.

Sasaran 2 yaitu Mewujudkan Jamu Brand Indonesia dengan Mutu Tinggi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa salah satu keluhan responden konsumen maupun non konsumen adalah menyangkut mutu jamu. Mutu jamu di sini adalah mutu dalam arti luas yang menyangkut dimensi kemanjuran atau manfaat, standarisasi mutu, kandungan yang alami, keamanan dikonsumsi, bentuk produk yang sesuai keinginan pengguna, dan rasa produk jamu.

Sebagian dari responden mengeluhkan bahwa kini banyak jamu yang palsu serta dicampur dengan bahan kimia sehingga mereka pun tidak menaruh kepercayaan terhadap jamu. **Kepastian kandungan yang alami ini perlu ditegaskan oleh pemerintah melalui pengawasan yang lebih diperketat untuk mencegah jamu yang tercemar bahan kimia dan pengawet masuk ke pasaran,** apabila ingin agar jamu memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Setelah dapat memastikan bahwa seluruh produk jamu yang beredar adalah 100% alami, pemerintah perlu **mengkampanyekan kepada masyarakat** bahwa produk jamu Indonesia adalah 100% alami tanpa bahan kimia sintetik.

Berkaitan dengan kemanjuran dan khasiat jamu, beberapa lembaga penelitian dan perguruan tinggi pun telah

membuktikan kemanjuran ini. Informasi ini hendaknya **disosialisasikan kepada industri jamu agar mampu meningkatkan kemanjuran produk jamu** yang diproduksinya.

Komposisi yang tidak jelas dan tidak standar dari industri kecil jamu disinyalir memperburuk kualitas kemanjuran jamu. Sistem produksi yang masih tradisional serta pengetahuan produsen yang sangat rendah terhadap bahan aktif jamu memperburuk keadaan ini. Pemerintah dan para ahli obat tradisional perlu melakukan **pembinaan tentang standarisasi produksi jamu**. Perlu juga dipikirkan **sistem manajemen mutu** bagi industri jamu serta implementasinya bagi industri besar, menengah dan kecil jamu tradisional.

Keamanan produk jamu juga mendapat aspirasi yang cukup tinggi dari masyarakat. Selain karena ancaman dari jamu yang mengandung kimia sintetik, keamanan produk jamu juga terkait dengan standarisasi produk dan sistem produksi. Pada IKOT, komposisi produk seringkali berdasarkan intuisi. Hal ini cukup berbahaya karena setiap bahan aktif pasti memiliki ambang batas maksimal yang dapat diterima oleh tubuh sesuai dengan tingkat usia dan berat badannya. Sayangnya, pengetahuan tentang hal ini jarang dimiliki oleh industri kecil jamu.

Sasaran 3 yaitu Mewujudkan Jamu Brand Indonesia yang Murah. Salah satu alasan konsumen meminum jamu adalah harganya yang lebih murah dibandingkan dengan alternatif lainnya, termasuk juga apabila dibandingkan dengan obat farmasi. Namun, ketika suatu produk sudah melewati uji pra-klinis dan uji klinis serta dipatenkan, umumnya harga produk tersebut menjadi sangat mahal. Hal ini patut menjadi perhatian

dari pelaku usaha maupun pemerintah. Ketika jamu Indonesia sudah menjadi pilihan utama masyarakat karena mutu dan kemanjurannya, hendaknya produk tersebut tetap dapat terjangkau oleh masyarakat. Untuk itu, **pemerintah perlu menjaga dengan mengurangi beban para pelaku usaha agar dapat memproduksi jamu dengan biaya rendah.**

Selain itu, perlu juga dipikirkan peningkatan jumlah pasokan bahan baku jamu yang berkualitas. Dengan semakin banyaknya permintaan terhadap jamu, dikuatirkan akan terjadi kelangkaan bahan baku yang akan berpengaruh kepada biaya dan harga produk jamu.

Sasaran 4 yaitu Mewujudkan Jamu Brand Indonesia yang Masyarakat adalah sasaran yang paling sulit, mengingat posisi jamu saat ini yang termarginalisasi di dalam pikiran non konsumen. Hasil kajian menemukan bahwa posisi jamu Indonesia mengalami dua jenis masalah, yakni (1) sikap percaya masyarakat; serta (2) kebiasaan dan budaya masyarakat terkait jamu.

Terkait dengan masalah sikap percaya masyarakat, kajian ini menemukan bahwa masyarakat non konsumen menunjukkan krisis kepercayaan terhadap jamu Indonesia, yang ditunjukkan dengan rendahnya tingkat kepercayaan mereka terhadap jamu. Walaupun demikian, kajian juga menemukan bahwa kepercayaan responden non konsumen ternyata masih cukup tinggi pada jamu Tolak Angin. Peneliti menduga hal ini dikarenakan oleh cukup gencar dan terencananya kampanye periklanan Jamu Tolak Angin Sido Muncul sehingga mempengaruhi kepercayaan responden menjadi positif pada jamu jenis ini.

Dalam literatur ilmu pemasaran,

strategi perubahan sikap masyarakat ini dimungkinkan dengan menggunakan teori model mutriatribut dan model teori sikap fungsional dari Katz³. **Model Multiatribut** (Assael, 1987) menyarankan bahwa mengubah sikap dan perilaku dapat dilakukan dengan mengubah arah atau intensitas kebutuhan, kepercayaan, evaluasi terhadap produk/merek, dan niat perilaku seperti:

- **Strategi mengubah arah kebutuhan** dilakukan dengan mengajak masyarakat potensi pasar jamu memikirkan ulang atribut jamu secara berbeda. Misalnya mengajak mereka berpikir bahwa rasa yang tidak enak dari bahan rempah-rempah yang digunakan oleh jamu adalah sesuatu bukti bahwa jamu tersebut memang asli menggunakan bahan-bahan bermutu, sehingga berkhasiat bagi penyembuhan penyakit atau menjaga kesehatan.
- **Strategi mengubah intensitas kebutuhan** dilakukan dengan mengajak masyarakat berpikir tentang pentingnya suatu atribut jamu yang sebelumnya tidak terlalu diperhatikan oleh mereka, sehingga atribut tersebut akan menjadi prioritas bagi pertimbangan mereka bertingkah-laku. Misalnya saja, masyarakat non pengguna mungkin sebelumnya tidak terlalu memikirkan pentingnya atribut kealamian dari obat, sehingga lebih cenderung memilih obat farmasi. Dengan kampanye jamu sebagai produk alami, masyarakat dirangsang untuk lebih memilih obat alami untuk menyembuhkan penyakit atau menjaga kesehatan.

- **Strategi mengubah kepercayaan masyarakat** dilakukan dengan membuktikan bahwa kepercayaan masyarakat saat ini mengenai jamu sebagai sesuatu yang negatif adalah salah. Misalnya saja, masyarakat mungkin memiliki kepercayaan bahwa jamu adalah produk obat-obatan yang kalah manjur daripada obat farmasi. Anggapan ini kurang tepat karena pada penyakit-penyakit tertentu, ternyata jamu lebih baik dan berefek samping lebih kecil daripada obat farmasi.
- **Strategi mengubah evaluasi masyarakat akan produk** dapat dilakukan dengan mengkaitkan sesuatu atribut terkait dengan emosi positif yang sebenarnya tidak terlalu terkait dengan atribut inti dari produk. Misalnya, masyarakat disarankan untuk memilih jamu karena memang telah lama digunakan oleh dan menjadi warisan dari nenek moyang bangsa Indonesia. Dengan demikian, diharapkan evaluasi masyarakat yang sebelumnya tidak terlalu tinggi dapat meningkat dengan pesan ini.
- **Strategi mengubah intensi berperilaku** biasanya dilakukan untuk mengundang masyarakat non pengguna untuk mengkonsumsi jamu dengan cara mengurangi harga, memberikan diskon/kupon, atau memberikan sampel produk. Hal tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama pemerintah dengan dunia usaha. Dengan merasakan jamu dan khasiatnya bagi kesehatan dan kesegaran tubuh, diharapkan masyarakat non pengguna bisa beralih menjadi konsumen jamu.

³ Assael, Henry, (1987), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Third Edition, Boston: PWS-Kent Publishing Company.

Model Teori Fungsional dari Daniel Katz (1960)⁴ memberikan alternatif strategi perubahan sikap. Katz mengungkapkan bahwa terdapat empat fungsi sikap, yakni fungsi utilitarian (fungsi dari sikap untuk mencapai pemenuhan kebutuhan), fungsi pengetahuan (sikap membantu individu untuk menetapkan standar untuk menilai/bersikap terhadap serangkaian informasi yang terpapar kepadanya), fungsi ekspresi nilai (sikap digunakan untuk mengekspresikan konsep diri dan sistem nilai individu), dan fungsi pertahanan diri (sikap dapat melindungi diri dari kegelisahan atau ancaman). Strategi perubahan sikap dapat berusaha mengubah sikap dengan menasar salah satu dari 3 fungsi pertama:

- **Strategi mengubah sikap melalui fungsi utilitarian** dilakukan dengan menunjukkan bahwa jamu dapat mencapai tujuan utilitarian dari individu. Dalam hal ini masyarakat potensi pasar dipaparkan dengan informasi dan bukti (baik secara ilmiah maupun dengan menggunakan testimoni) bahwa jamu dapat mengatasi masalah kesehatan yang dihadapinya.
- **Strategi mengubah sikap melalui fungsi informasi** dilakukan dengan menyediakan *positioning* yang jelas dan tidak membingungkan mengenai jamu kepada masyarakat non pengguna. Misalnya saja, jamu pegal-linu diposisikan sebagai obat penjaga kesehatan alami yang manjur bagi masalah kebugaran tubuh. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat non pengguna diharapkan meningkat dan menggunakan informasi ini

sebagai sumber referensi dalam bersikap dan mengkonsumsi jamu tersebut.

- **Strategi mengubah sikap melalui fungsi ekspresi nilai** dilakukan dengan menyesuaikan produk jamu dengan nilai-nilai yang diinginkan pelanggan. Informasi yang didapatkan dari kajian, bahwa masyarakat non pengguna sangat memperhatikan atribut-atribut kandungan alami, kejelasan informasi, manfaat, tinggi mutu, dan keamanan dikonsumsi menunjukkan bahwa pelaku industri jamu akan dapat mengubah sikap percaya dari masyarakat dengan menyediakan hal-hal tersebut pada produk jamu yang diproduksinya.

Dengan memperhatikan berbagai macam alternatif strategi perubahan sikap percaya masyarakat, hendaklah suatu strategi terpadu direncanakan dan diimplementasikan dengan terukur. Dalam hal ini, **pemerintah bersama-sama dengan pelaku usaha (dan GP Jamu) dapat bersama-sama secara terpadu merancang dan mengeksekusi strategi perubahan sikap masyarakat pada jamu.**

Terkait dengan masalah kebiasaan dan kebudayaan Masyarakat Terkait Jamu, usulan rekomendasi lebih didasari pada hasil pengolahan data dimana 81% responden mengemukakan bahwa mereka minum jamu karena jamu merupakan produk asli buatan Indonesia sementara 56% mengatakan bahwa karena jamu adalah budaya mereka.

Respons dari responden non konsumen pun mengindikasikan pentingnya masalah budaya ini. Sebagian besar responden non

⁴ Katz, Daniel, 1960, "The Functional Approach to the Study of Attitudes", *Public Opinion Quarterly*. Vol. 27.

konsumen ternyata menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kebiasaan atau tradisi minum jamu. Sejumlah 77,4% responden menyatakan bahwa mereka tidak terbiasa minum jamu; sementara 51,6% responden mengungkapkan bahwa tradisi keluarga mereka adalah tidak minum jamu. Oleh karena itu, bagaimana cara membudayakan minum jamu di kalangan masyarakat yang memang belum memiliki tradisi minum jamu menjadi tantangan terbesar untuk memperluas potensi pasar jamu.

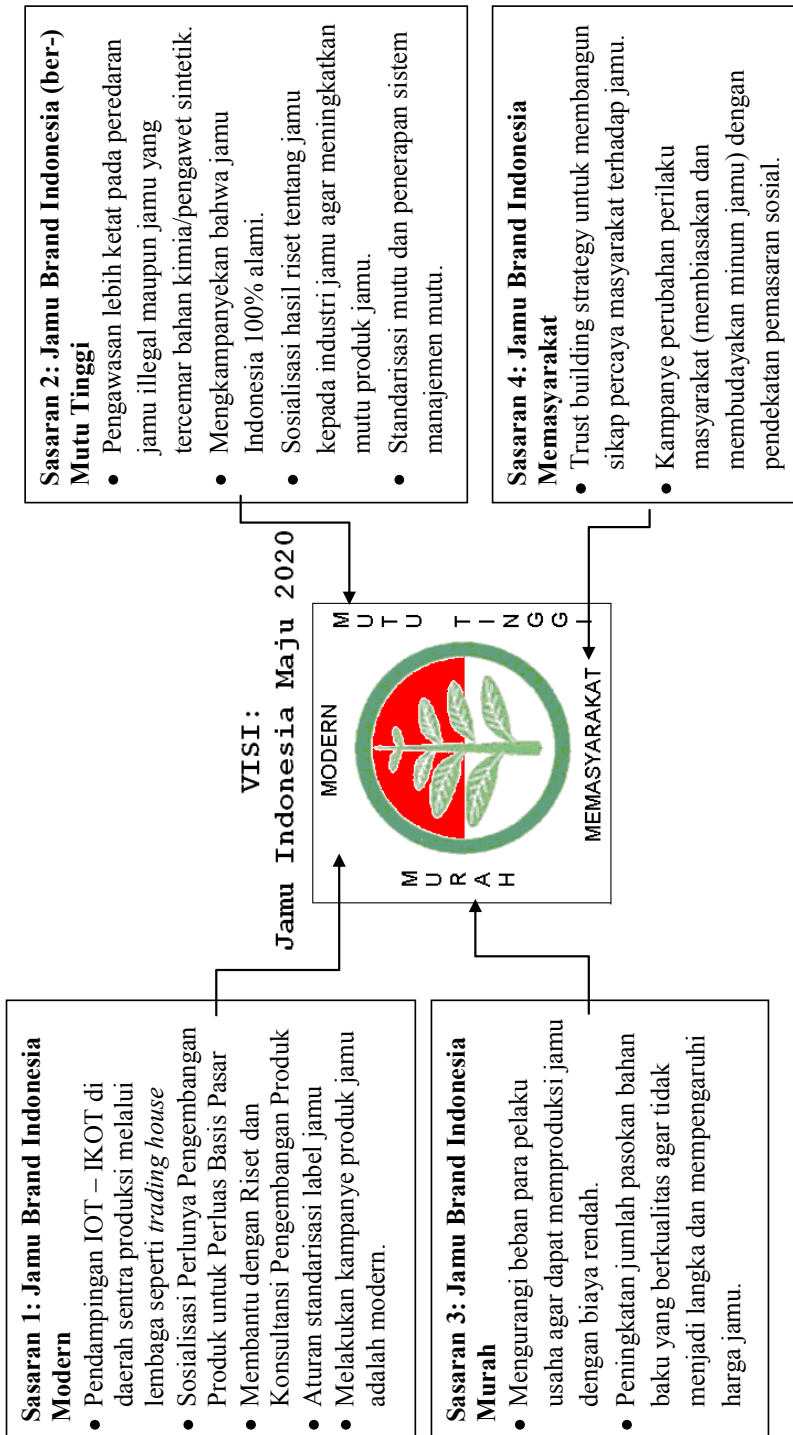
Untuk melakukan hal tersebut, strategi pengubahan perilaku dapat dilakukan dengan menggunakan strategi pemasaran sosial, terutama yang terkait dengan **strategi kampanye perubahan sosial untuk mengubah perilaku masyarakat**. Strategi yang digunakan adalah modifikasi strategi yang digunakan dalam ilmu pemasaran yang ditujukan untuk mencapai sasaran sosial, dalam hal ini adalah **perubahan perilaku masyarakat terhadap jamu brand Indonesia**, antara lain:

1. Pendeskripsikan bagaimana kondisi jamu Indonesia dan sikap dan perilaku masyarakat pada umumnya serta sikap dan perilaku masyarakat non pengguna pada khususnya. Tujuan program adalah meningkatkan sikap dan perilaku masyarakat terhadap jamu brand Indonesia. Sedangkan fokus rancangan adalah meningkatkan kebiasaan dan pembudayaan

mengonsumsi jamu di kalangan masyarakat.

2. Menentukan sasaran program yaitu mereka yang belum memiliki kebiasaan meminum jamu atau belum memiliki budaya minum jamu dalam keluarga atau masyarakatnya. Untuk mendapatkan informasi identitas pasar sasaran program ini, suatu riset pasar sasaran hendaknya dilakukan agar dapat disusun rencana pemasaran yang lebih tepat sasaran.
3. *Positioning* yang diharapkan akan dicapai dari strategi kampanye pemasyarakatan jamu seperti membiasakan dan membudayakan minum jamu pada pasar sasaran.
4. Menyusun bauran pemasaran strategik. Dalam rangka mewujudkan *positioning* yang diharapkan (pada langkah sebelumnya), perlu disusun suatu bauran pemasaran strategik yang terdiri dari elemen produk, *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (komunikasi pemasaran).

Selain menggunakan metode periklanan, kampanye minum jamu dapat juga dilakukan dengan menyediakan jamu-jamu di tempat publik seperti di kantor-kantor pelayanan pemerintahan, puskesmas, terminal, bandara, stasiun kereta api, dan sebagainya. Sebagai ringkasan, strategi *holistic* dengan model 4M ditampilkan sebagai berikut.



Gambar : Model 4M VISI JAMU INDONESIA 2020: Suatu Usulan Kebijakan untuk Pengembangan Potensi Pasar Jamu

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1989. "Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage," *California Management Review*, Winter, pp.91-106.
- Assael, Henry, (1987), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Third Edition, Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Baron, R. A. and Byrne, D. 1997. *Social Psychology*, 8th edition. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Eagly and Chaiken. 1993. *The Psychology of Attitudes*, Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1994. *Consumer Behavior*, 6th ed., The Dryden Press, Chicago, IL.
- Fraering, J.M. 2002. "Community, Fortitude, Satisfaction and Loyalty: Tests of Oliver's Proposed Frameworks", *Dissertation*, University of Texas-Pan American.
- Jamu Brand Indonesia. 2008.
- Katz, Daniel, 1960, "The Functional Approach to the Study of Attitudes", *Public Opinion Quarterly*. Vol. 27.
- Kotler, Philip and Eduardo L. Roberto. 1989. *Social Marketing : Strategies For Changing Public Behavior*. New York: The Free Press.
- Laporan Tahunan. 2008. Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan.
- Rodriguez, P. M., Manstead, A. S. R., & Fischer, A. H. 2002. "The Role Of Honor Concerns In Emotional Reactions To Offenses". *Special Issue of Cognition and Emotion: Culture and emotion*, 16, 143-165. Breckler dan Wiggins (1989)
- Surachman, dkk. 2007. *Kajian Apresiasi Konsumen Terhadap Merek Dalam Rangka Pemberdayaan Produksi Dalam Negeri*. Kajian Ilmiah. Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan, Departemen Perdagangan.
- Tim Peneliti. 2005. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Dalam Negeri*. Kajian Ilmiah. Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan, Departemen Perdagangan.

ANALISIS KINERJA PERDAGANGAN SEKTOR ELEKTRONIK SEBELUM DAN SETELAH PELAKSANAAN CAFTA

Oleh :
Adrian D. Lubis¹

Abstract

A lot of worries are emerging regarding to the negative impact of China ASEAN Free Trade Agreement (CAFTA) to domestic electronic industry. Yet, this kind of study using Trade Specialization Index, Bilateral Revealed Comparative Advantage and GTAP found that the trade deficit has occurred long before the implementation of CAFTA.

Therefore, in order to encourage domestic electronic industry to improving its ability to take advantage of CAFTA implementation, government and private sector has to find win-win solution for producing some policies. These policies include cost production reducing, human source productivity increasing through some useful training and new technology application in producing high value added electronic products.

PENDAHULUAN

Liberalisasi melalui rangkaian kerjasama bilateral maupun regional merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari lagi. Tingginya kuantitas perjanjian liberalisasi memberikan indikasi setiap negara sangat tergantung dengan negara tetangganya baik di tingkat bilateral maupun regional.

Sebagai salah satu bagian dari ASEAN, Indonesia tidak dapat melepaskan diri dari keterkaitan bersama negara tetangga anggota ASEAN seperti Malaysia, Thailand, Singapura, dan negara anggota ASEAN lain. Selanjutnya, ASEAN ternyata tidak dapat memisahkan diri dari mitra tradisional ASEAN di wilayah timur terutama Jepang, Rep. Korea dan Rep. Rakyat China serta mitra utama di selatan yaitu

Australia, India dan Selandia Baru. Keterkaitan ASEAN dengan mitra di Asia Timur semakin kokoh dengan kerjasama liberalisasi regional yang diwacanakan dalam konsep ASEAN plus 3. Sedangkan kerjasama ASEAN dengan Australia, India dan Selandia Baru semakin meningkat dengan serangkaian konsep kerjasama dalam fora *East Asia Summit* (EAS).

Konsep kerjasama regional tersebut diwujudkan dengan serangkaian perjanjian liberalisasi perdagangan bilateral maupun regional. Bentuk kerjasama liberalisasi perdagangan bilateral antara lain Indonesia – Jepang, sedangkan liberalisasi regional adalah ASEAN Free Trade Agreement (AFTA), ASEAN-Korea, ASEAN-Australia-Selandia Baru, dan ASEAN-China.

¹ Peneliti pada Pusat Kebijakan Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan, Jl. Ridwan Rais No. 5, Jakarta. Mobile : 0812 9646 815. E-mail : adrian_d_lubis@yahoo.com

Liberalisasi tersebut bahkan dianggap masih belum mencukupi, dimana ASEAN plus 3 masih berusaha meningkatkan kerjasama mereka dengan negara Uni Eropa melalui *ASEAN European Meeting* (ASEM) dan dengan sesama negara dilaut Pasific melalui *Asia Pacific Economic Community* (APEC).

Gencarnya liberalisasi perdagangan memberikan dampak bagi negara pelakunya, apakah itu dampak positif maupun negatif. Salah satu perjanjian liberalisasi yang ditakuti banyak pihak memberikan dampak negatif adalah liberalisasi perdagangan ASEAN-China. Ketakutan tersebut muncul karena daya saing produk asal China sangat tinggi dibandingkan negara lain, khususnya Indonesia. Banyak pihak merasa perlu menunda pelaksanaan liberalisasi dengan China untuk meningkatkan daya saing industri domestik terhadap produk China.

Salah satu sektor yang mengalami defisit neraca perdagangan paling buruk semenjak liberalisasi ASEAN-China adalah sektor elektronik. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan, setelah pelaksanaan liberalisasi ASEAN-China dibulan Januari 2010 menunjukkan bahwa sektor elektronik mengalami defisit sebesar US \$ 2.358,22 juta di bulan Januari-Juni 2010. Nilai ini jauh lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, dimana defisit perdagangan khusus produk elektronik hanya US \$ 1.247,43 juta.

Defisit perdagangan yang semakin buruk menunjukkan Indonesia masih

belum berhasil memanfaatkan momentum liberalisasi perdagangan secara maksimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya dilakukan analisis mengenai perubahan daya saing dan dampak liberalisasi bagi kinerja industri elektronik. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari paper ini adalah untuk a. Menganalisis dampak liberalisasi ASEAN-China khususnya disektor elektronik bagi Indonesia, dan b. Merumuskan saran kebijakan untuk menghadapi pelaksanaan liberalisasi ASEAN-China tersebut khususnya disektor elektronik.

Agar dapat menjawab tujuan tersebut, perlu dilakukan serangkaian analisis. Data yang digunakan adalah data sekunder perdagangan ekspor dan impor produk elektronik antara Indonesia dengan China yang diperoleh dari BPS, dan data kinerja makro ekonomi dan industri elektronik dari model keseimbangan umum GTAP (Global Trade Analysis Project) versi 6.

Pada penelitian ini, indeks daya saing (*Revealed Comparative Advantage*: RCA) yang digunakan merupakan RCA Bilateral. Analisa ini dikembangkan oleh International Trade Centre (2000) sebagai analisa RCA yang menganalisa arus perdagangan, indikator keunggulan komparatif yang bertujuan untuk mengukur spesialisasi. Spesialisasi suatu negara merupakan indikasi tentang bagaimana suatu negara mengalokasikan sumber daya untuk berbagai industri, di bawah asumsi total perdagangan yang seimbang. Rumus RCA Bilateral adalah sebagai berikut:

$$RCA_{icl}^t = \frac{1000}{(X_{i..}^t + M_{i..}^t)} * \left[(X_{icl.}^t - M_{icl.}^t) - (X_{i..}^t - M_{i..}^t) * \frac{(X_{icl.}^t + M_{icl.}^t)}{(X_{i..}^t + M_{i..}^t)} \right]$$

Dimana :

$X_{i..}^t \text{ dan } M_{i..}^t$ = total ekspor dan impor negara i pada tahun t

$X_{icl.}^t \text{ dan } M_{icl.}^t$ = total ekspor dan impor produk dalam kluster cl di negara i pada tahun t

$X_{icl.}^t - M_{icl.}^t$ = neraca perdagangan negara i untuk kluster cl pada tahun t

$\frac{(X_{icl.}^t + M_{icl.}^t)}{(X_{i..}^t + M_{i..}^t)}$ = besarnya kluster cl di ekspor negara i pada tahun t

$(X_{i..}^t - M_{i..}^t) * \frac{(X_{icl.}^t + M_{icl.}^t)}{(X_{i..}^t + M_{i..}^t)}$ = ke tidak seimbangan teoritikal di negara i untuk kluster cl pada tahun t

Selain itu juga digunakan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk menganalisis posisi atau tahapan perkembangan suatu produk. ISP ini dapat menggambarkan apakah untuk suatu jenis produk, Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir. Secara matematika, ISP dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ISP = \frac{(X_{ia} - M_{ia})}{(X_{ia} + M_{ia})}$$

Di mana X dan M masing-masing adalah ekspor dan impor, serta i dan a masing-masing adalah barang jenis i dan negara a . Secara implisit, indeks ini mempertimbangkan sisi permintaan dan sisi penawaran, dimana ekspor identik dengan suplai domestik dan impor adalah permintaan domestik dan selanjutnya ekspor terjadi apabila ada kelebihan atas barang tersebut di pasar domestik.

Selanjutnya akan dilakukan simulasi liberalisasi dengan menggunakan *Global Trade Analysis Project* (GTAP) versi 6. Untuk keperluan penelitian ini, dilakukan agresi negara untuk Indonesia, ASEAN Lain, Amerika Serikat, Jepang, China, Asia Timur, Uni Eropa, dan Sisa Dunia. Kelompok ASEAN Lain terdiri dari

negara ASEAN selain Indonesia yaitu Brunei, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, dan kelompok negara CLM (Kamboja, Laos, dan Myanmar). Kelompok Uni Eropa terdiri dari 27 negara anggota, sedangkan kelompok Asia Timur terdiri dari Korea, Hong Kong, dan negara Asia Timur lain selain Jepang dan China. Adapun sisa dunia adalah negara selain tujuh penggolongan di atas.

Agregasi sektoral dalam kajian ini dilakukan dengan mengelompokkan sektor produksi menjadi produk elektronik, pertanian, industri lain dan jasa. Kelompok produk elektronik terdiri dari seluruh produk elektronik yang dihasilkan dalam perindustrian. Sedangkan kelompok produk pertanian adalah seluruh produk pertanian dan olahannya yang dihasilkan negara bersangkutan. Adapun kelompok industri lain adalah seluruh produk manufaktur selain produk elektronik, sedangkan kelompok jasa adalah seluruh sektor jasa yang terlibat dalam kegiatan industri nasional.

Simulasi kebijakan yang digunakan bertujuan untuk melihat dampak liberalisasi sektor elektronik terhadap perekonomian nasional. Adapun dampak liberalisasi tersebut yang dianalisis

mencakup dampak liberalisasi terhadap perubahan kesejahteraan, indeks volume dan indeks harga pendapan nasional (GDP), perubahan output nasional, perubahan impor, perubahan ekspor, perubahan surplus perdagangan dan permintaan tenaga kerja terlatih maupun tidak terlatih.

Studi Terkait Liberalisasi CAFTA

Liberalisasi di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari kondisi perubahan politik dan ekonomi, terutama semenjak krisis moneter di tahun 1997. Studi yang dilakukan Soesastro dan Basri (2005) menyatakan bahwa krisis moneter di tahun 1997 memaksa pemerintah melakukan serangkaian perbaikan dalam program pemerintah dan perekonomian, termasuk perdagangan. Hasil studi tersebut juga menyebutkan bahwa salah satu kebijakan yang dilakukan dalam reformasi ekonomi adalah memasukkan perjanjian liberalisasi (*Free Trade Agreement* : FTA) sebagai salah satu amunisi diplomasi nasional.

Menyadari keterkaitan erat antara Indonesia dengan ASEAN, maka Indonesia saat ini lebih banyak melakukan liberalisasi regional, salah satunya adalah liberalisasi antara sesama negara ASEAN dengan China. Bentuk liberalisasi ini diwujudkan dalam perjanjian *China ASEAN Free Trade Agreement* (CAFTA) yang dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pelaksanaan *Early Harvest Program* yang terdiri dari liberalisasi untuk produk hewan hidup, perikanan, produk olahan daging, produk sayur dan buah yang dimulai di akhir tahun 2005 dan awal 2006. Tahap kedua adalah liberalisasi untuk 90 persen produk perdagangan nasional, yang dimulai di tahun 2010. Sedangkan tahap ketiga

adalah penurunan tarif sebesar 20-25 persen untuk produk sensitif dan sangat sensitif, antara lain minuman keras, yang akan selesai di tahun 2015 (Dirjen KPI, 2005).

Liberalisasi CAFTA pada awalnya bertujuan untuk meningkatkan kerjasama perdagangan, aliansi strategis, dan alih teknologi antara kedua negara (Dirjen KPI, 2005). Namun, studi dari Sally dan Sen (2005) menemukan bahwa kesiapan antara sesama negara ASEAN termasuk Indonesia dalam menyambut liberalisasi CAFTA, ternyata berbeda. Studi tersebut menyatakan bahwa negara ASEAN dalam mempersiapkan diri menghadapi CAFTA harus melakukan reformasi menyeluruh baik dari sisi pemerintahan maupun swasta. Penelitian ini juga menyarankan agar pemerintah di negara-negara ASEAN mempersiapkan diri dengan melakukan reformasi kebijakan eksternal dan internal untuk menyesuaikan dengan kondisi internasional.

Hasil studi lain juga menunjang temuan Sally dan Sen (2005) mengenai ketidaksiapan negara ASEAN menyambut liberalisasi CAFTA. Hasil studi Chirathivat (2002) menemukan bahwa liberalisasi CAFTA akan meningkatkan kinerja perdagangan antara kedua negara, namun karena China jauh lebih siap, maka pertumbuhan kinerja ekspor China akan jauh lebih tinggi dibandingkan negara ASEAN. Hasil senada juga ditemukan dalam studi Park *et.al* (2008). Park menemukan bahwa daya saing industri China lebih kompetitif dibandingkan ASEAN. Kondisi ini menyebabkan pada awal liberalisasi, industri dari negara-negara ASEAN akan mengalami kerugian. Industri tersebut harus melakukan serangkaian perbaikan berupa investasi tenaga kerja, fisik dan teknologi untuk meningkatkan daya

saing mereka dalam menghadapi produk dari China.

Studi dari Chen dan Yan (2007) menemukan bahwa liberalisasi CAFTA akan lebih meningkatkan *trade diversion* dibandingkan *trade creation*. Studi ini didukung oleh Batra (2007) yang menemukan bahwa CAFTA mengalihkan sebagian perdagangan untuk produk pertanian dan peternakan antara ASEAN-India menjadi ASEAN-China. Studi lain dari Sudsawasd dan Mongsawad (2007) juga memprediksikan bahwa CAFTA menyebabkan penurunan neraca perdagangan untuk Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura dan Thailand.

Kinerja Perdagangan Sektor Elektronik Antara Indonesia-China

Semenjak pemberlakuan perjanjian liberalisasi, tarif Indonesia dengan negara mitra dagang turun dan nyaris nol di tahun 2010. Saat ini tarif rata-rata Indonesia ke negara yang belum memiliki perjanjian perdagangan bebas adalah 7,49 persen². Sedangkan China, Indonesia telah memberlakukan tarif rata-rata yang lebih liberal sesuai ketentuan ACFTA (ASEAN-China FTA), sebesar 2,9 persen di tahun 2010. Adapun pemberlakuan tarif impor Indonesia MFN dan tarif khusus bagi China selama periode 2004-2010 dapat dilihat selengkapnya dalam Tabel 1 di bawah.

Tabel 1. Tarif Rata-rata Indonesia dengan Mitra Dagang Utama

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
MFN	9,9	9,9	9,5	7,8	7,6	7,5	7,49
ACFTA	9,9	9,6	9,5	6,4	6,4	3,8	2,9

Sumber : Tim Tarif, diolah

Tabel 1 memperlihatkan bahwa sebelum perjanjian liberalisasi di tahun 2005, Indonesia memberlakukan tarif yang sama untuk China dan MFN, yaitu sebesar 9,9 persen. Namun, semenjak tahun 2005 Indonesia mulai memberlakukan liberalisasi dengan China melalui kegiatan *Early Harvest Program* (EHP). Semenjak pelaksanaan EHP tersebut, tarif rata-rata untuk China menjadi lebih rendah dibandingkan tarif MFN, khususnya mulai tahun 2007

sampai 2009. Khusus di tahun 2010, Indonesia telah melakukan liberalisasi *normal track* untuk 90 persen pos tarif nasional. Hal ini menyebabkan tarif rata-rata untuk China turun menjadi 2,9 persen di tahun 2010, lebih rendah 0,9 dibanding tahun 2009.

Khusus untuk produk elektronik, liberalisasi tarif baru terjadi di tahun 2010 sesuai skema *normal track*. Semenjak bulan Januari 2010, seluruh produk elektronik yang diimpor dari

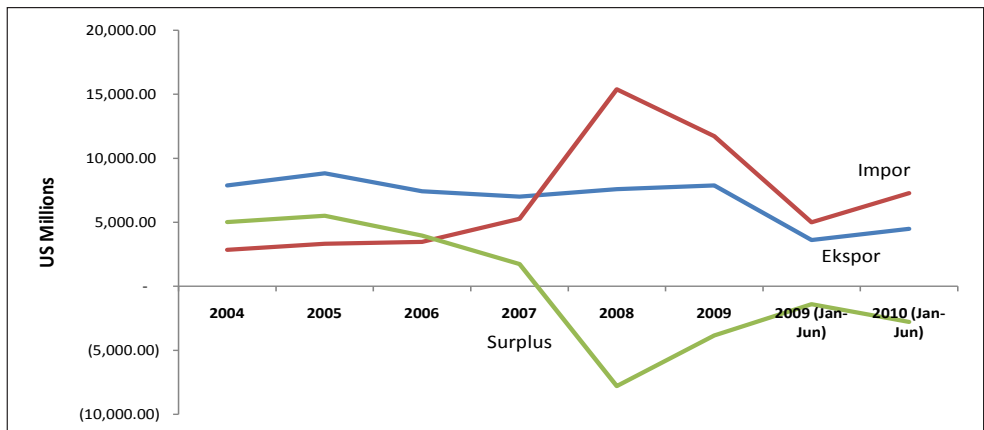
² Tarif 7,49 persen di tahun 2010 disebut tarif *Most Favorite Nation* (MFN). Tarif ini diberlakukan hanya bagi negara yang belum memiliki perjanjian perdagangan bebas. Sedangkan untuk negara dengan perjanjian perdagangan bebas seperti anggota ASEAN, Australia-Selandia Baru, China, Jepang, India dan Rep. Korea diberlakukan tarif khusus.

China dikenakan tarif sebesar 0 persen. Padahal, tarif produk elektronik dari China sebelum liberalisasi mencapai 5 persen.

Kinerja perdagangan produk elektronik antara Indonesia dengan China ternyata menunjukkan pola yang relatif berbeda jika dibandingkan dengan pola liberalisasi. Berdasarkan data kinerja ekspor, impor dan surplus perdagangan dalam Gambar 1, terlihat bahwa peningkatan impor produk elektronik dari China justru terjadi jauh sebelum pelaksanaan liberalisasi di tahun 2010.

Data perdagangan tersebut mem-

perlihatkan bahwa kinerja ekspor Indonesia ke China relatif stabil selama tahun 2004-2009. Namun, kinerja impor Indonesia dari China, khususnya sejak 2007, mengalami lonjakan yang signifikan. Lonjakan tersebut mencapai puncaknya di tahun 2008, dan selanjutnya menurun di tahun 2009. Kondisi lonjakan impor ini memiliki periode yang sama dengan krisis global yang menyerang mitra tradisional China antara lain Amerika Serikat dan Uni Eropa. Kondisi lonjakan impor di tahun 2008 memberikan indikasi bahwa Indonesia menjadi pasar alternatif China untuk menutupi turunnya permintaan dari negara lain akibat krisis global.



Sumber : BPS, diolah

Gambar 1. Kinerja Perdagangan Elektronik Indonesia-China

Gambar 1 memperlihatkan bahwa defisit neraca perdagangan untuk produk elektronik periode 2004-2009 sebenarnya lebih disebabkan dampak krisis global. Kondisi ini diperkuat dengan data kinerja ekspor China ke Indonesia dan negara lain di dunia, sebagaimana terlihat dalam Tabel 2 di bawah. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa di tahun 2008 dan 2009 pangsa ekspor Indonesia

meningkat menjadi 0,93 persen dan 0,85 persen, jauh di atas pangsa ekspor China ke Indonesia di tahun 2007 yang mencapai 0,71 persen. Kondisi ini juga diperkuat dengan trend ekspor China ke Indonesia selama tahun 2004-2009 tumbuh sebesar 25,90 persen per tahun, lebih tinggi dibandingkan trend ekspor rata-rata China ke dunia yang mencapai 19,22 persen.

Tabel 2. Ekspor Produk Elektronik China ke Indonesia dan Negara Lain di Dunia

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Trend (%)
Indonesia (US \$ Juta)	970.08	1,140.25	1,448.66	2,035.01	3,067.05	2,509.47	25.90
Negara Lain (US \$ Juta)	131,220.55	171,173.53	226,027.70	283,512.26	326,092.65	291,706.80	19.22
Pangsa Indonesia (%)	0.73	0.66	0.64	0.71	0.93	0.85	
Pangsa Negara Lain (%)	99.27	99.34	99.36	99.29	99.07	99.15	

Sumber : WITS, Comtrade, diolah

Informasi dalam Tabel 2 di atas juga menunjukkan bahwa Indonesia sampai saat ini belum menjadi pasar utama China, hanya berperan sebagai pasar alternatif. Kondisi ini dipertegas dengan data yang menunjukkan bahwa pangsa Indonesia dibandingkan total ekspor China semenjak 2004-2009 selalu di bawah 1 persen. Kondisi ini diperkirakan tidak akan berubah setelah pelaksanaan FTA ASEAN-China.

Daya Saing Produk Elektronik Indonesia Terhadap China

Peta daya saing produk elektronik Indonesia terhadap China dapat dilihat selengkapnya dalam Tabel 3 dan Tabel 4 di bawah. Data dalam Tabel 3 memberikan informasi tiga puluh produk elektronik Indonesia yang paling banyak diekspor ke China, sedangkan Tabel 4 memberikan informasi sebaliknya. Informasi daya saing diberikan dalam dua jenis indeks yaitu Indeks Spesialisasi Produk (ISP) dan Indeks Daya Saing Bilateral (RCA Bilateral). Selain itu, Tabel 3 disusun berdasarkan produk ekspor terbesar ke China, sedangkan Tabel 4 sebaliknya.

Data dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa produk yang paling banyak

diekspor Indonesia ke China adalah *optical disk drive*, kamera digital dan komponen elektronik lainnya. Namun sayangnya hasil ISP menunjukkan bahwa produk yang masih memiliki peluang untuk ditingkatkan ekspor ke China hanya *optical disk drive* dan kamera digital. Adapun untuk produk lainnya yang memiliki indeks ISP negatif mengindikasikan produk tersebut masih dalam tahapan industri baru dan dalam tahap pengenalan pasar.

Hasil perhitungan indeks RCA Bilateral berdasarkan kinerja perdagangan untuk 30 produk utama masih memiliki daya saing. Beberapa produk yang memiliki daya saing sangat tinggi di pasar China antara lain kamera digital, kamera perekam video, dan *optical disk drive*. Sedangkan untuk produk lainnya umumnya masuk dalam klasifikasi lain-lain (*others*), sehingga sulit untuk dianalisis lebih lanjut. Namun sayangnya produk elektronik Indonesia yang memiliki daya saing masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan total produk elektronik yang diperdagangkan.

Kondisi produk asal China yang diimpor Indonesia menunjukkan kondisi yang berbeda dengan kinerja ekspor Indonesia ke China. Data dalam Tabel

4 menunjukkan 30 produk utama asal China yang diimpor Indonesia ternyata memiliki daya saing yang sangat tinggi. Seluruh produk tersebut memiliki nilai ISP mendekati -1 dan nilai RCA bilateral di atas 1. Hasil indeks ISP mendekati -1 menunjukkan industri di Indonesia sama sekali tidak memproduksi produk elektronik yang diimpor dari China. Kondisi ini menyebabkan daya saing produk China di Indonesia sangat tinggi, dan ditunjukkan dengan nilai indeks RCA bilateral di atas 1.

Hasil indeks RCA bilateral menunjukkan seberapa besar produk elektronik impor yang berasal dari China memiliki nilai indeks diatas 1000. Hasil indeks yang sangat tinggi ini konsisten dengan hasil perhitungan ISP. Jika nilai indeks RCA bilateral sangat tinggi, kondisi ini menunjukkan produk tersebut sama sekali tidak diproduksi Indonesia dan seluruhnya diimpor dari negara lain. Adapun produk yang tidak diproduksi tersebut antara lain adalah handphone dan laptop. (lihat tabel 3 dan tabel 4)

Jika membandingkan data ekspor di Tabel 3 dengan data impor di Tabel 4, akan ditemukan perbedaan mendasar dalam produk yang dijual Indonesia dengan produk China. Produk elektronik yang diekspor Indonesia ke China umumnya berupa komponen elektronik, dengan nilai tambah rendah. Namun, produk elektronik yang diimpor Indonesia dari China umumnya produk jadi dengan nilai tambah tinggi seperti handphone dan laptop. Kondisi ini menyebabkan Indonesia akan selalu mengalami defisit perdagangan dengan China, selama Indonesia tidak mampu menjual produk bernilai tambah tinggi ke negara tersebut. Salah satu alternatif yang mungkin dilakukan adalah membangun industri

substitusi impor, khususnya handphone dan laptop di Indonesia.

Prediksi Perubahan Kinerja Perdagangan Sebagai Dampak Liberalisasi ASEAN-China

Salah satu metode untuk memprediksi dampak liberalisasi terhadap kinerja perdagangan dan perekonomian adalah model keseimbangan umum. Adapun model keseimbangan umum yang sering digunakan dalam perhitungan tersebut adalah GTAP. Hasil simulasi liberalisasi CAFTA terhadap perubahan kinerja perdagangan dapat dilihat selengkapnya dalam Tabel 5 dan Tabel 6 dibawah. Adapun simulasi yang dilakukan sedapat mungkin disesuaikan dengan ketentuan CAFTA yaitu liberalisasi untuk produk perdagangan (pertanian, manufaktur dan jasa) kecuali untuk produk sensitif.

Berdasarkan hasil simulasi, terlihat bahwa liberalisasi CAFTA diprediksikan akan meningkatkan kinerja ekspor untuk produk elektronik, pertanian dan manufaktur sebesar 4,99 persen, 1,46 persen dan 2,17 persen. Kinerja ekspor Indonesia ternyata berbeda dengan rata-rata ASEAN Lain dimana liberalisasi tersebut meningkatkan ekspor elektronik, pertanian dan manufaktur sebesar 1,63 persen, 1,81 persen dan 5,93 persen. Sedangkan untuk China, liberalisasi ini meningkatkan kinerja ekspor negara tersebut lebih tinggi dibandingkan Indonesia dan rata-rata ASEAN Lain. Kinerja ekspor China untuk produk elektronik, pertanian, dan manufaktur diperkirakan meningkat sebesar 7,27 persen, 3,96 persen dan 2,86 persen. Namun liberalisasi ini akan mengurangi kinerja ekspor produk jasa bagi Indonesia, ASEAN Lain dan China. (Tabel 5)

Tabel 3. Daya Saing Produk Ekspor Utama Indonesia ke China

No.	KODE HS	URAIAN BARANG	Ekspor ke China			ISP			RCA Bilateral		
			2004	2009	2010 Trimulan I	2004	2009	2010 Trimulan I	2004	2009	2010 Trimulan I
1	8471.70.40.00	Optical disk drive, termasuk CD-ROM drive,	-	81.225.432	-	0,00	0,54	-1,00	0,00	22.417	2.311
2	8525.80.20.19	Kamera digital lainnya	-	66.671.223	0,00	0,87	0,87	0,19	0,000	15.191	9.670
3	8521.90.11.00	Dari jenis yang digunakan khusus dalam	-	26.288.285	8.664.691	0,00	1,00	1,00	0,000	5.317	5.739
4	8443.32.10.90	Lain-lain	-	24.762.163	3.012.891	0,00	0,75	-0,13	0,000	5.935	4.547
5	8518.90.90.00	Lain-lain	6.620.465	21.706.455	8.055.360	-0,03	0,20	0,18	6.820	7.575	8.994
6	8473.30.90.00	Lain-lain	1.487.534	17.549.546	2.295.899	-0,66	-0,52	-0,76	4.298	15.170	12.521
7	8532.29.00.00	Lain-lain	886.027	11.226.259	3.152.664	-0,09	0,70	0,61	0,975	2.769	2.584
8	8532.22.00.00	Elektrolit aluminium	1.908.830	9.560.497	2.984.600	0,76	0,40	0,50	1.091	2.844	2.263
9	8414.30.90.00	Lain-lain	27.757.387	8.443.316	2.325.316	0,72	-0,37	-0,52	17.497	5.552	6.358
10	8529.30.91.00	Untuk penerima televisi	5.640.709	8.428.482	1.625.665	-0,44	-0,65	-0,63	9.861	10.051	12.349
11	8525.80.20.20	Kamera perekam video	4.153	6.274.352	786.287	-0,91	0,11	-0,65	0,049	2.366	2.909
12	8471.60.90.00	Lain-lain	105.356	6.248.307	805.258	-0,99	-0,05	-0,23	7.865	2.754	1.369
13	8529.10.99.00	Lain-lain	175.955	5.797.366	229	-0,82	0,41	-0,99	0,992	1.715	0,052
14	8529.30.90.00	Lain-lain	-	4.954.290	2.119.884	0,00	0,18	-0,24	0,000	1.753	1.662
15	8540.11.00.00	Berwarna	43.349.094	4.379.439	1.377.900	0,40	-0,20	0,10	33.790	2.284	1.662
16	8541.50.00.00	Peralatan semikonduktor lainnya	8.521.600	3.539.089	5.434.138	0,98	0,79	0,94	4.440	0,825	3.696
17	8471.90.20.00	Pembaca karakter optik, pemindai dokumen atau	-	3.477.897	891.903	0,00	0,52	0,40	0,000	0,956	0,839
18	8506.50.00.00	Litium	875.309	3.249.925	950.953	0,09	0,53	0,95	0,809	0,889	0,643
19	8516.90.90.00	Lain-lain	3.382.457	2.910.613	-	0,08	-0,17	-1,00	3.149	1.470	0,772
20	8542.39.00.00	Lain-lain	5.997.272	2.794.275	1.021.989	0,70	-0,70	-0,43	3,066	3,820	2,337
21	8413.91.40.00	Dari pompa suntikan lainnya	-	2.763.522	945	0,00	0,46	-0,99	0,000	0,787	0,092
22	8518.50.00.00	Peralatan amplifier suara listrik	491.961	2.579.379	907.988	-0,23	0,35	0,88	0,442	0,798	0,635
23	8542.31.00.00	Prosesor dan alat kontrol, digabung atau	-	2.501.166	798.376	0,00	-0,72	-0,71	0,000	3,670	3,624
24	8539.22.90.00	Lain-lain	26.423	2.124.423	660.303	-0,98	0,53	0,42	1.297	0,680	0,610
25	8521.90.99.00	Lain-lain	703	2.074.270	1.216	-1,00	-0,50	-1,00	2,586	1,715	1,449
26	8541.60.00.00	Kisala die-cast listrik terpasang	12.559	1.868.295	1.303.568	0,88	0,47	0,95	0,015	0,529	0,879
27	8517.70.99.00	Lain-lain	7.347	1.813.910	9.985	-0,88	-0,97	-1,00	0,004	23.289	38.950
28	8540.71.00.00	Magnetron	-	1.807.982	86.040	-1,00	1,00	0,98	0,000	0,378	0,057
29	8418.99.10.00	Evaporator dan kondensor	6	1.735.406	475.031	-1,00	-0,59	-0,64	0,380	1,781	1,720
30	9405.30.00.00	Peralatan penangan dari jenis yang	5.408	1.490.849	188.105	-0,98	0,63	0,84	0,305	0,361	0,120

Satuan : Ekspor dalam US \$, ISP dan RCA Bilateral merupakan angka indeks

Sumber : WITS, Comtrade, diolah

Tabel 4. Daya Saing Produk China Untuk Produk yang Diimpor Indonesia

No.	KODE HS	URAIAN BARANG	Impor Dari China			ISP			RCA Bilateral		
			2004	2009	2010	2004	2009	2010	2004	2009	2010
1	8517.12.00.00	—Telepon untuk jaringan seluler atau untuk	2.516,110	980.557,566	341,135,489	-0,35	-1,00	-1,00	1,314	141.572	162.517
2	8471.30.20.00	—Laptop termasuk notebook dan subnotebook	10.411,467	481.022,304	242.085,204	-1,00	-1,00	-1,00	5,040	85.162	128.072
3	8517.61.00.90	—Lain-lain	-	122.020,559	33.847,633	0,00	-0,99	-1,00	0,000	24.656	21.690
4	8529.90.40.00	—Dari kamera digital atau kamera pernakam	-	119.943,916	62.354,585	0,00	-1,00	-1,00	23.939	23.939	31.566
5	8517.70.99.00	—Lain-lain	479	114.010,993	62.354,585	0,88	-0,97	-1,00	0,004	23.289	38.950
6	8517.62.90.00	—Lain-lain	-	100.273,974	23.196,146	0,00	-1,00	-1,00	0,000	20.249	14.970
7	8539.31.90.90	—Lain-lain	24.008,600	79.610,345	32.409,636	-1,00	-1,00	-1,00	11.030	16.207	20.766
8	8528.51.20.00	—Lain-lain, berwarna	-	62.196,853	60.224,535	0,00	-1,00	-1,00	4,298	12.715	37.682
9	8473.30.90.00	—Lain-lain	7.244,825	56.088,645	16.970,829	-0,66	-0,52	-0,76	4,298	15.170	12.521
10	8517.62.53.00	—Aparatus transmisi lainnya untuk radio-	131.895,081	40.767,489	24.805,481	-1,00	-1,00	-1,00	35,527	10.051	15.957
11	8529.90.91.00	—Untuk penerima televisi	14.674,263	40.265,833	17.993,137	-0,44	-0,65	-0,83	9,861	10.651	12.349
12	8516.60.10.00	—Pemasak nasi	8.045,228	33.077,159	7.707,983	-1,00	-1,00	-1,00	3,919	6,825	5,038
13	8471.49.10.00	—Komputer personal tidak termasuk komputer	20,649	33.033,427	16.302,143	-1,00	-1,00	-1,00	0,010	6,817	10,581
14	8471.50.10.00	—Unit pengolah untuk komputer personal	10.789,708	31,815,073	10.034,494	-0,98	-1,00	-1,00	5,249	6,567	6,546
15	8523.52.00.00	—Smart card?	6,293,159	31,531,335	2,631,651	-0,93	-1,00	-1,00	3,194	6,509	1,727
16	8517.70.29.00	—Lain-lain	-	29,432,932	6,266,268	0,00	-0,98	-1,00	0,000	6,133	4,113
17	8472.90.10.00	—Automatic teller machine	-	27,932,335	3,917,646	0,00	-1,00	-1,00	0,000	5,773	2,588
18	8471.70.40.00	—Optical disk drive, termasuk CD-ROM drive,	-	24,499,174	3,524,461	0,00	0,54	-1,00	0,000	22,417	2,311
19	8534.00.90.00	—Lain-lain	1,590,828	18,693,188	4,992,328	-0,57	-0,90	-1,00	1,011	4,080	3,277
20	8471.41.10.00	—Komputer personal tidak termasuk komputer	-	18,550,125	2,509,745	0,00	-1,00	-0,94	0,000	3,945	1,696
21	8414.30.90.00	—Lain-lain	4,509,656	18,171,776	7,382,011	0,72	-0,37	-0,52	17,497	5,532	6,368
22	8415.10.00.00	—Type jendela atau dinding, menyatu atau	9,085,553	18,137,126	7,461,039	0,00	-1,00	-1,00	4,410	3,761	4,878
23	8536.90.19.00	—Lain-lain	-	17,570,524	4,17,580	0,00	-0,99	-1,00	0,000	3,664	0,275
24	8517.62.41.00	—Modem termasuk modem kabel dan kartu modem	-	17,294,155	8,566,942	0,00	-1,00	-1,00	0,000	3,584	5,595
25	8542.39.00.00	—Lain-lain	1,074,341	15,559,627	2,535,808	0,70	-0,70	-0,43	3,606	3,820	2,337
26	8473.30.10.00	—Printer circuit board yang dirakit	8,916,631	15,469,694	3,138,698	-0,94	-0,99	-1,00	4,454	3,226	2,059
27	8473.91.50.00	—Dari pompa lainnya, dipergunakan secara elektr	4,405,672	15,229,273	3,630,977	-1,00	-0,99	-0,98	2,178	3,174	2,399
28	8542.31.00.00	—Proesor dan alat kontrol, digabung atau	-	15,171,244	4,730,112	0,00	-0,72	-0,71	0,000	3,670	3,624
29	8413.81.20.00	—Tidak dipergunakan secara elektrik	-	14,921,408	1,994,933	0,00	-1,00	-1,00	0,000	3,097	1,310
30	8518.90.90.00	—Lain-lain	7,002,170	14,541,941	5,577,386	-0,03	0,20	0,18	6,820	7,575	8,994

Satuan : Ekspor dalam US \$, ISP dan RCA Bilateral merupakan angka indeks

Sumber : WITS, Comtrade, diolah

Tabel 5. Prediksi Perubahan Ekspor dan Impor

Deskripsi	Indonesia	China	ASEAN Lain	Asia Timur Lain	Amerika Serikat	Uni Eropa	Sisa Dunia
Perubahan Ekspor (%)							
Elektronik	4.99	7.27	1.63	-1.01	-0.69	-0.63	-0.32
Produk Sensitif	0.55	-0.25	-0.32	0.48	0.03	0.03	0.01
Pertanian	1.46	3.96	1.81	0.24	0.09	0.13	0.08
Manufaktur	2.17	2.86	5.93	-0.36	-0.14	-0.10	-0.13
Jasa	-2.37	-0.68	-3.50	0.59	0.26	0.23	0.24
Perubahan Impor (%)							
Elektronik	4.59	6.92	1.37	-0.58	-0.16	-0.13	-0.10
Produk Sensitif	1.02	0.28	2.04	-0.23	-0.07	-0.03	-0.06
Pertanian	3.21	10.25	4.49	-0.44	-0.28	-0.05	-0.12
Manufaktur	3.46	6.04	3.73	-0.52	-0.13	-0.07	-0.09
Jasa	1.81	0.65	2.87	-0.36	-0.13	-0.10	-0.11

Sumber : GTAP v6, diolah

Simulasi GTAP di atas juga memprediksikan perubahan impor setelah liberalisasi. Hasil simulasi memprediksikan peningkatan impor Indonesia untuk produk elektronik 4,59 persen, produk sensitif 1,02 persen, produk pertanian 3,21 persen, produk manufaktur 3,46 persen dan produk jasa 1,81 persen. Sedangkan untuk ASEAN

Lain, diprediksikan impor meningkat untuk elektronik 1,37 persen, sensitif 2,04 persen, pertanian 4,49 persen, manufaktur 3,73 persen dan jasa 2,87 persen. Liberalisasi ini diperkirakan juga meningkatkan impor China untuk elektronik 6,92 persen, sensitif 0,28 persen, pertanian 10,25 persen, manufaktur 6,04 persen dan jasa 0,65 persen.

Tabel 6. Prediksi Perubahan Neraca Perdagangan (US \$ Juta)

Deskripsi	Indonesia	China	ASEAN Lain	Asia Timur Lain	Amerika Serikat	Uni Eropa	Sisa Dunia
Elektronik	292.20	1,300.34	1,113.89	-1,204.74	-485.40	-967.00	-112.29
Produk Sensitif	-0.46	-3.90	-56.02	26.41	7.66	17.51	8.53
Pertanian	-30.97	-814.87	-289.58	285.18	177.16	280.39	269.41
Manufaktur	119.61	-2,643.43	1,914.63	554.92	425.81	-532.41	-573.86
Jasa	-314.31	-435.59	-3,868.56	1,700.21	839.97	1,990.63	1,008.91

Sumber : GTAP v6, diolah

Hasil simulasi dalam Tabel 6 memperlihatkan prediksi perubahan neraca perdagangan. Liberalisasi CAFTA diprediksikan meningkatkan neraca perdagangan untuk elektronik dan

manufaktur Indonesia, namun sebaliknya untuk produk sensitif, pertanian dan jasa. Namun, peningkatan surplus perdagangan Indonesia lebih rendah dibandingkan surplus yang diperoleh

negara ASEAN Lain. Khusus bagi China, diprediksikan negara tersebut memperoleh peningkatan surplus perdagangan sangat besar untuk produk elektronik, namun sebaliknya untuk produk lainnya.

Liberalisasi CAFTA akan meningkatkan *trade diversion*³ dengan negara lain untuk produk sensitif, pertanian, dan jasa, namun sebaliknya untuk produk elektronik dan manufaktur. Adapun negara yang diprediksikan memperoleh keuntungan dari *trade diversion* tersebut adalah Asia Timur (Jepang, Rep. Korea, Hongkong, Taiwan)

dan Amerika Serikat. Hasil simulasi ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Chen dan Yan (2007), Batra (2007), dan Sudsawad dan Mongsawad (2007).

Prediksi dibandingkan Realita

Simulasi perubahan kinerja perdagangan di atas dapat dibandingkan dengan kinerja riil ekspor dan impor Indonesia semenjak pemberlakuan liberalisasi CAFTA di bulan Januari 2010. Pembahasan akan dikonsentrasikan pada perbandingan kinerja ekspor-impor riil dengan prediksi ekspor-impor untuk produk elektronik.

Tabel 7. Perbedaan Prediksi GTAP dengan Realita

Deskripsi	Prediksi GTAP	Realita : Jan-Jun 2009 vs 2010
Ekspor	+ 4.99 persen	- 8,15 persen
Impor	+ 4.59 persen	+ 89,51 persen
Surplus	+ US \$ 292,20 juta	- US \$ 1.290,79 juta

Sumber : GTAP v6 dan BPS, diolah

Hasil simulasi GTAP memprediksikan CAFTA akan meningkatkan ekspor produk elektronik Indonesia ke China sebesar 4,99 persen, meningkatkan impor sebesar 4,59 persen dan meningkatkan surplus perdagangan sebesar US\$ 292,20 juta. Namun, jika melihat realita perubahan ekspor, impor dan surplus perdagangan ternyata terdapat perbedaan yang tajam. Berdasarkan data perdagangan selama bulan Januari-Juni 2010 yang dibandingkan

dengan data perdagangan selama bulan Januari-Juni 2009, terlihat bahwa ekspor produk elektronik Indonesia ke China turun sebesar 8,15 persen, impor produk elektronik Indonesia dari China meningkat sebesar 89,51 persen, dan neraca perdagangan produk elektronik Indonesia terhadap China defisit sebesar US\$ 1.290,79 juta.

Ketidakberhasilan Indonesia memanfaatkan liberalisasi CAFTA untuk meningkatkan kinerja perdagangan,

³ *Trade diversion* disebut juga dengan efek substitusi. Dampak ini terjadi karena dampak peningkatan kesejahteraan sebagai akibat liberalisasi. Liberalisasi CAFTA akan mempengaruhi kinerja perdagangan, perekonomian dan pendapatan rumah tangga. Jika peningkatan kesejahteraan (konsumsi) lebih tinggi dari kemampuan negara ASEAN-China memproduksi, maka penduduk di kedua daerah tersebut akan mensubstitusi kekurangan tersebut dengan produk dari negara ketiga.

khususnya sektor elektronik sesuai dengan hasil studi dari Chirathivat (2002), Sally dan Sen (2005), dan Park *et.al* (2008). Studi mereka memprediksikan bahwa China akan memperoleh manfaat lebih besar dari liberalisasi CAFTA sebagai akibat daya saing industri mereka yang lebih tinggi. Studi tersebut juga menyarankan industri di ASEAN termasuk Indonesia harus melakukan serangkaian perbaikan berupa investasi tenaga kerja, fisik dan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi produk dari China.

Hasil studi Chirathivat (2002), Sally dan Sen (2005), Park *et.al* (2008) juga senada dengan laporan *Global Competitiveness Report* dari *World Economic Forum* (WEF). Hasil temuan WEF menyatakan bahwa pemerintah telah melakukan tugasnya dengan peningkatan signifikan dari kinerja institusi, infrastruktur, makroekonomi dan kesehatan-pendidikan. Namun sayangnya, disaat bersamaan terjadi penurunan efisiensi pasar, penurunan pengembangan tenaga kerja, penurunan kinerja pasar finansial dan penurunan kemampuan menyerap teknologi.

Tabel 8. Daya Saing Indonesia di Dunia

INDONESIA	2010-2011 (out of 139)	2009-2010 (out of 133)
Global Competitiveness Index	44	54
Basic requirements	60	70
1st pillar: Institutions	61	58
2nd pillar: Infrastructure	82	84
3rd pillar: Macroeconomic environment	34	52
4th pillar: Health and primary education	62	82
Efficiency enhancers	51	50
5th pillar: Higher education and training	66	69
6th pillar: Goods market efficiency	49	41
7th pillar: Labor market development	84	75
8th pillar: Financial market	62	61
9th pillar: Technological readiness	91	88
10th pillar: Market size	15	16
Innovation and sophistication factors	37	40
11th pillar: Business sophistication	37	40
12th pillar: Innovation	36	39

Source : WEF, *Global Competitiveness Report*

Hasil temuan WEF tersebut dapat dijadikan acuan bahwa masalah utama yang menyebabkan Indonesia belum berhasil memanfaatkan liberalisasi secara maksimal adalah ketidaksiapan industri nasional. Industri nasional,

khususnya industri elektronik, harus berbenah diri untuk memperbaiki produktifitas dan efisiensi mereka melalui serangkaian kebijakan untuk mengurangi biaya produksi yang terlalu mahal, peningkatan produktifitas pekerja

melalui pelatihan dan yang paling penting adalah berani mengaplikasikan teknologi baru untuk menghasilkan produksi bernilai tambah tinggi. Jika industri elektronik nasional sama sekali tidak berbenah, dikhawatirkan mereka akan semakin kalah bersaing terhadap produk elektronik dari China.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari studi ini adalah pertama, defisit perdagangan elektronik telah dimulai di tahun 2007, jauh sebelum pelaksanaan liberalisasi CAFTA. Kondisi ini disebabkan rendahnya daya saing Indonesia, dan ketergantungan Indonesia atas produk impor bernilai tambah tinggi dari China dan dipertajam setelah pelaksanaan CAFTA. Kedua, Indonesia masih belum berhasil memanfaatkan liberalisasi CAFTA untuk meningkatkan kinerja perdagangan produk elektronik. Kondisi ini disebabkan penurunan efisiensi pasar, penurunan pengembangan tenaga kerja, penurunan kinerja pasar finansial dan penurunan kemampuan menyerap teknologi. Padahal, pemerintah telah melakukan usaha maksimal dalam mempersiapkan diri menyambut liberalisasi melalui serangkaian kebijakan yang meningkatkan kinerja institusi, infrastruktur, makroekonomi dan kesehatan-pendidikan.

Oleh karena itu, agar industri elektronik nasional dapat meningkatkan kemampuan mereka memanfaatkan liberalisasi CAFTA, pemerintah dan swasta harus duduk bersama dalam membangun serangkaian kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi biaya produksi, peningkatan produktifitas pekerja melalui pelatihan dan aplikasi teknologi baru untuk menghasilkan produk elektronik bernilai tambah tinggi. Selain itu, untuk menunjang kajian ini, perlu dilakukan kajian mengenai

structure-conduct-performance untuk menemukan akar permasalahan industri elektronik nasional dalam menghadapi liberalisasi terutama CAFTA.

DAFTAR PUSTAKA

- Batra, A. 2007. "Asian Economic Integration : ASEAN+3+1 or ASEAN+1?", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 24, No. 2, pp. 181-204.
- Chen H., and T. Yan. 2007. "The Static Trade Effects in China under CAFTA: The Empirical Analysis Based on the Gravity Model", The Sixth Wuhan International Conference on E-Business.
- Chirathivat, S. 2002. "ASEAN-China Free Trade Area: Background, Implications and Future Development". *Journal of Asian Economics*, 13(5): 671-86.
- Ditjen KPI. 2005. *Implementasi Penurunan Tarif Bea Masuk Dalam Perjanjian Perdagangan Bebas Asean-China*. Departemen Perdagangan, Jakarta.
- Park, D., I. Park, G. Esther, and B. Estrada. 2008. "Prospects of an ASEAN-People's Republic of China Free Trade Area: A Qualitative and Quantitative Analysis", *Economics Working Paper Series*, No. 30, Asian Development Bank.
- Sally, R. and R. Sen. 2005. "Whither Trade Policies in Southeast Asia? The Wider Asian and Global Context", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 22, No. 1, pp. 92-115.
- Soesastro, H. and M. C. Basri. 2005. "The Political Economy of Trade Policy in Indonesia", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 22, No. 1, pp. 3-18.
- Sudsawasd, S. and P. Mongsawad. 2007. "Go with the Gang, ASEAN!", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 24, No. 3, pp. 339-56.

PEMASARAN PRODUK-PRODUK UKM PIK (PUSAT/PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL) PULOGADUNG¹

Oleh : Sukarna Wiranta²

Abstract

Small businesses in Indonesia have a critical role in national economy, judging from the number of companies and workers involved in the business. Based on the data from the Board of Statistics (CBS) in 2006, has shown that small and medium businesses in Indonesia were 48.9 million principal or 99.9 percent of total business. The number of workers involved in small business was recorded about 50 million or 90 percent of the total employed by 2010. This study aims to evaluate the performances of small scale industries in PIK Pulogadung which uses criteria of effectiveness and efficiency of its owners/managers of the company. Based on the study, most of the respondents where classified as the traders (90%), while the crafter is only 5%. Thus, the PIK is likely the market of textiles and products of textiles (TPT), and footwear products. However, the channel distribution mostly directly from producer to consumers, although there were used big retailer network.

Keywords: *PIK (small industrial area), SMEs (small medium enterprises), marketing mix.*

LATAR BELAKANG

Konsep perdagangan dunia secara umum dibangun berdasarkan pemikiran keunggulan komparatif dan daya saing yang berbeda antara negara satu dan negara-negara lainnya. Jika negara-negara memproduksi dan berdagang dengan mengacu pada keunggulan komparatif dan persaingan, maka diyakini akan meningkatkan efisiensi penggunaan sumberdaya yang langka sehingga tercapai tingkat kesejahteraan dunia yang lebih baik. Keunggulan komparatif merupakan konsep yang

telah berusia 250 tahun namun tidak tergoyahkan hingga saat ini. Untuk itu, tulisan ini akan memperlihatkan sisi gelap konsep keunggulan komparatif dan daya saing dan memperkenalkan konsep keunggulan kooperatif. Selain itu, untuk memperlihatkan bahwa konsep keunggulan kooperatif dalam hubungan internasional akan memberikan dampak yang jauh lebih menjanjikan dibandingkan dengan konsep keunggulan komparatif dan daya saing. Secara matematis, akan diperlihatkan bahwa sikap kooperatif dalam hubungan negara-negara akan

¹ Artikel ini merupakan laporan kegiatan tahunan Puslit Ekonomi LIPI tahun 2010 di mana penulis menjadi anggota tim penelitian 'Efektivitas Kebijakan dan Kinerja UKM dalam Mendukung Perekonomian Nasional' dari aspek perdagangan/pemasaran.

² Profesor Riset bidang Sosial Ekonomi, Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, Jl. Gatot Subroto no. 10 Jakarta, tlp : 021-525 1542

memberikan lebih banyak manfaat, terutama dalam menciptakan efisiensi dunia, distribusi pendapatan, kesejahteraan rakyat yang lebih tinggi, dan kedamaian dunia. Sedangkan janji yang diberikan oleh konsep keunggulan komparatif dalam pasar bersaing hanyalah sebuah ilusi.

Sejatinya, liberalisasi ekonomi sudah memporak-porandakan perekonomian nasional. Sebabnya, kesepakatan perdagangan bebas yang diperluas yang berimplikasi terbukanya pasar dalam negeri sudah merontokkan industri nasional. Akibatnya, puluhan juta orang menganggur atau menjadi pekerja informal. Saat ini, produk impor menguasai pasar dalam negeri dibandingkan produk-produk lokal. Di lain pihak, industri skala kecil, menengah, (IKM), dan besar tidak diberi dorongan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing sehingga harus bertarung dengan pelaku industri negara lain yang lebih dulu maju atau lepas landas.

Sementara itu, program-program pemberdayaan UKM untuk menjadi penyelamat perekonomian dan penyerapan tenaga kerja juga stagnan. Akibatnya, upaya menciptakan lapangan kerja terkendala sehingga banyak TKI (tenaga kerja Indonesia) dan TKW mempertaruhkan nasibnya di luar negeri. Namun ini pun dibuat susah oleh pemerintah, karena membebani calon TKI dengan biaya dan proses perizinan. Oleh sebab itu, banyak rakyat mempertanyakan kebijakan pemerintah tentang program pembebanan dan perizinan tersebut.

Selain itu, Permendag tentang izin untuk industri (produsen) pengimpor barang jadi secara tidak langsung

berdampak pada nasib para karyawan/buruh/pekerja di sektor industri. Padahal, sebelum diterbitkannya kebijakan ini, ekspansi barang-barang impor kian merajalela dan menggerus produk-produk dalam negeri. Artinya, pemerintah tidak berpihak ke nasib buruh/pekerja pabrik. Oleh sebab itu, harus dipertanyakan bagaimana nasib mereka. Sebabnya selama ini, impor yang dilakukan importir saja sudah merontokkan banyak industri dan UKM nasional, apalagi sekarang, ada kecenderungan banyak produsen (industri) untuk menjadi pedagang³

Kebijakan ini secara tidak langsung mendorong beralihnya produsen menjadi importir, sehingga pada akhirnya *deindustrialisasi* tidak bisa lagi dibendung. Untuk itu, Kemendag harus mengantisipasi kecenderungan ini. Apalagi selama ini Menperin terlihat serius memperjuangkan perkembangan industri nasional sehingga langkah pemerintah harus sangat hati-hati. Sebabnya, jika kebijakan baru ini dimanfaatkan oleh produsen menjadi insentif dan stimulus untuk menjadi pedagang, maka bukannya meningkatkan kinerja industri nasional, kebijakan ini justru akan mematikan industri nasional.

Padaahal, produk-produk usaha kecil, mikro dan menengah (UKM) sangat besar dalam jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja, dan kontribusinya terhadap PDB. Saat krisis, sektor UKM yang sebagian besar di wilayah informal mampu menjadi pengaman perekonomian nasional dengan menyediakan lapangan kerja dan output yang besar³. Dengan demikian, UKM identik dengan perekonomian rakyat sehingga muncul pertanyaan, kenapa

³ Kemeneg KUKM (2008); Statistik Usaha Kecil dan Menengah tahun 2008

UKM tidak dipilih menjadi sistem ekonomi nasional guna mengatasi kemiskinan dan keterbelakangan ekonomi Indonesia? Masalahnya, boleh jadi para pengambil kebijakan negeri ini menduga pemikiran kapitalisme yang diartikan sempit dan globalisasi yang meminggirkan usaha ekonomi rakyat membuat keputusan strategis negeri ini bias terhadap cita-cita pembangunan nasional dalam menakar kekuatan ekonomi rakyat.

Sebenarnya, yang dibutuhkan Indonesia sekarang adalah usaha membangun sistem baru yang cocok dengan perekonomian rakyat. Sistem yang dilandasi asas kekeluargaan, berkedaulatan rakyat, bermoral Pancasila, dan menunjukkan keberpihakan yang sungguh-sungguh pada ekonomi kerakyatan⁴. Sementara tantangan ke depan adalah bagaimana prinsip tersebut menjadi landasan bangunan institusi perekonomian nasional, memberi inspirasi berbagai kebijakan ekonomi, dan menjadi konsep pembangunan. Langkah awal dapat dilakukan dengan membangun insitituti permodalan dan mekanisme pemasaran yang pro usaha rakyat. Insitituti permodalan bagi orang miskin tidak dapat dibangun atas mekanisme yang bekerja saat ini. Sebabnya, struktur perbankan yang dikembangkan memang tidak ditujukan untuk menumbuhkan usaha kecil dan menengah, apalagi usaha mikro. Juga tidak dapat dilakukan dengan inisiatif permodalan UKM berdasarkan proyek, karena berjangka pendek dan tidak mengarah pada pembentukan sistem baru.

Inisiatif permodalan usaha kecil semestinya dimulai dari usaha rakyat

sendiri. Secara mandiri membangun modal dari pendapatan mereka yang kecil dan dikumpulkan secara bersama. Berbagai contoh usaha koperasi kredit di beberapa kota di Jawa, Sumatera, dan Kalimantan Barat dapat menambah keyakinan bahwa ide membangun struktur institusi permodalan dari usaha ekonomi rakyat sendiri bukanlah utopia. Dalam kaitan ini, penelitian perkampungan industri kecil Pulogadung, Jakarta sebagai bagian dari UKM penting untuk dilakukan, bagaimana produk-produknya diperdagangkan atau dipasarkan.

Tulisan ini akan mengevaluasi kinerja PIK dari sisi pemasaran, apakah sudah berjalan sebagaimana yang diharapkan, khususnya Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

TUJUAN KAJIAN

Tujuan kajian ini adalah

1. Mengevaluasi aspek pemasaran produk-produk PIK Pulogadung sesuai dengan berdirinya PIK Pulogadung pada tahun 1983.
2. Sampai sejauh mana efektivitas dan efisiensi Sentra PIK Pulogadung dilihat dari aspek Pemasaran?

POPULASI/SAMPLE, PENDEKATAN, DAN PENGUMPULAN DATA

Populasi kajian ini seluruh pedagang/pengrajin yang berada di dalam kawasan PIK Pulogadung, Jakarta Timur.

Sementara sampelnya hanya 2 (dua) orang pimpinan PIK, dan 5 orang pedagang/pengrajin yang bisa mewakili (*representative*) dari pedagang/pengrajin di kawasan PIK mengingat waktu dan izin dari pimpinan PIK yang sangat lambat birokrasinya (*problem birokrasi*)

⁴ Mubyarto (2003); Ekonomi Pancasila, Jurnal Ekonomi, UGM No. 1, Vol. 1

serta datangnya bulan Suci Ramadhan 1431H di mana umumnya mereka jarang berada di tempat sebab bersiap-siap menyambutnya sehingga hanya beberapa pengusaha/pengrajin, terutama pedagang pakaian jadi dan alas kaki, serta pembuatan teralis besi yang diamati melalui wawancara

Pendekatan kajian ini melalui pendekatan *grounded reasearch*, yaitu pendekatan penelitian kualitatif yang pada mulanya dikembangkan oleh Glaser dan Strauss pada tahun 1960an. Maksud pokok dari *grounded theory* ini adalah tentang minat terhadap fenomena. *Grounded reaserch* merupakan pro-ses bertahap yang cukup rumit. Penelitian dimulai dengan memunculkan *pertanyaan generatif* yang membantu penelitian namun tidak dimaksudkan untuk tetap statis atau menjadi dinamis. Sewaktu peneliti mulai mengumpulkan data, konsep teoretis ini diidentifikasi. Kemungkinan *kaitan* dikembangkan antara konsep inti teori dengan data. Tahap awal ini cenderung terbuka dan waktunya bisa memakan waktu lama, bahkan berbulan-bulan. Kemudian, peneliti memasuki verifikasi dan ikhtisar, dan usahanya cenderung berkembang secara perlahan menapaki kategori inti yang menjadi pusat⁵.

Sementara itu, pengumpulan data dilakukan secara observasi di mana observasi adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan tindakan secara sistimatis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu yaitu pedagang/ pengrajin PIK secara langsung. Metode ini digunakan

agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan pedagang/pengrajin PIK yang diteliti⁶.

PERANAN UKM DALAM PER-EKONOMIAN NASIONAL

Peran UKM sangat besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi sebab banyak masyarakat di Indonesia, baik sebagai sumber pendapatan primer maupun sekunder. Hal ini dapat dilihat dari jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja dan lainnya. Secara kuantitas, usaha menengah kecil dan mikro mencapai 48,93 juta unit atau 99,9% dari total pelaku usaha nasional (BPS, 2006). Dari jumlah itu, 26,2 juta unit di antaranya bergerak di sektor pertanian perdesaan. Sebagian besar UKM di luar sektor pertanian bergerak di sektor perdagangan, hotel, dan restoran (58% atau 13 juta unit usaha) disusul industri pengolahan 3 juta unit, serta transportasi dan komunikasi 2,6 juta unit. Pada tahun 2006 sektor UKM menyumbang 53,3% produk domestik bruto nasional, 15,4% dari total nilai ekspor, dan menyerap 37,9 juta tenaga kerja atau 46,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional⁷. Pada tahun 2010, jumlah UKM menjadi 51,3 juta unit di mana usaha mikro sekitar 50,7 juta unit usaha, usaha kecil 520 ribu, usaha menengah 40 ribu dan usaha besar 4.400 unit usaha. Penyerapan tenaga kerja UKM mencapai 91,8 juta orang, serta kontribusinya mencapai Rp 2,61 triliun atau sekitar 15% terhadap PDB nasional yang berjumlah Rp 6,254 triliun rupiah pada tahun 2010. Sementara kontribusi ekspornya mencapai Rp 143

⁵ Untuk jelasnya lihat Moleong Lexy (2005); Metodologi Penelitian Kualitatif, edisi Revisi, PT Remaja Yodaskara, Bandung

⁶ *ibid*, hal 93-94

⁷ Kompas, Februari 2008

triliun atau sekitar 15% terhadap total ekspor Indonesia pada tahun 2010. Posisi UKM yang semakin strategis disebabkan oleh semakin berfungsinya lembaga Pembiayaan Ekspor (LPEI) sehingga ekspor UKM semakin terbuka

dan meningkat. Artinya, jumlah UKM sangat signifikan jika dibandingkan dengan usaha besar yang jumlahnya sekitar 4,4 ribu unit atau 0,1% (Kem KUKM, 2010)⁸. Lihat tabel 1;

Tabel 1. Posisi Strategis UKM terhadap Perekonomian Nasional, 2010

Uraian	Jumlah
UM (usaha mikro)	50,7 juta unit
UK (usaha kecil)	520 ribu unit
UM (usaha Menengah)	30,7 ribu unit
UB Iusaha besar)	4.370 unit
Total UMKM	51,26 juta unit
Penyerapan tenaga Kerja (orang)	91,8 juta
Produk Domestik Bruo UKM (Rp)	2.609 triliun
Produk Domesti Bruto Nasional (Rp)	6.253,8 triliun
Ekspor Non-Migas	142,8 triliun

Sumber: Kemeng KUKM, 2010

Dari sisi pekerja, jumlah pekerja UKM sangat besar di mana jumlahnya pada tahun 2005 sekitar 77,7 juta orang, dan meningkat menjadi 91,8 juta pada tahun 2010 sehingga kontribusinya terhadap total pekerja sangat besar, sementara jumlah pekerja atau orang yang bekerja sekitar 142 juta orang yang artinya, pekerja Indonesia didominasi pekerja di sektor UKM, yakni sekitar 64%⁹. Sementara di dalam UKM sendiri (*within*), didominasi usaha mikro yakni usaha kecil dengan tenaga kerja kurang dari 5 orang (1-4 pekerja).

EKSPOR PRODUK-PRODUK UKM

Salah satu faktor penting dalam perdagangan adalah ekspor (dan impor) di mana ekspornya sebaiknya adalah bahan baku yang berasal dari

dalam negeri (*local content*) agar nilai tambah (*value added*) bisa dinikmati masyarakat dalam negeri. Namun untuk bahan baku tekstil yang umumnya diimpor, nilai tambahnya kecil. Padahal ekspor merupakan indikator penting dalam perekonomian nasional sehingga pemerintah selalu mengusahakan agar ekspor lebih besar dari impor ($X > M$)¹⁰.

Sejatinya, ekspor Indonesia cukup besar, namun kontribusi ekspor UKM hanya sekitar 15% di mana nilai ekspor UKM pada tahun 2005 sekitar Rp 110 triliun, dan total ekspor Indonesia pada periode yang sama yaitu Rp 740 triliun. Nilai ekspor UKM meningkat menjadi Rp 142,8 triliun pada tahun 2010, namun persentasi ekspor UKM terhadap total ekspor Indonesia masih di sekitar angka 15%.

⁸ Kompas 6 September 2010

⁹ Jumlah pekerja UKM masih menjadi perdebatan (*debatable*) diantara para ahli sebab dimungkinkan kriteria UKM yang memasukan sektor informal.

¹⁰ Formula $PDB = Y + C + I + (X - M)$ di mana Y =pendapatan, C =konsumsi, I =investasi, dan X =ekspor dan M =impor

PERFORMA USAHA KECIL PIK PULOGADUNG

Faktor terbentuknya sentra atau pusat suatu komunitas bisa sengaja dan tidak sengaja. Di sini, PIK terbentuk karena unsur kesengajaan dari Pemprop DKI Jakarta pada tahun 1983. Alasan Pemerintah DKI mendirikan kawasan ini untuk menampung para pengrajin atau pengusaha-pengusaha kecil seperti tas, sepatu, konveksi atau garmen supaya memudahkan pembinaan dan pengontrolan terhadap para pengrajin atau pengusaha tersebut.

Terdapat pula pembentukan kawasan yang tidak sengaja seperti di Tasikmalaya, Jawa Barat di mana pemuda dan pemudinya yang dahulu banyak yang mengadu nasib di negeri orang, pulang ke daerahnya (Tasikmalaya) dan ketika kota ini menjadi kabupaten yang lebih maju, perantau dari Tasikmalaya ini mencoba untuk membuat usaha konveksi di kotanya sendiri. Tanpa diduga, terbentuk komunitas produsen pakaian jadi (utamanya muslim) dengan mengedepankan desain yang unik, berkualitas tinggi, serta harga yang relatif murah, mulai dari blus, stelan, gamis, baju koko, mukena hingga kerudung baik untuk pria, wanita, dewasa maupun anak-anak. Selain di Kota Tasikmalaya, sentra pengrajin konveksi juga terdapat di kota Bandung tepatnya di kecamatan Soreang di mana hampir 80% persen kepala keluarganya berkecimpung pada usaha tersebut seperti produsen pakaian muslim. Kegiatan yang sudah turun temurun ini telah banyak menghasilkan rancangan dan model-model pakaian muslim, dan menjadi *trend setter* bagi perancang di luar Bandung.

Oleh sebab itu, pembentukan PIK, Pulogadung sebenarnya merupakan tempat relokasi *home industry* (industri

rumahan) yang berasal dari kelurahan Palmerah dan *home industry* dari kawasan Pluit, Jakarta Utara di mana kawasan PIK dibangun berdasarkan kebijakan pemerintah Provinsi DKI Jakarta semasa pemerintahan Gubernur Tjokropranolo yang bertujuan untuk sentralisasi usaha/ industri kecil yang diharapkan tata ruang industri di DKI Jakarta dapat tertata dengan baik. Artinya, produk *home industry* tidak lagi diproduksi ditengah-tengah pemukiman.

Dengan berjalannya waktu, pengelompokan usaha di PIK sudah tidak lagi tertata dengan baik. Sebabnya, jumlah usaha kecil yang menempati PIK semakin banyak karena saat dibangun pada tahun 1983, PIK Pulogadung hanya diperuntukkan bagi sekitar 100 orang per blok, dan Kawasan PIK terbagi dalam 3 blok di mana setiap blok terdiri dari 1 macam usaha saja. Tetapi kini, berubah menjadi 5 blok di mana 1 blok bisa terdiri dari bermacam-macam usaha, malahan penghuninya sudah mencapai hampir 500 pengusaha yang berasal dari seluruh wilayah Jakarta, bahkan dari luar Jakarta.

Kendati demikian, sampai kini, produk-produk *home industry* PIK masih dapat bersaing dengan produk-produk lain yang dijual di pasar modern. Meskipun, di kawasan PIK sendiri sudah banyak berdiri toko-toko modern yang menjual produk-produk bukan buatan pengrajin PIK, tetapi produk-produk produsen lain, terutama buatan China yang tumbuh menjamur di dalam kawasan PIK. Namun demikian, pedagang produk-produk PIK (*home made*) seperti pakaian jadi, sepatu, tas, mebel, aksesoris hingga produk-produk yang terbuat dari logam masih mampu bersaing dengan produk China dan/atau non-PIK sebab harganya relatif murah dan kualitasnya masih terjaga dengan

baik. Oleh sebab itu, tidak heran jika kawasan PIK di wilayah Penggilingan, Pulogadung ini menjadi tujuan utama para pelancong yang ingin mencari produk murah di DKI Jakarta. Selain itu, produk-produk PIK bisa ditemukan dan dijual di pasar Tanah Abang¹¹ yang menjadi *trade mark* barang-barang murah di Jakarta, dan menjadi tujuan utama pembeli orang-orang Jakarta, dan luar Jakarta, terutama menjelang lebaran dan/atau naik haji di mana produk-produknya seperti mukena, sajadah dan lainnya banyak yang *disupply* PIK Pulogadung sehingga peranan PIK cukup penting dalam penyediaan barang-barang murah di hampir seluruh wilayah tanah air. Tidak jarang juga, banyak pembeli yang berasal dari luar seperti dari Malaysia, Brunei Darussalam, negara-negara Timur Tengah, bahkan Afrika yang berbelanja barang-barang, terutama pakaian jadi, sebab harganya cukup bersaing meskipun dengan Cina sekalipun.

POLA PEMASARAN PRODUK-PRODUK PIK

Sejatinya, tidak terdapat data ekspor produk-produk PIK ke luar negeri karena produk-produk ini lebih diperuntukkan bagi pengunjung yang datang langsung ke PIK. Selain itu, produk-produk PIK lebih banyak dipasarkan ke Tanah Abang sebagai sentra perdagangan terbesar di Jakarta di mana saluran pemasarannya melalui jaringan retail pedagang besar.

Dalam hubungan ini, jika masyarakat, baik Jakarta maupun luar Jakarta, hendak mencari barang-barang berharga murah dan berkualitas sebaiknya cukup

datang ke PIK karena produk-produk *home industry* PIK tersebut tersebar di berbagai blok. Misalnya di blok A di mana pada awalnya, blok ini diperuntukkan bagi usaha jenis logam saja, tetapi kini di blok A terdapat juga pedagang produk-produk konveksi dan usaha kulit melalui jaringan retail besar dan menengah.

Harga produk-produk PIK asli buatan warga Jakarta ini sangat bersaing. Sebagai contoh, di Amigo Collection blok B, yang menjual berbagai jenis pakaian jadi seperti jaket, celana, kaos dan kemeja di mana untuk harga satu kemeja dipatok sekitar Rp 50.000 hingga Rp 100 ribu per buah. Begitu pula dengan harga kaos, dipatok mulai Rp 25 ribu hingga Rp 50 ribu, namun untuk jaket, tergantung bahannya seperti jaket parasut harganya sekitar Rp 50 ribu, dan jaket bahan model jas sekitar Rp 100 ribu. Jika di mall, atau di toko-toko dalam kawasan PIK sendiri, bisa mencapai Rp 75 ribu sampai Rp 200 ribu per buah.

Namun demikian, produk-produk *home made* PIK Pulogadung, *omzet* penjualan per bulan pada awal berdirinya PIK bisa mencapai Rp 30 sampai Rp 35 juta per bulan sehingga jumlah tersebut sangat besar untuk sebuah *home industry* rumahan. Tetapi sekarang, *omzet* penjualan di PIK menurun drastis dan terlihat lesu akibat menurunnya daya beli masyarakat, naiknya harga-harga bahan baku, dan pemasaran yang tidak stabil, serta banyaknya mal dan swalayan, baik didalam kawasan PIK sendiri maupun di segala pelosok Jakarta, bahkan di Bekasi, Depok dan kota-kota kabupaten lainnya yang selama

¹¹ Hasil wawancara dengan Hamzah, salah seorang pedagang pakaian jadi yang berlokasi di Blok A, di mana produk-produk pakaian jadi, milik keluarga dengan adiknya yang berjualan di Pasar Tanah Abang sehingga kemitraan yang terjadi adalah pemasaran melalui toko miliknya yang dikelola oleh adiknya sendiri di pasar Tanah Abang sehingga tidak terjadi kemitraan yang sebenarnya.

ini datang berbelanja ke PIK. Sebagai contoh, garmen dan sepatu yang biasa dipasarkan ke beberapa kota di Jawa Barat seperti Bekasi, Karawang, dan kota lainnya yang relatif dekat dengan Jakarta, sekarang sepi sebab membanjirnya produk-produk Cina yang harganya bersaing meskipun kualitasnya rendah. Namun dilain pihak, produk-produk Cina ini cukup membantu pedagang keliling atau pedagang kecil di daerah atau kota-kota kabupaten di Jawa sebab daya beli masyarakat rendah melalui sistem kredit atau cicilan setiap minggu atau bulan. Para konsumen di kampung-kampung umumnya kurang peduli terhadap kualitas sebab yang penting bagi mereka adalah menggunakan produk-produk baru yang dibutuhkannya, terutama saat lebaran dan/atau tahun ajaran baru.. Akibatnya, permintaan besar sehingga pasokan harus besar pula. Sebagai contoh, sebuah toko di Blok B, yang memproduksi kaus di bengkel PIK hanya mampu mengoperasikan 50% kaus produk industri kecilnya. Namun demikian, ada juga yang masih tetap mempertahankan kualitas karena mereka terikat dengan perjanjian ekspor tersebut. Akan tetapi, sejak krisis finansial yang disusul resesi ekonomi secara merata di seluruh dunia, *omzet* mereka turun hingga 75%. Demikian juga yang dialami oleh seorang pedagang di blok B yang memproduksi garmen berupa celana yang menyatakan naiknya harga bahan baku dan pemasaran yang tidak stabil menyebabkan *omzet* penjualannya turun hingga 30%¹².

KONDISI PIK SEKARANG

Dewasa ini, kondisi PIK sudah banyak berubah. Awalnya, berfungsi

untuk menampung industri kecil yang terdiri dari berbagai jenis kerajinan tangan barang logam, dan non-logam hingga pakaian jadi. Namun dewasa ini, hampir semuanya menjadi kawasan perdagangan pakaian jadi/garmen, dan alas kaki akibat produk-produk ini laku keras di pasar. Begitu pula, ruangan untuk memproduksi produk-produk logam seperti teralis besi yang tadinya ukuran ruangnya untuk bengkel relatif besar, kini semakin kecil sebab ruangan itu dipergunakan pula untuk tempat tinggal pemilik atau pegawainya, terutama saat pesanan atau order banyak.

Kondisi pasarpun bertambah buruk akibat menjamurnya swalayan dan mal-mal yang secara tidak langsung memukul pengusaha *home industry* di Jakarta. Salah satunya adalah pengusaha sepatu yang menjual produknya di blok B kawasan PIK di mana harga produk yang ditawarkan pengusaha kecil ini kalah bersaing dengan produk-produk yang disuguhkan di *pasar swalayan* ataupun *mal*. Kondisi ini membuat masa kejayaan pengusaha yang berusaha di PIK seperti pada tahun 80-90an tinggal kenangan. Namun kondisi ini agak berbeda dengan pengusaha konveksi yang sebaliknya bisa dikatakan panen *order*, khususnya menjelang lebaran dan/atau tahun ajaran sekolah baru.. Masa kejayaan pengusaha kecil kaos atau *t shirt* mencapai puncaknya saat pemilu 2004 dan 2009 di mana partai-partai politik besar memesan hingga ribuan kaos dan bahan-bahan yang disablon untuk kepentingan kampanye partainya.

Para pengusaha sepatu kini sudah menaruh harga murah seperti harga sepatu wanita yang harganya dipatok

¹² Hasil wawancara dengan Hermanto yang berdagang di Blok B sejak tahun 1983 pada 1 Mei 2010.

antara Rp 20 ribu hingga Rp 50 ribu per pasang, sementara sepatu kantor formal untuk pria sekitar Rp 50 ribu sampai Rp 100 ribu per pasang. Namun harga murah ini belum bisa bersaing dengan produk pabrikan yang dijual di *swalayan* dan *mal* yang bertebaran di pelosok kota Jakarta, bahkan di pasar swalayan/*mal* yang berada di kawasan PIK sendiri akibat mutunya kalah bersaing dengan produk-produk pabrikan yang menyebabkan penghasilan para pedagang sepatu di kawasan PIK menurun drastis. Untuk mensiasatinya, para pedagang sepatu untuk tetap bisa eksis, mereka membeli label Adidas, Puma, Nike, dan merk sepatu buatan luar negeri terkenal lainnya untuk dipasang pada produknya sehingga sepatu buatannya itu, seolah asli, padahal palsu (*aspal*) supaya tidak sepi dari pembeli, terutama pembeli atau pedagang dari luar kota Jakarta.

Salah seorang pengusaha asal Sumatera yang membuka usahanya sejak tahun 1991 di blok B mengungkapkan *omzetnya* menurun drastis sejak tahun 2006, padahal pada awal berusaha (sekitar tahun 2004), *omzetnya* mencapai Rp 300 ribu per hari, tetapi sekarang *omzet* tersebut sudah sangat sulit dicapai. Bahkan pada liburan panjang sekalipun, hasil penjualannya tidak mampu mendongkrak *omzet* penjualan sepatunya. Kenyataan ini terjadi, sebab warga Jakarta dewasa ini, tidak lagi menjadikan PIK sebagai tujuan utama

berbelanja ketika hari libur panjang tiba. Malahan mereka cenderung berbelanja ke Bandung, sekalian berlibur sebab hanya dengan waktu 2 jam saja sudah sampai ke Bandung. Apalagi, kondisi industri kecil di kota kembang ini tidak kalah dengan Jakarta di mana Bandung terkenal dengan produk sepatunya di Cibaduyut, dan sebagai *tren* pakaian jadi¹³.

Untuk mensiasati keadaan ini, salah seorang pengusaha sepatu di PIK¹⁴ berusaha untuk memadukan hasil industri sepatu dari kawasan PIK Jakarta dan Cibaduyut Bandung. Strategi ini bisa menarik minat pembeli sebab perpaduan produk Bandung dan PIK membuat para pembeli bebas memilih sepatu yang dibutuhkan. Di lain pihak, para konsumen juga berpikir dua kali untuk membeli produk sepatu di Bandung jika produk serupa ada di Jakarta. Belum lagi ongkos atau biaya perjalanan seperti biaya toll, biaya makan, dan oleh-oleh lainnya yang tidak sedikit biayanya.

PEMASARAN PRODUK-PRODUK PIK

Pemasaran produk-produk PIK Pulogadung terutama pasar dalam negeri dengan Pasar Tanah Abang merupakan tujuan utama sehingga saluran pemasarannya adalah langsung ke pasar, sementara saluran pemasaran lainnya bisa dilihat dalam gambar berikut,

¹³ Wawancara dengan Imran pada 1 Mei 2010 di mana salah satu tingginya penghasilannya itu disebabkan karena ia memiliki toko di Pasar Tanah Abang yang dikelola anaknya untuk memasarkan produk-produk buatan PIK. Ini berarti kemitraan antara usaha kecil di PIK dan usaha kecil di Tanah Abang bersifat semu sebab PIK yang membuat produk-produk sepatu, sedangkan Tanah Abang menjadi pasarnya.

¹⁴ Sebut saja Nina pengusaha sepatu di blok B yang diwawancarai Sabtu, 1 Mei 2010.

1. Produk-produk PIK.....→ konsumen
2. Produk-produk PIK.....→ Retail→ konsumen
3. Produk-produk PIK.....→ Whole saler.....→ Retailer.....→ Konsumen
4. Produk-produk PIK→ Ritel Besar→ Konsumen

Dengan demikian produk-produk PIK umumnya dijual langsung ke konsumen (1), dan dijual melalui Jaringan Ritel Besar (4) di mana saluran pemasaran ini berhubungan dengan transaksi penjualan dan pembelian produk yang aktivitasnya dilakukan adalah penjualan, negosiasi, dan pemesanan. Di lain pihak, rantai pasokan berhubungan dengan pekerjaan fisik yang dilakukan dalam proses produksi, transportasi, penyimpanan barang dan jasa yang berhubungan dengan penjualan yang membuat pelanggan tertarik untuk membeli dan meningkatkan penjualan. Keputusan saluran pemasaran merupakan salah satu keputusan sangat sulit, sebab saluran pemasaran dipilih oleh suatu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap harga jual, biaya produksi/ operasi, margin keuntungan, dan sebagainya¹⁵.

Dengan demikian, saluran pemasaran produk-produk PIK umumnya langsung ke konsumen sebab umumnya yang datang ke PIK akibat lokasinya bisa terjangkau dengan mudah dan dipromosikan secara besar-besaran oleh Pemda Propinsi DKI Jakarta. Hal ini disebabkan karena PIK ini merupakan percontohan perkampungan atau kluster produk-produk hasil industri kecil di wilayah DKI Jakarta. Selain itu, PIK berfungsi sebagai perantara atau

menjembatani ketimpangan antara keaneka-ragaman permintaan oleh konsumen. Ketimpangan ini timbul sebab produsen secara khusus, hanya membuat suatu barang dengan kuantitas barang yang besar dan variasi yang terbatas atau banyak variasi.

Secara teoritis, dunia pemasaran merupakan dunia yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai pada tangan konsumen. Seiring dengan perkembangan konsep pemasaran, kini para ahli telah menyederhanakan ruang lingkup yang luas itu menjadi 4 (empat) kebijakan pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*) atau 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Secara garis besar keempat variabel tersebut dapat dijelaskan melalui penjelasan masing-masing sebagai berikut :

1. **Product.** Definisi produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk mengharuskan sebuah perusahaan untuk mengetahui

¹⁵ Yudha HN dan Lukman Muslimin ((2008) Pemasaran Produk UKM melalui Jaringan Retail Besar Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan Vol. 3 No. 2, Desember.

manfaat-manfaat apa yang akan diberikan oleh produk tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya dipenuhi oleh atribut produk

2. **Price.** Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Penetapan masalah harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan.
3. **Promotion (Promosi).** Berkaitan dengan bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk tersebut dapat dikenal dan akhirnya dibeli oleh masyarakat.
4. **Place (Tempat atau distribusi).** Adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan barang atau jasa kepada pelanggan dan di mana hal tersebut akan dilakukan.

Oleh sebab itu, bauran pemasaran terdiri dari penentuan harga, jenis produk dan promosi hingga distribusi dalam penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

KEBIJAKAN PEMBERDAYAAN UKM

a. Undang - Undang tentang UMKM

Sejatinya, sudah banyak UU atau peraturan-peraturan yang telah dikeluarkan pemerintah dalam upaya pemberdayaan UKM seperti UU No 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Namun UKM hingga sekarang masih belum banyak berubah. Begitu pula dengan Usaha Menengah yang aset bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari aset bersih usaha kecil. Pemberdayaan UKM di sini adalah upaya yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam bentuk penumbuhan iklim usaha yang kondusif, pembinaan dan pengembangan sehingga usaha kecil mampu menumbuh kembangkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Kemudian, dikeluarkan PP No 44 tahun 1997 tentang kemitraan di mana PP ini menjelaskan bahwa kemitraan dilakukan untuk lebih mempercepat perwujudan perekonomian nasional yang mandiri dan andal sebagai usaha bersama atau asas kekeluargaan sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata untuk menciptakan iklim usaha yang mampu merangsang terselenggaranya kemitraan usaha yang kokoh diantara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Sesudah itu, dikeluarkan pula Keppres dan Peraturan Menteri seperti Keppres No 127 tahun 2001 tentang bidang/jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan terbuka pula bagi usaha menengah dan/atau usaha besar dengan syarat kemitraan. Bidang/jenis

usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil adalah bidang/jenis usaha yang ditetapkan untuk usaha kecil yang perlu dilindungi, diberdayakan, dan diberikan peluang berusaha agar mampu dan sejajar dengan pelaku ekonomi lainnya untuk mengoptimalkan peran sertanya dalam pembangunan. Lalu, dikeluarkan Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah di mana dalam Keppres ini, bidang/jenis usaha yang mencakup 9 sektor, yaitu j. Sektor Pertanian yang terdiri dari peternakan ayam buras; k. Sektor Kelautan; l. Sektor Kehutanan; m. Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral; n. Sektor Industri dan Perdagangan di mana sektor UKM meliputi i. industri makanan dan minuman olahan; ii. Industri penyempurnaan benang dan serat; iii. Industri tekstil dan produk tekstil; iv. pengolahan hasil hutan dan kebun golongan non-pangan; o. Sektor Perhubungan; p. Sektor Telekomunikasi; dan q. Sektor Kesehatan, seperti jasa profesi kesehatan/pelayanan medik/pelayanan kefarmasian. Pada sektor industri dan perdagangan ini, produk-produk PIK mengacu sehingga dalam mendapatkan kredit dari pemerintah/bank, namun pada kenyataannya mereka sulit memperolehnya.

Lalu, Keppres No 56 tahun 2002 tentang restrukturisasi Kredit Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) di mana restrukturisasi kredit adalah upaya yang dilakukan Bank dan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) terhadap kredit UKM agar debitor UKM dapat memenuhi kewajibannya. Terakhir, adalah Permeneg BUMN per05/Mbu/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina

Lingkungan (BL) di mana usaha ini adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program BL BUMN Pembina adalah program BL yang ditetapkan dan dilaksanakan oleh BUMN Pembina di wilayah usaha BUMN yang bersangkutan. Sedangkan Program BL BUMN Peduli adalah program BL yang dilakukan secara bersama-sama antar BUMN dan pelaksanaannya ditetapkan dan dikoordinir oleh Meneg KUKM.

b. Pembiayaan Pemberdayaan UKM

Berbagai jenis kebijakan dalam upaya pemberdayaan UKM sebetulnya telah ada sejak awal tahun 2000an.. Misalnya, peningkatan akses UKM pada sumber pembiayaan, khususnya kapasitas kelembagaan dan akses UKM pada sumber-sumber pembiayaan; namun pada prakteknya sulit diperoleh. UKM dapat memperoleh kredit, jika mereka sudah memperlihatkan hasil yang menguntungkan, sementara bagi mereka yang akan berusaha, sulit mendapatkan kredit dari pemerintah tersebut.

Kemudian, dikeluarkan pula Peraturan Pemerintah (PP) No 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil di mana Pembinaan dan Pengembangan usaha kecil meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM dan teknologi. Pembinaan dan Pengembangan di bidang produksi dan pengolahan dilaksanakan dengan j meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan; meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan; l memberikan

kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan; serta menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa berbagai kebijakan untuk pemberdayaan UKM yang berupa a) kebijakan peningkatan akses UKM pada sumber pembiayaan, b) kebijakan untuk memperkuat sistem kredit bagi UKM; c) kebijakan optimalisasi pemanfaatan dana perbankan untuk pemberdayaan UKM serta kebijakan pengembangan kewirausahaan dan SDM yang berupa meningkatkan mobilitas dan kualitas SDM; mendorong tumbuhnya kewirausahaan yang berbasis teknologi; serta kebijakan guna meningkatkan Peluang Pasar Produk UKM yang berisi a) mendorong berkembangnya institusi promosi dan kreasi produk UKM; b) mendorong berkembangnya pasar tradisional dan tata hubungan dagang antar pelaku pasar berbasiskan kemitraan; c) mengembangkan sistem informasi angkutan kapal untuk UKM; dan Reformasi Regulasi yang mampu menyediakan insentif perpajakan bagi UKM dan menyusun kebijakan di bidang UKM dengan menata kembali kebijakan di bidang UKM, termasuk meredefinisi UKM dan/atau IKM. Salah satu ketidakberhasilan pemberdayaan UKM adalah koreksi terhadap kebijakan lain yang berdampak merugikan usaha kecil¹⁶. Oleh sebab itu, diperlukan pembenahan penanganan UKM agar dapat meman-

faatkan potensinya secara optimal seperti aspek regulasinya. Begitu pula, kegagalan pemberdayaan PIK dibidang pemesanan adalah ketergantungannya pada kedatangan konsumen yang datang seolah dijamin oleh pemerintah.

Selain itu, salah satu bank pemerintah, Bukopin, baru-baru ini melakukan kerja sama dengan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) agar UKM Indonesia bisa semakin terbuka peluangnya dalam kegiatan ekspor dan impor. Kerja sama ini meliputi pembiayaan, penjaminan, dan asuransi. Pembiayaan ini hanya terkait dengan kegiatan ekspor di mana Bukopin sebagai bank nasional hanya terletak pada usaha produksi dan perdagangan. Oleh sebab itu, pendanaan yang diberikan LPEI merupakan peluang bagus bagi UKM Indonesia.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

a. Kesimpulan

Dalam menangani masalah UKM, terdapat sebuah pertanyaan 'setelah mampu menciptakan produk-produk usaha kecil, lalu bagaimana cara yang tepat dalam memasarkannya? Fasalnya, produsen sekaligus pengrajin/pedagang PIK sebagian besar memasarkan produk-produknya bersifat menunggu yaitu, konsumen datang ke PIK, karena PIK adalah suatu kawasan yang ditetapkan pemerintah propinsi DKI Jakarta sebagai Pusat/Perkampungan Industri Kecil yang menjual barang-barang kebutuhan sekunder seperti pakaian jadi, garmen, alas kaki, aksesoris, dan lainnya dengan harga yang bersaing dan kualitas yang

¹⁶ Sri Adiningsih (2009); Regulasi dalam Revitalisasi UKM di Indonesia di mana seperti halnya yang pernah terjadi di Jepang di mana kebijakan UKM diarahkan untuk mengkoreksi kesenjangan antara usaha besar dan kecil yang sifatnya tamal sulam.

cukup baik. Jadi para pengrajin/produsen PIK bersifat menunggu, bukan menjemput bola, seperti yang mereka lakukan sebelum direlokasi ke PIK.

Sejatinya, pembentukan PIK Pulo-gadung dibangun untuk sentralisasi industri kecil supaya tata ruang industri di DKI Jakarta dapat tertata dengan baik. Artinya, produk *home industry* tidak lagi diproduksi ditengah-tengah pemukiman. Hal ini didasarkan pada UU No 26 tahun 2007 tentang Tata Ruang di mana banyak pengusaha kecil dan industri rumahan (*home industry*) di wilayah ibukota Jakarta terancam bangkrut.

Namun sejauh ini, produk-produk *home industry* PIK masih mampu bersaing dengan produk-produk lain yang dijual di pasar modern, meski di kawasan PIK sendiri sudah banyak berdiri toko-toko modern yang menjual produk-produk buatan non-pengrajin PIK, dan produk-produk buatan Cina. Hal ini disebabkan harganya relatif lebih murah dan kualitasnya masih terjaga dengan baik.

Dalam perjalanannya, keberadaanya dan keberlanjutan PIK tidak berjalan dengan baik. Keberadaan PIK yang semula berfungsi untuk perkampungan atau relokasi industri kecil yang ditetapkan pemerintah propinsi DKI Jakarta sebagai Perkampungan barang-barang kebutuhan sekunder dengan harga murah dan berkualitas lebih banyak menunggu konsumen datang. Tidak ada usaha untuk memajukan usahanya seoptimal mungkin. Jiwa kewirausahaan atau menjemput bola guna meningkatkan usahanya tidak ada, karena mereka sangat tergantung pada Pemprop DKI Jakarta yang menjadi pihak berwenang dalam mengelola usahanya di kawasan

PIK.

Kawasan PIKpun sudah berubah fungsi di mana keberadaan PIK yang semula berfungsi sebagai pusat atau perkampungan industri kecil tetapi dewasa ini lebih banyak terdapat pengrajin/pedagang pakaian jadi, garmen dan sepatu di mana sebagian besar produk-produknya itu untuk pasokan pasar Tanah Abang. Artinya PIK sekarang lebih fokus pada perdagangan, bukan pada kerajinan tangan atau industri pengolahan berskala kecil sehingga tujuan pembentukan kawasan PIK sebagai pusat *home industry* masyarakat kecil Jakarta dinilai gagal. Terdapat juga kasus, produsen/pengrajin yang tadinya memproduksi produk-produknya sendiri di bengkel-bengkel di kawasan PIK banyak yang beralih profesi menjadi pedagang (*broker*) untuk barang-barang-barang buatan Cina sebab dinilai lebih menguntungkan dari pada memproduksi sendiri akibat banyak hambatan bagi produsen.

Perubahan profesi dari produsen/pengrajin menjadi broker atau pedagang di kawasan PIK perlu dibenahi sebab fungsi PIK pada awalnya menampung banyak pengrajin yang tersebar di seluruh wilayah DKI Jakarta. Begitu pula, telah terjadi perubahan fungsi kawasan PIK yang cenderung menjadi kawasan perdagangan, bukan lagi perkampungan berbagai jenis industri kecil bisa disebut gagal pula. Dengsn kata lain, pembentukan kawasan PIK yang pada awalnya diharapkan dapat berjalan efektif dan efisien namun sekarang memang masih dikatakan efektif tetapi tidak efisien. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa *pemasaran* IKM merupakan permasalahan utama yang dihadapi oelh IKM, selain masalah *capacity*

building, dalam hal ini SDM, *teknologi* dan *permodalan*, tetapi masalah modal ini sudah banyak dikurirkan pemerintah dalam upaya memberdayakan UKM seperti KUR, KUK, BMT dan lainnya.

b. Saran/Rekomendasi

Untuk menjaga keberadaan (eksistensi) PIK sebagai perkampungan industri kecil, maka;

- Pemerintah harus turun tangan dengan mengeluarkan berbagai aturan atau regulasi seperti aturan tentang penghuni PIK dan produk-produk PIK yang diolah dan dijual di dalam kawasan PIK.
- Pedagang/pengrajin PIK harus tetap berperan sebagai pedagang/pengrajin yang berlokasi di dalam kawasan PIK sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku di mana PIK adalah pusat/ perkampungan industri kecil, bukan sebagai pusat perdagangan atau *mal*. Selain itu, perlu dibina jiwa kewirausahaan pengrajin/pedagang PIK untuk tidak mengandalkan pemerintah saja, tetapi perlu ditumbuhkan-kembangkan jiwa wirausahanya agar mereka tetap eksis.
- Usaha besar seperti *retail besar Carrefour* milik Perancis, diusahakan untuk menerima produk-produk UKM guna menjualnya di gerai-gerai mereka dengan persyaratan yang telah ditetapkan¹⁷. Atau dengan kata lain, produk-produk UKM bisa dijual melalui jaringan ritel besar agar

kualitasnya terjaga.

- Perlu dikembalikan fungsi PIK sebagai perkampungan industri kecil tempat relokasi dari berbagai home industry (industri rumahan) yang berasal dari wilayah Jakarta. Selain itu, perlu juga dipertahankan profesi para pengrajin sebagai produsen produk-produk PIK dari pada pedagang yang kini banyak ditemukan di kawasan PIK
- Mungkin yang jauh lebih penting dalam pemberdayaan UKM adalah merubah pola pikir (*mind set*) UKM sebagai bisnis, bukan didasarkan atas pengusaha lemah yang harus terus dibantu pemerintah sebelum menjadi benar-benar mandiri atau bisa berdiri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2006); Statistik Indonesia 2006, Badan Pusat Statistik, Jakarta
- Badan Pusat Statistik (2008); Statistik Ketenagakerjaan, Badan Pusat Statistik, Jakarta
- Kemeneg KUKM (2008); Statistik Usaha Kecil dan Menengah tahun 2004-2005 dan 2008.
- David D. Irwin; Strategic Marketing 4th edition (2002); International Student Edition, Irwin Burr Ridge Illinois Boston, Massachusetts, Sydney, Australia yang diambil dari bab 13; Distribution Strategy oleh Paul S Busch dan J Houston; Marketing (Homewood, Ill.; Richard D.Irwin)

¹⁷ *Carrefour* (juga *Giant*) telah menjual produk-produk usaha kecil untuk ikan-ikan kecil (balita) di gerai-gerainya yang tersebar di pelosok Jakarta.

- Mahajan (2008); Riset Pemasaran, Penerbit Indeks, Jakarta
- Mubyarto (2003); Ekonomi Pancasila, Jurnal Ekonomi Rakyat No 1, Vol 1, FE-UGM, Jogjakarta
- Minta Waluyo (2010); The Sooceress, Penerbit Matahari, Jakarta
- Malhotra (2008); Riset Pemasaran, Penerbit Indeks, Jakarta
- Finance Times (2008) Mastering Marketing, Index, Jakarta
- John Jantotsch (2008); Pemasaran Duct Tape, Eleks Media, Kompatinda, Jakarta
- Philip Kotler (2005); Dasar-dasar Marketing, Indeks, Jakarta
- Sri Adiningsih (2009); Regulasi dalam Revitalisasi UKM di Indonesia di mana seperti halnya yang pernah terjadi di Jepang di mana kebijakan UKM diarahkan untuk mengoreksi kesenjangan antara usaha besar dan kecil yang sifatnya tambal sulam, diunduh dari <http://www.dpr.go.id>, 18 Juli 2010.
- Tri Wismiarsi et al (2008) Hambatan Ekspor UKM Indonesia: Hasil Studi pada Industri Mebel, Kerajinan, dan Biofarma, Penerbit Kompas, Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. (2006); Development of Small and Medium Enterprises in Indonesia from the Asia-Pasipic Perspective, Jakarta: LPE University of Trisakti, Jakarta.
- Lee Godden (2005); Rahasia Sukses Penjualan, Indeks, Jakarta
<http://www.pikpulogadung.go.id>
<http://www.poskota.co.id>
<http://www.gatra.com>
<http://64.228.234/english/pdf/bali/seminar/regulasi520/revitalisasi%20/sr8i%20adiningsih.fdf> diakses 18 juli 2010.
- Yudha Hadian Nur dan Lukman Muslimin (2009); Pemasaran Produk UKM melalui Jaringan Retail Besar, Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan Vol 3 No 2, Desember 2009 Kemendag, Jakarta.

FAKTOR PENENTU INSTABILITAS HARGA PRODUK BERBASIS IMPOR (Kedele dan Gula)

Oleh:

Yati Nuryati¹, Yudha Hadian Nur¹ dan Dwi Wahyuniarti Prabowo²

Abstract

Price stability of staple food needs is one of the government's policy priorities in anticipating the negative impact of the global economic crisis. Price instability in the long term could impact on high inflation, falling of purchasing power and political manipulation that would interfere the availability of strategic food products. The high price of staple food needs will certainly disturb the national food security. The aims of this study is analyzing the factors that influence the instability of soybean and sugar price and determine how domestic patterns of integration and the price mechanism, as well as offering the necessary policy formulation related to the stabilization effort on imported base of staple food needs. Analysis using descriptive qualitative and quantitative dynamic econometric model that is structural vector autoregression (sVAR) and error correction model (ECM) using monthly time series data in 2000-2009. There is a strong integration between the world market commodity prices with price stability of soybean and sugar prices where transmission occurs in about 2-14 months. World price shocks and the impact of imports on price increases and reaches equilibrium at a higher price level. The mechanism of the international market is still strong enough to affect soybean and sugar domestic market. The implication show that price on imported base product such as sugar and soybeans still necessary to be implemented.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pangan pokok merupakan komoditas penting bagi seluruh penduduk Indonesia, dimana hampir 49% dari pengeluaran rumah tangga digunakan untuk pangan. Lebih lanjut hampir 67% dari pengeluaran rumah tangga miskin digunakan untuk konsumsi pangan. Selain itu, pangan merupakan salah satu penyumbang

terbesar inflasi. Pasca krisis global, harga pangan mulai merangkak naik karena meningkatnya harga energi minyak serta konversi pangan sebagai kebutuhan pokok menjadi sumber energi. Kondisi ini sangat mempengaruhi kondisi stabilitas harga pangan di dalam negeri yang notabene nya merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Pada sisi lain, stabilisasi harga kebutuhan

¹ Peneliti Tingkat Pertama, Pusat Pengkajian dan Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, Jl. M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta Pusat. Telp. 021-23528692; Email: y_nuryati@yahoo.com dan yudha_hn@yahoo.com

² Calon Peneliti, Pusat Pengkajian dan Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, Jl.M.I Ridwan Rais No.5 Jakarta Pusat, Telp. 021-23528692; email: dwi_wp@yahoo.com

bahan pokok merupakan salah satu kebijakan prioritas pemerintah dalam mengantisipasi dampak negatif dari krisis ekonomi dunia. Instabilitas harga pangan akan berdampak pada inflasi yang tinggi, turunya daya beli masyarakat serta rekayasa politik yang berkaitan dengan produk-produk strategis. Semua ini akan berdampak pada kondisi yang sangat memprihatinkan yaitu meningkatnya angka kemiskinan.

Akses masyarakat terhadap pangan semakin terbatas dengan kenaikan harga bahan pangan dewasa ini dan harga-harga komoditi lain, sementara pendapatan masyarakat relatif tetap, yang akhirnya akan mengancam ketahanan pangan. Pada tahun 2007 hingga awal tahun 2008, kembali terjadi shock pada beberapa harga komoditas pangan nasional meskipun dampak ini tidak terjadi secara langsung. Shock harga komoditas terjadi melalui mekanisme transmisi kenaikan harga minyak internasional kepada kenaikan harga pangan internasional. Kenaikan harga pangan internasional merupakan dampak dari putaran kedua krisis ekonomi global. Hal ini tentunya berimbas pada kenaikan harga-harga pangan di dalam negeri, terutama pangan yang mempunyai kandungan impor tinggi, seperti tepung terigu, gula, jagung serta kedele.

Dampak dari krisis pangan global dirasakan oleh seluruh negara melalui berbagai macam bentuk. Krisis pangan merupakan refleksi dari krisis finansial global serta kenaikan harga minyak mentah internasional. Walaupun krisis pangan baru terasa nyata pada saat ini, tetapi prosesnya berlangsung lama seiring dengan berkembangnya sistem penyediaan pangan yang berorientasi akumulasi kapital secara global. Saat pangan diperlakukan seperti komoditas

pada umumnya dan bukan sebagai hak dasar untuk hidup maka orientasi pengusahaannya akan berubah sesuai kecenderungan pasar. Bahan pangan dengan permintaan tinggi akan diutamakan dengan mengabaikan dampaknya terhadap ketahanan pangan. Mengingat pangan merupakan kebutuhan pokok masyarakat maka dalam membangun ketahanan pangan tidaklah mudah karena masalah yang muncul adalah jumlah penduduk yang terus bertambah setiap tahunnya, semakin terbatasnya sumber daya alam, masih terbatasnya prasarana dan sarana di bidang pangan, semakin ketatnya persaingan pasar dengan produk impor, serta besarnya proporsi penduduk miskin. Selain itu, laju peningkatan kebutuhan pangan, untuk beberapa komoditas, lebih cepat dari laju peningkatan produksi.

Timmer (2008) menekankan bahwa pencapaian dan keberhasilan memelihara ketahanan pangan baik di tingkat rumah tangga maupun tingkat nasional akan menghasilkan penurunan kemiskinan dan kelaparan. Pemerintahan yang berhasil menurut Timmer adalah pemerintahan yang mampu mendukung ketahanan pangan untuk warga negaranya. Adapun penurunan kemiskinan itu sendiri akan berhasil hanya jika ada kesanggupan politis dasar untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dan pemerataan. Percepatan pertumbuhan ekonomi membutuhkan kondisi yang kondusif seperti, kestabilan makroekonomi, termasuk harga bahan pangan yang relatif stabil, kebijakan perdagangan terbuka untuk barang dan jasa, ekonomi pasar yang kompetitif. Untuk negara dengan pendapatan per kapita rendah, intervensi pemerintah menuju ketahanan pangan dapat mengurangi

ancaman kelaparan dan rawan pangan (Timmer, 2004). Ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi penduduk yang tercermin dari: (1) tersedianya pangan secara cukup, baik dalam jumlah maupun mutunya; (2) harga yang relatif stabil, (3) aman; (4) merata; dan (5) terjangkau.

Dalam kancah ekonomi dunia, Indonesia merupakan ekonomi kecil, sehingga pengaruh terhadap ekonomi internasionalpun kecil. Misalnya untuk sektor pertanian, selama ini Indonesia merupakan negara eksportir cukup besar tapi dari sisi harga belum bisa mempengaruhi harga internasional (*price taker*). Implikasinya adalah gejala harga di pasar internasional akan merambat pada keseimbangan harga di dalam negeri, terutama bagi produk-produk yang mengandung unsur impor. Sementara gejala harga tersebut juga akan berpengaruh besar pada bahan pokok nasional yang mengandung unsur impor tinggi. Ini akan berpengaruh juga pada ketahanan pangan nasional. Oleh karena itu, permasalahan yang muncul dalam konteks kenaikan harga pangan dan komoditi penting lainnya yang mengancam ketahanan pangan adalah: (a) bagaimanakah kondisi perkembangan produksi, konsumsi dan stok pangan utama Indonesia dan Dunia saat ini? (b) sejauhmana keterkaitan kenaikan harga minyak mentah internasional, harga bahan bakar minyak dalam negeri, harga pangan dan inflasi dalam menciptakan instabilitas harga gula dan kedele?. Persoalan berikutnya adalah kebijakan seperti apa yang relevan untuk dapat meminimalkan instabilitas harga kebutuhan bahan pokok serta monitoringnya dalam memperkuat ketahanan pangan nasional? Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut

sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi instabilitas harga kedele dan gula (produk berbasis impor) dan bagaimana pola integrasi serta transmisi harga yang terjadi di dalam negeri serta merumuskan saran kebijakan terkait dengan kebutuhan bahan pokok yang berbasis impor dalam rangka mendukung program ketahanan pangan.

Pentingnya Keseimbangan Harga

Harga keseimbangan merupakan harga yang terjadi jika jumlah penawaran sama dengan jumlah permintaan produk. Harga tersebut akan stabil selama tidak ada salah satu determinan penawaran maupun permintaan yang berubah. Pergerakan penawaran – permintaan selain ditentukan oleh faktor permintaan dan faktor produksi dapat juga dipengaruhi oleh pengaruh pajak dan subsidi, kemudian pengaruh kontrol harga terhadap penawaran, permintaan, dan harga itu sendiri. Pemikiran awal mengenai dampak dari instabilitas harga berfokus pada komoditas pertanian dimana fluktuasi *stochastic* dalam permintaan dan penawaran dapat memegang peran yang sangat penting.

Stabilisasi merupakan suatu langkah yang dilakukan dalam tujuan untuk mendorong produksi, efisiensi distribusi serta harga. Harga sangat terkait dengan perilaku pasar. Pasar merupakan interaksi antara penawaran dan permintaan. Terdapat variabel yang tercakup dalam pasar, yaitu harga, kuantitas yang ditawarkan (penawaran) serta kuantitas yang diminta (permintaan). Harga merupakan variabel yang paling strategis karena menjadi indikator dalam tingkat keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Harga yang cenderung naik merupakan

indikasi terjadinya kelebihan permintaan, sedangkan harga yang cenderung turun merupakan indikasi terjadinya kelebihan penawaran. Harga juga merupakan acuan bagi konsumen dan produsen dalam pengambilan keputusan mengenai apa yang akan dilakukan di pasar. Harga untuk komoditas pangan pokok adalah strategis sehingga stabilisasi harga pangan pokok merupakan salah satu agenda kebijakan pemerintah. Secara umum terdapat tiga metode analisis harga yang biasa digunakan, yaitu (1) analisis kuantitatif yang didasarkan pada pola perilaku yang terjadi pada data deret waktu (*time-series data*), (2) pendekatan neraca (*balance sheet approach*), dan (3) pendekatan kuantitatif dengan memperhatikan keterkaitan antar variabel (fungsi permintaan-penawaran-harga).

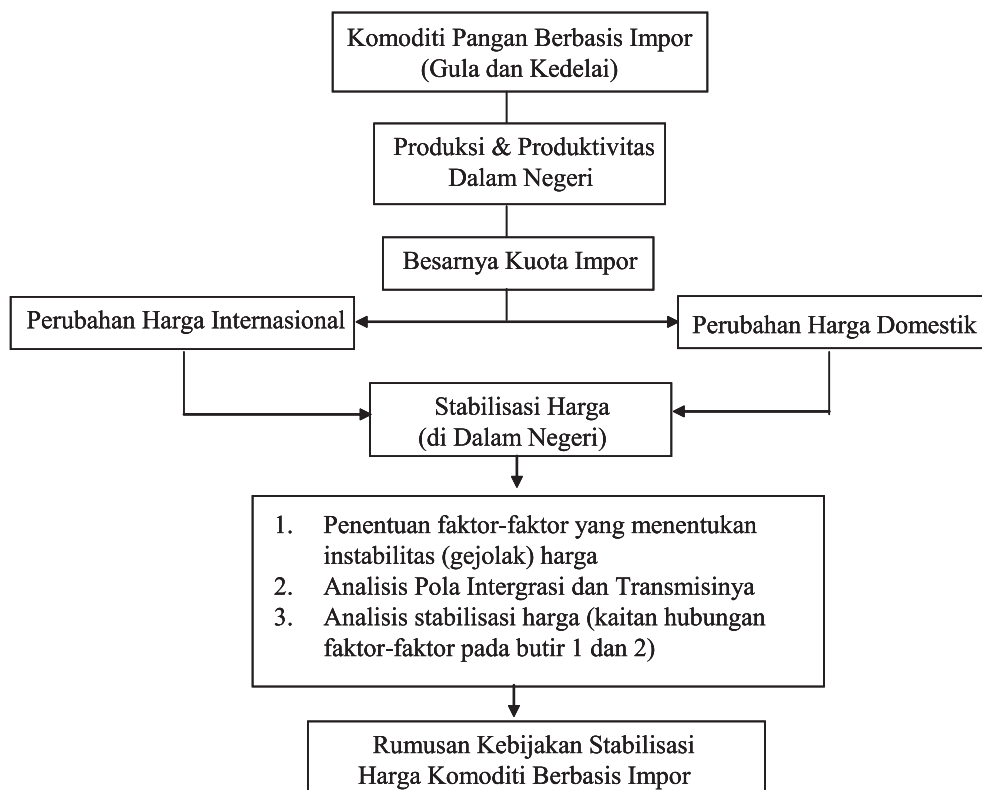
Diluar hal tersebut, stabilitas juga sangat terkait dengan jumlah pasokan serta perubahan harga diluar negeri dan struktur pasar yang terjadi pada masing-masing komoditas. Ketika harga diluar negeri relatif stabil, perubahan musim yang terjadi di dalam negeri telah menyebabkan perubahan harga diluar faktor-faktor struktural seperti harga minyak dunia dan harga komoditi di pasar internasional. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi pada stabilitas harga di dalam negeri. Satu hal, Indonesia untuk produk-produk tersebut diatas bukan merupakan produsen besar sehingga dari sisi kekuatan harga Indonesia bertindak sebagai penerima harga (*price taker*) dengan posisi tawar yang relatif lemah. Hal ini menimbulkan instabilitas yang tinggi ketiga gejolak harga terjadi di luar negeri yang menyebabkan resiko terhadap tingginya harga di dalam negeri menjadi lebih besar. Oleh karena itu penentuan faktor-faktor yang menyebabkan instabilitas perlu terlebih

dahulu diketahui dengan melihat pola integrasi harga dalam mekanisme pasar sehingga dapat dirumuskan kebijakan stabilisasi yang diperlukan untuk komoditi yang berbasis impor. Berbagai faktor yang menyebabkan terjadinya instabilitas harga terlihat pada pola integrasi harga yang dimaksud sebagaimana yang digambarkan pada skema Gambar 1.

Pemodelan Ekonometrik

Jenis data yang digunakan dalam tulisan ini adalah data sekunder. Data sekunder menggunakan deret waktu bulanan mulai tahun 2000-2009, yang diperoleh dari publikasi buku Badan Pusat Statistik (BPS), Instansi terkait (Kementerian Pertanian dan Kementerian Perdagangan, Bulog) serta sumber literatur lain yang relevan. Data sekunder yang digunakan dalam analisis meliputi adalah harga BBM, harga pangan, harga kedele domestik, harga kedele internasional, harga gula domestik, harga gula internasional, produksi kedele, konsumsi kedele, konsumsi gula rumah tangga, konsumsi gula industri, inflasi nasional (proxi dari LHK umum), impor kedele, serta impor gula.

Metode analisis yang digunakan dalam tulisan ini melalui 2 (dua) tahapan, yaitu *pertama* dengan melakukan analisis deskriptif melalui bantuan tabel dan grafik. *Kedua*, untuk menjawab tujuan pada butir (2) dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonometrik. Pada tahap kedua ini, pendekatan ekonometrik yang akan dibentuk ada dua model, yaitu untuk dinamika serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan membangun model struktural vector autoregression (sVAR) dengan menggunakan teknik inovasi *impulse respons function* (IRF) dan variance decomposition (Pesaran



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian

dan Pesaran, 1997). Namun karena dalam tujuan ingin melihat integrasi harga dan mekanisme transmisi maka model VAR dikombinasikan dengan model *error correction model* (ECM) menjadi model *vector error variance decomposition* (VECM) (Verbeek, 2000). *Ketiga*, merupakan tahapan merumuskan kebijakan berdasarkan hasil yang diperoleh pada tujuan butir (1) dan (2).

Pendekatan ekonomertik dilakukan untuk menganalisis fluktuasi harga

yang terjadi serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fluktuasi harga terjadi bilamana penawaran dan permintaan tidak seimbang yang diakibatkan oleh faktor-faktor fundamental maupun non fundamental (struktural). Oleh karena itu, untuk menangkap fenomena tersebut maka disederhanakan dalam suatu model persamaan. Spesifikasi model persamaan struktural VAR (sVAR) dengan variabel yang digunakan secara umum dan ordo VAR sebanyak k atau ordo VAR (k), sebagai berikut:

$$sVAR(k), \quad Z_t = A_1 Z_{t-1} + A_2 Z_{t-2} + \dots A_k Z_{t-k} + \varepsilon_t \dots \dots \dots (1.1)$$

Secara struktural persamaan VAR persamaan sebagai berikut:
dapat didekompilasi menjadi persamaan-

$$PKiD_t = a_{11}MKi_{t-k} + a_{12}YKi_{t-k} + a_{13}CKi_{t-k} + a_{14}PBBM_{t-k} + a_{15}IPGN_{t-k} + a_{16}IHK_{t-k} + a_{17}PKi_{t-k} + \varepsilon_{1t} \dots\dots\dots (1.2)$$

$$MKi_t = a_{21}PKiD_{t-k} + a_{22}YKi_{t-k} + a_{23}CKi_{t-k} + a_{24}PBBM_{t-k} + a_{25}IPGN_{t-k} + a_{26}IHK_{t-k} + a_{27}PKi_{t-k} + \varepsilon_{2t} \dots\dots\dots (1.3)$$

$$YKi_t = a_{31}PKiD_{t-k} + a_{32}MKi_{t-k} + a_{33}CKi_{t-k} + a_{34}PBBM_{t-k} + a_{35}IPGN_{t-k} + a_{36}IHK_{t-k} + a_{37}PKi_{t-k} + \varepsilon_{3t} \dots\dots\dots (1.4)$$

$$CKi_t = a_{41}PKiD_{t-k} + a_{42}MKi_{t-k} + a_{43}YKi_{t-k} + a_{44}PBBM_{t-k} + a_{45}IPGN_{t-k} + a_{46}IHK_{t-k} + a_{47}PKi_{t-k} + \varepsilon_{4t} \dots\dots\dots (1.5)$$

$$PBBM_t = a_{51}PKiD_{t-k} + a_{52}YKi_{t-k} + a_{53}CKi_{t-k} + a_{54}MKi_{t-k} + a_{55}IPGN_{t-k} + a_{56}IHK_{t-k} + a_{57}PKi_{t-k} + \varepsilon_{5t} \dots\dots\dots (1.6)$$

$$IPGN_t = a_{61}PKiD_{t-k} + a_{62}YKi_{t-k} + a_{63}CKi_{t-k} + a_{64}PBBM_{t-k} + a_{65}IHK_{t-k} + a_{66}MKi_{t-k} + a_{67}PKi_{t-k} + \varepsilon_{6t} \dots\dots\dots (1.7)$$

$$IHK_t = a_{71}PKiD_{t-k} + a_{72}MKi_{t-k} + a_{73}CKi_{t-k} + a_{74}PBBM_{t-k} + a_{75}IPGN_{t-k} + a_{76}YKi_{t-k} + a_{77}PKi_{t-k} + \varepsilon_{7t} \dots\dots\dots (1.8)$$

$$PKi_t = a_{81}PKiD_{t-k} + a_{82}YKi_{t-k} + a_{83}CKi_{t-k} + a_{84}PBBM_{t-k} + a_{85}IPGN_{t-k} + a_{86}MKi_{t-k} + a_{87}IHK_{t-k} + \varepsilon_{8t} \dots\dots\dots (1.8)$$

Dimana:

- PKiDt : Harga komoditi internasional i pada periode ke t
- MKit : Impor komoditi i periode ke t
- YKit : Produksi Komoditi i pada periode ke t
- CKit : Konsumsi Komoditi i pada peridoe ke t
- PBBMt : Harga bahan bakar minyak pada periode ke t
- IPGN : Harga Pangan pada periode ke t
- IHKit : Inflasi pada periode ke t
- PKit : Harga komoditi domestik i pada periode ke t
- ε_t : Error Term (sisaan)
- K : Komoditi Kedele dan Gula

Selanjutnya dari persamaan-persamaan diatas, untuk melihat isu persoalan jangka panjang terbentuk pengkombinasian antara model VAR

struktural dengan *Vector Error Correction Model* (VECM) sehingga persamaan menjadi sebagai berikut:

$$\Delta x_t = a_{0x} + a_{1x}t - \Pi_x q_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_{ix} \Delta q_{t-i} + \Psi_x w_t + \varepsilon_t, \quad t=1,2,\dots \quad (1.9)$$

dimana $x = (\text{PKD, MK, YK, CK, PBBM, IPGN, IHK, PK})$.

Restriksi terhadap suatu persamaan dapat dilakukan tetapi didasarkan pada hasil analisis data dan hasil pengujian kointegrasi. Ada tidaknya integrasi diperoleh berdasarkan jumlah kointegrasi (rank kointegrasi) tertentu dan dapat dibentuk dalam suatu matrik kointegrasi. Sementara itu, error term ($e_{1t}, e_{2t}, e_{3t}, e_{4t}, e_{5t}, e_{6t}$), yaitu sisaan (dugaan *error term*) atau yang dinamakan *shock*nya lebih menjadi fokus utama dalam analisis. e_{it} dapat diinterpretasikan sebagai inovasi atau *shock* dari variabel yang kita inginkan, sehingga transmisi kebijakan moneter dalam pencapaian inflasi dapat dianalisis. Dalam penelitian ini tidak dilakukan restriksi terhadap persamaan hasil kointegrasi, sehingga analisis selanjutnya berdasarkan pada persamaan yang *just identified*. Namun, shock tetap dilakukan terhadap error termnya sehingga dapat diidentifikasi dan diperoleh *pure innovation* dari error term $e_{1t}, e_{2t}, e_{3t}, e_{4t}, e_{5t}, e_{6t}$. Dengan diperolehnya *pure shock* tersebut maka tahap selanjutnya melakukan *Impulse Response Analisis Function* (IRF) untuk menentukan fluktuasi suatu variabel baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (pendekatan Choleski dan Sims-Bernanke).

Fungsi impuls respon dilakukan

untuk mengetahui respon dinamik harga komoditi (gula dan kedele) terhadap adanya guncangan (*shock*) dari harga dunia, guncangan impor, guncangan produksi, guncangan konsumsi, guncangan harga pangan, guncangan harga BBM, serta guncangan inflasi. Selain itu impuls respon bertujuan untuk mengisolasi suatu guncangan agar lebih spesifik artinya suatu variabel yang dapat dipengaruhi oleh shock atau guncangan tertentu. Apabila tidak maka *shock* spesifik tersebut tidak dapat diketahui melainkan *shock* secara umum. Pengaruh *shock* atau guncangan pada setiap persamaan VAR, dapat dibentuk melalui sebuah matrik seperti pada persamaan (1.10).

Sementara itu, *Variance Error Forecast Decomposition* (VEFD) merupakan suatu guncangan atau shock yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi variabilitas (fluktuasi) dari suatu variabel yang dilakukan secara ortogonal. Dengan demikian dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga komoditi di pasar domestik. Selanjutnya faktor-faktor tersebut dapat dijadikan sebagai saran kebijakan yang dapat dirumuskan dalam upaya menjaga stabilitas dari variabel-variabel tersebut.

$$\begin{bmatrix}
 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\
 a_{21} & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\
 a_{31} & a_{32} & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\
 a_{41} & a_{42} & a_{43} & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\
 a_{51} & a_{52} & a_{53} & a_{54} & 1 & 0 & 0 & 0 \\
 a_{61} & a_{62} & a_{63} & a_{64} & a_{65} & 1 & 0 & 0 \\
 a_{71} & a_{72} & a_{73} & a_{74} & a_{75} & a_{76} & 1 & 0 \\
 a_{81} & a_{82} & a_{83} & a_{84} & a_{85} & a_{86} & a_{87} & 1
 \end{bmatrix}
 \begin{bmatrix}
 \varepsilon^{pd} \\
 \varepsilon^{mk} \\
 \varepsilon^{yk} \\
 \varepsilon^{ck} \\
 \varepsilon^{pb} \\
 \varepsilon^{ip} \\
 \varepsilon^{ik} \\
 \varepsilon^{pk}
 \end{bmatrix}
 = b_{ij}
 \begin{bmatrix}
 e^{pd} \\
 e^{mk} \\
 e^{yk} \\
 e^{ck} \\
 e^{pb} \\
 e^{ip} \\
 e^{ik} \\
 e^{pk}
 \end{bmatrix}
 \quad (1.10)$$

A
ε
b
e

dimana:

- a_{ij} : elemen dari A,
 ε^j : inovasi (error term) terhadap variabel yang digunakan j,
 b_{ij} : elemen dari B (dalam kasus ini $i = j$ untuk $i, j = 1, \dots, 6$)
 e^j : *shock* (guncangan) struktural dari variabel j.

Pengujian terhadap diagnostik dilakukan secara implisit karena tidak melakukan pengujian hipotesis, dan terfokus pada respon dinamik dan fluktuasi perekonomian. Pengoperasian prosedur analisis di atas dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak (software) *Interactive Econometric Analysis* MICROFIT 4.0.

Tahap-tahap analisis dalam menentukan kointegrasi dilakukan sebagai berikut:

1. Pengujian awal (uji non stasioner) dengan pengujian *Augmented Dickey-Fuller Test* (ADF-test).
2. Apabila hasil pengujian ADF mengandung unitroot, maka dilakukan penarikan differensial sampai data menjadi stasioner. Pendekatan VAR harus dikombinasikan dengan *Vector Error Correction Model* (VECM).
3. Menentukan ordo optimal VAR dengan uji Likelihood Ratio.

Pendekatan VECM berangkat dari ordo VAR k-1 sebagai tahapan untuk memperoleh rank kointegrasi berdasarkan pengujian Johansen yang akan diset sebagai persamaan kointegrasi jangka panjang,

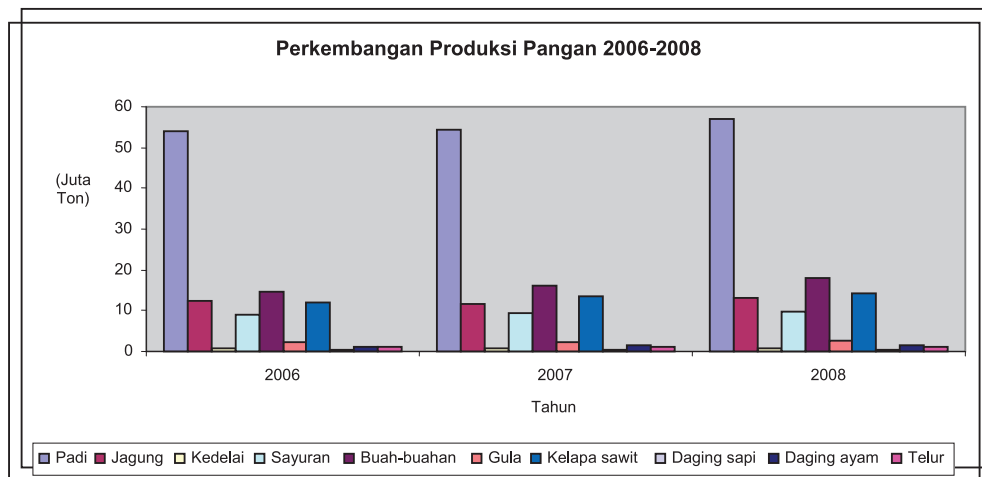
4. Perilaku *shock* suatu variabel dan peran masing-masing guncangan (inovasi) terhadap variabel tertentu menggunakan *Impuls Respon Function* (IRF) dan *Forecast Error Variance Decomposition* (FEVD). Tahapan Analisis disajikan pada Gambar 5.
5. Untuk melihat berapa lama transmisi harga terjadi, dilakukan persisten analisis.

Defisit Pangan dan Instabilitas Harga

Secara deskriptif dapat digambarkan kondisi perkembangan produksi pangan di Indonesia dalam waktu tahun 2006-2008. Padi merupakan produk pangan

utama dengan produksi yang relatif tinggi setiap tahunnya. Selama tahun 2006-2008 produksi pangan nasional cenderung meningkat. Hal yang sama terjadi juga pada produksi pangan dunia. Pada Gambar 2 terlihat bahwa produksi padi dan jagung relatif cukup tinggi diantara produk pangan lainnya, sehingga untuk produk ini Indonesia

masih dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri yang berasal dari hasil produksi nasional. Dengan besarnya jumlah penduduk menyebabkan laju konsumsi lebih cepat dibandingkan laju produksi. Hal ini menyebabkan defisit pangan dan memicu terjadinya kerawanan pangan nasional.



Sumber : FAO, 2008

Gambar 2. Perkembangan Produksi Pangan dalam Negeri, tahun 2006-2008

Tingginya tingkat permintaan pangan yang tidak diikuti dengan peningkatan produksi akan memicu ketidakstabilan harga. Hal ini dapat dilihat dari produk kedelai. Produksi kedelai Indonesia relatif sangat kecil dibandingkan produksi produk lainnya. Sementara industri kedelai di Indonesia cukup luas meliputi industri tahu dan tempe yang begitu banyak membutuhkan bahan baku kedelai. Tingkat kebutuhan yang cukup tinggi ini yang tidak diimbangi dengan meningkatnya produksi menjadikan impor sebagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan dalam negeri. Hal ini rawan terhadap fluktuasi harga di dalam negeri

akibat refleksi harga dunia. Sementara bila dilihat pada produk gula, produksi gula domestik masih relatif cukup besar dan jumlahnya relatif stabil dari tahun 2006 sampai 2008 (Gambar 2). Namun, masalah yang masih dihadapi oleh industri gula di dalam negeri adalah kualitas gula yang cenderung menurun. Penyebab hal ini terjadi, diantaranya adalah mesin industri yang sudah cukup tua serta perubahan iklim. Perubahan iklim secara global yang akhir-akhir ini menyebabkan masa rendemen gula menjadi kurang maksimal karena masa rendemen gula menjadi turun yang menyebabkan kualitas gula menurun,

meskipun produksi dan produktivitas gula meningkat.

Selain produksi, dalam mempengaruhi harga domestik stock pangan dunia juga dapat mempengaruhi suplai dunia yang berdampak pada fluktuasi harga internasional dan berimbas pada kenaikan harga di dalam negeri. Pada waktu terakhir ini, terlihat harga pangan cenderung meningkat. Beberapa penjelasan mengenai fenomena tersebut adalah *Pertama*, relatif menurunnya stok pangan dunia (Tabel 1). *Kedua*, kenaikan

harga minyak bumi yang menyebabkan meningkatnya biaya transportasi dan sarana produksi pertanian seperti pupuk dan pestisida. Akibatnya, harga produk pertanian dan pangan juga meningkat. Hasil penelitian Ghanem (2008) menghitung koefisien korelasi antara indeks harga pangan dan indeks harga energi yang menghasilkan nilai sebesar 0,77. Pada tahun 2008 laju harga pangan mulai terlihat merangkak naik. Contohnya untuk komoditas gula (Gambar 3).

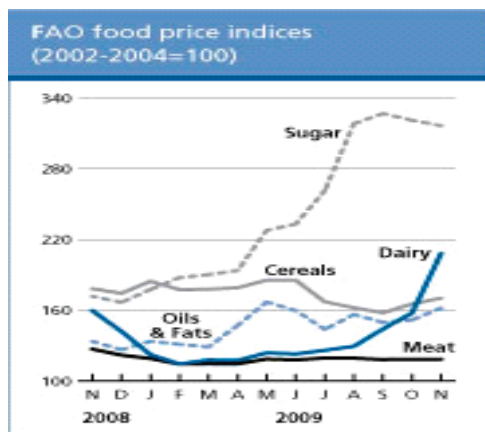
Tabel 1. Stok Pangan Dunia 2006-2007 (Juta Ton)

Komoditas	2006/2007	2007/2008	Perubahan (%)
Beras	75.627	72.174	-4.57
Jagung	106.173	109.060	2.72
Kedele	61.108	47.316	-22.57
Gandum*	125.606	110.400	-11.72

Sumber : USDA Grain, World Market and Trade (2007). * tahun kalender 2006 dan 2007.

Kenaikan laju harga pangan ini dikarenakan naiknya harga-harga komoditi pangan di pasar internasional. Selama krisis, kenaikan harga tidak hanya dipengaruhi oleh turunnya

produksi dan harga dunia tetapi juga merupakan faktor krisis global serta pengalihan persepsi dari pasar uang ke pasar komoditas.

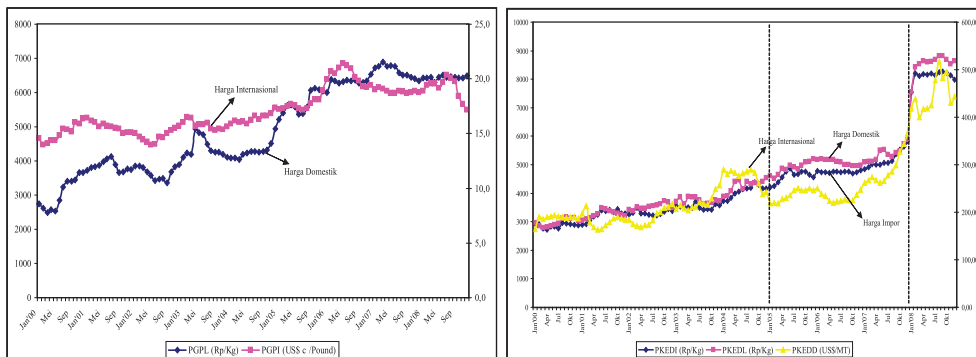


Sumber: FAO

Gambar 3. Indeks Harga Pangan Dunia

Berdasarkan perkembangan harga di pasar dalam negeri terlihat bahwa perkembangan harga gula dan kedele di pasar internasional dengan harga kedele domestik mempunyai kecenderungan tren yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi pasar komoditas domestik

tidak terlepas dari harga komoditi di pasar internasional. Ketika harga gula atau kedelai di pasar internasional naik, secara tidak langsung kenaikan tersebut ditransmisikan pada kenaikan harga kedua produk tersebut di dalam negeri



Gambar 4. Perkembangan Harga Gula dan Kedele Domestik dengan Harga Gula dan Kedele di Pasar Internasional.

Kenaikan harga gula domestik tidak terlepas dari kenaikan harga gula dipasar internasional. Pada Gambar 5 terlihat bahwa tahun 2009 harga gula internasional meningkat tajam. Peningkatan ini dikarenakan oleh salah satu penghasil gula terbesar dunia yaitu

Brazil mengalihkan produksi gulanya untuk kebutuhan penggunaan energi (*bio-etanol*) yang menyebabkan suplai gula internasional menjadi berkurang. Ini berdampak pada spekulasi harga yang lebih tinggi dengan permintaan dunia yang meningkat.



Gambar 5. Perkembangan Harga Gula di Pasar Dunia

Table 13. World sugar market at a glance

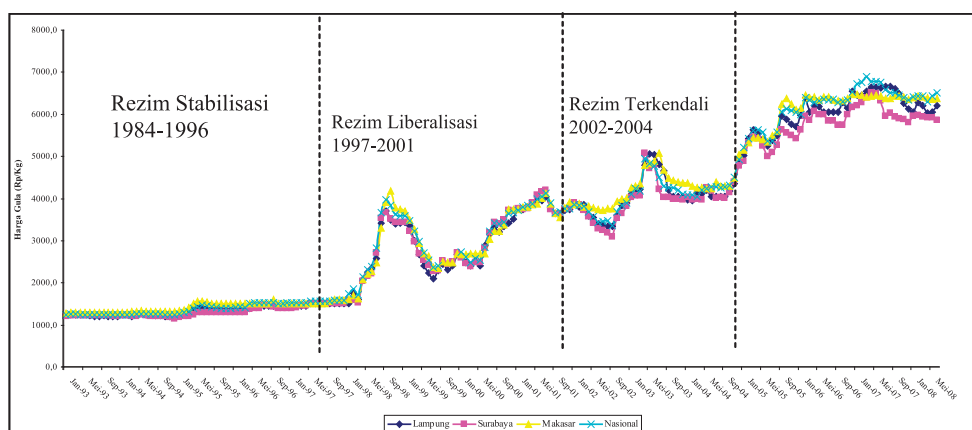
		2007/08	2008/09 ^{estim}	2009/10 ^{f'cast}	Change: 2009/10 over 2008/09
		million tonnes			%
WORLD BALANCE					
Production		167.6	154.7	159.7	3.3
Trade		47.3	49.2	52.1	5.9
Utilization		158.4	160.9	162.6	1.1
Ending stocks		79.9	72.4	68.4	-5.6
SUPPLY AND DEMAND INDICATORS					
Per caput food consumption:					
World	kg/year	22.7	23.0	22.9	-0.1
LIFDC	kg/year	13.2	13.4	13.4	-0.1
World stock-to-use ratio	%	50.4	45.0	42.1	
		2007	2008	2009	Change: Jan-Nov 2009
					over Jan-Nov 2008
ISA Daily Price Average					%
(United States cents/lb)		10.08	12.80	17.66*	37

* Jan-November 2009

Sumber: FAO statistic, 2009

Historikal harga gula domestik terkait dengan perkembangan berbagai rezim kebijakan. Kebijakan yang berbeda berdampak pada volatilitas harga yang berbeda. Sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar 6, rezim stabilisasi

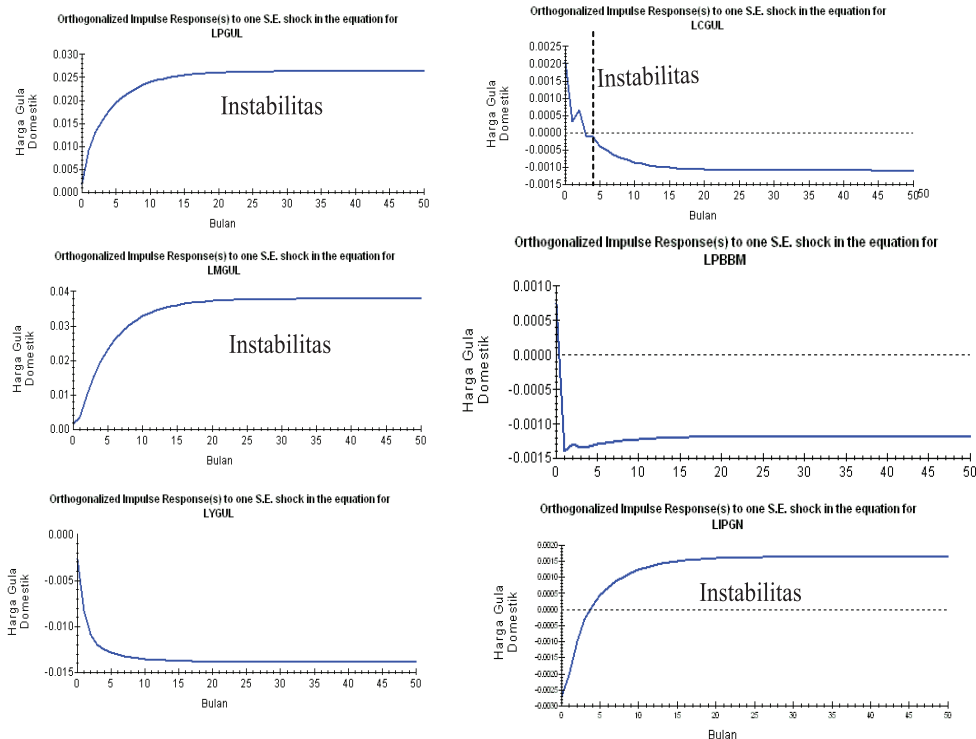
sekitar tahun 1984-1996 menunjukkan bahwa harga gula relatif stabil. Namun memasuki era liberalisasi pasar gula menunjukkan bahwa harga berfluktuasi karena mengikuti mekanisme pasar global.



Gambar 6. Perkembangan Harga Gula Domestik Pada Berbagai Rezim Kebijakan

Hasil analisis terhadap guncangan beberapa variabel terhadap fluktuasi harga gula menunjukkan bahwa guncangan yang berasal dari harga gula dunia, impor gula, konsumsi gula dan laju harga pangan mempengaruhi pada kenaikan harga gula di pasar domestik, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sementara guncangan yang berasal dari konsumsi gula hanya berdampak dalam jangka pendek dalam mempengaruhi fluktuasi harga gula di dalam negeri. Hasil analisis *impulse respon function* menunjukkan bahwa guncangan (*shock*) sebesar 1 standar deviasi pada harga gula internasional

(ekuivalen dengan kenaikan harga gula internasional sebesar 2,1%) meningkatkan harga gula dalam negeri, dan dalam jangka panjang harga gula dalam negeri kembali stabil pada harga yang lebih tinggi. Guncangan pada produksi, konsumsi dan harga BBM berdampak dalam jangka pendek, dalam jangka panjang harga kembali menuju pada keseimbangan namun lebih rendah dari sebelum terjadi guncangan. Sementara guncangan harga gula internasional, impor gula dan harga pangan berdampak secara permanen terhadap harga gula dalam negeri.



Gambar 7. Hasil IRF shock dari beberapa variabel terhadap gejala harga Gula dalam negeri

Adapun hasil dari *forecast error variance decomposition* menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga gula dalam negeri adalah shock harga gula dipasar internasional, shock impor gula, shock harga gula dalam negeri itu sendiri serta shock dari produksi. Sementara shock konsumsi serta shock laju harga pangan

pengaruhnya relatif kecil terhadap variasi harga gula dalam negeri. Implikasinya, kendali harga di pasar internasional masih cukup kuat dalam mempengaruhi harga gula di dalam negeri. Selain itu tata biaga gula di dalam negeri juga turut mempengaruhi harga gula dimasa mendatang.

Tabel 2. Dekomposisi Shock variabel dalam Mempengaruhi Harga Gula Domestik

	Periode (Bulan)	Shock (%)							
		Harga Gula Dunia	Impor Gula	Prod. Gula	Kons. Gula	PBBM	Laju Harga Pangan	Inflasi	Harga Gula Domestik
Harga Gula Domestik	0	0,3	0,2	0,6	0,3	0,0	0,6	0,5	97,4
	1	2,8	0,5	2,4	0,1	0,0	0,4	1,0	92,7
	2	4,9	2,3	3,7	0,0	0,0	0,2	1,0	87,6
	5	9,8	10,4	5,3	0,0	0,0	0,1	0,7	73,6
	10	14,1	21,5	5,8	0,0	0,0	0,0	0,4	57,9
	20	17,2	31,4	5,8	0,0	0,0	0,0	0,2	45,2
	30	18,3	35,1	5,7	0,0	0,0	0,0	0,2	40,5
	40	18,8	36,8	5,7	0,0	0,0	0,0	0,1	38,3
	50	19,1	37,9	5,7	0,0	0,0	0,0	0,1	37,0

Taraf signifikansi 1%; P-value: 0,01

Berdasarkan hubungan kointegrasi jangka panjang yang ditunjukkan oleh persamaan berikut bahwa ada integrasi yang kuat dalam jangka panjang antara harga gula domestik dengan harga gula

internasional, dimana setiap kenaikan harga gula dipasar internasional sebesar 1% akan meningkatkan harga gula domestik sekitar 1,2%.

$$\text{LPGUL} = \underset{(0,4799)}{1,1953} \text{LPGULI} - \underset{(0,1382)}{0,22501} \text{LMGUL} + \underset{(0,0815)}{0,0256} \text{LIPGN} + \underset{(0,0024)}{0,0013} T$$

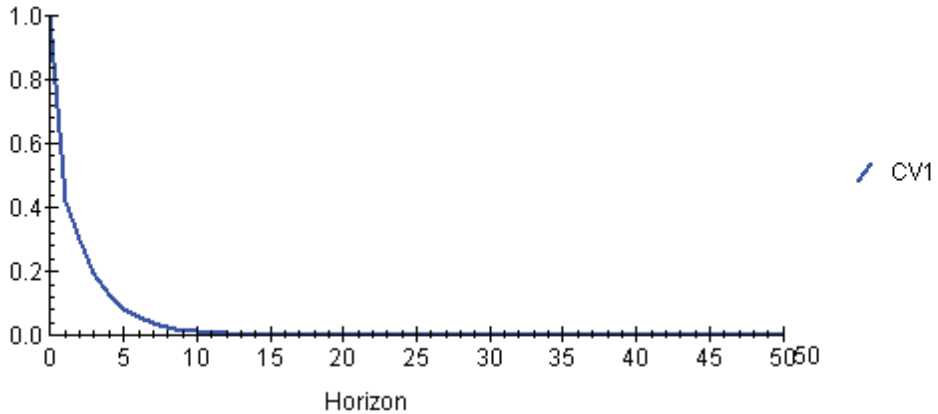
Taraf signifikansi 1%; P-value: 0,01

Berdasarkan hasil integrasi harga antara harga gula internasional dengan harga gula domestik menunjukkan bahwa lamanya transmisi harga sekitar 2 – 10 bulan dimana harga gula akan kembali mengalami penurunan. (Gambar 8)

Demikian halnya dengan produk kedelai, hasil impulse respon function pada komoditi kedele menunjukkan

bahwa guncangan sebesar 1 standar deviasi pada harga kedele internasional (ekuivalen dengan kenaikan sebesar 5,2%) berdampak pada kenaikan harga kedele di dalam negeri dan dalam jangka panjang harga kedele di dalam negeri kembali menuju keseimbangan pada harga yang lebih tinggi. Demikian halnya dengan guncangan dari konsumsi serta

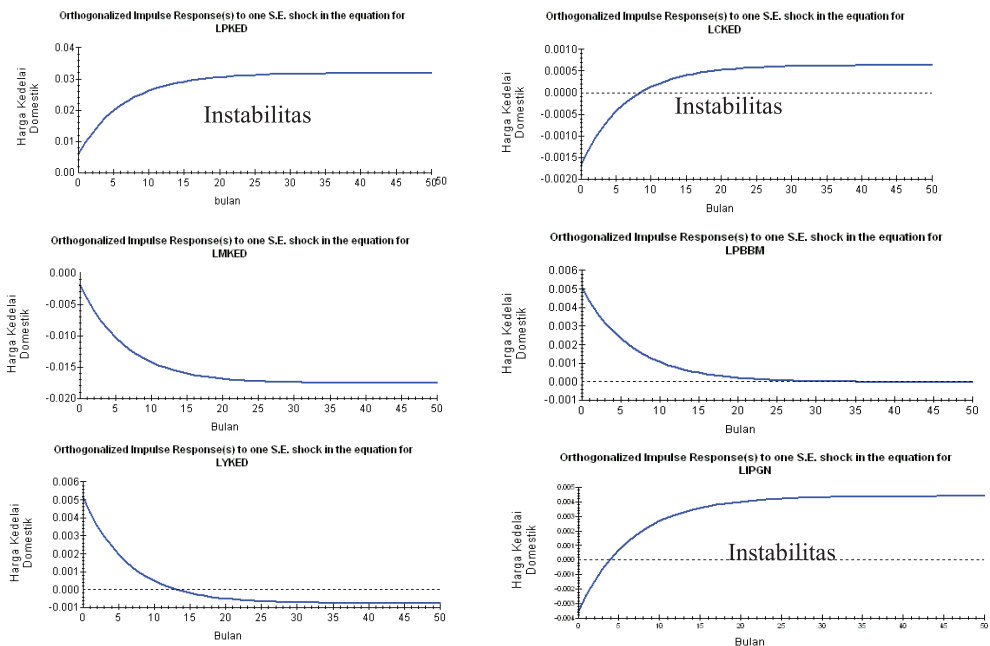
Persistence Profile of the effect of a system-wide shock to CV'(s)



Gambar 8. Lamanya Waktu Transmisi Terhadap Harga Gula

harga pangan. Sementara guncangan kenaikan impor kedele, produksi serta harga BBM berdampak pada kenaikan harga dalam jangka pendek, dalam

jangka panjang pengaruh tersebut mulai menurun samapai harga kembali menuju keseimbangan pada tingkat harga yang lebih rendah.



Gambar 9. Hasil IRF shock dari beberapa variabel terhadap gejala harga Kedele Dalam Negeri

Berdasarkan hasil dari *forecash error varians decomposition* menunjukkan bahwa Fluktuasi harga kedele domestik ditentukan oleh shock dari harga kedele sendiri, harga kedele internasional, serta kuantitas impor kedele. Sementara, shock dari produksi, konsumsi, harga BBM serta laju harga pangan masih

relatif kecil. Relatif kecilnya pengaruh shock produksi terhadap kedele menunjukkan bahwa produksi di dalam negeri untuk kedele masih kurang efisien. Implikasinya, kendali harga di pasar internasional msh cukup kuat dalam mempengaruhi harga kedele di dalam negeri.

Tabel 3. Dekomposisi Shock variabel dalam Mempengaruhi harga Kedele Domestik

	Periode (Bulan)	Shock (%)							
		Harga Kedelai Dunia	Impor Kedelai	Prod. Kedelai	Kons. Kedelai	PBBM	Laju Harga Pangan	Dummy	Harga Kedelai Domestik
Harga Kedelai Domestik	0	2,8	0,3	2,0	0,2	2,0	1,0	0,0	91,7
	1	5,6	0,9	2,0	0,2	1,9	0,8	0,0	88,7
	2	9,1	1,7	1,8	0,2	1,8	0,6	0,0	84,7
	5	22,2	5,4	1,4	0,1	1,4	0,4	0,0	69,0
	10	41,3	11,3	0,8	0,0	0,9	0,4	0,0	45,1
	20	58,9	17,2	0,4	0,0	0,4	0,8	0,0	22,2
	30	65,1	19,4	0,3	0,0	0,3	1,1	0,0	14,0
	40	67,9	20,4	0,2	0,0	0,2	1,1	0,0	10,1
	50	69,6	20,9	0,2	0,0	0,2	1,2	0,0	7,9

Taraf signifikansi 1%; P-value: 0,01

Hasil analisis kointegrasi menunjukkan bahwa dalam jangka panjang ada integrasi yang kuat antara harga kedele domestik dengan harga kedele internasional. Dimana setiap kenaikan harga kedele dipasar internasional sebesar 1% akan

meningkatkan harga gula Domestik sekitar 1,2%. Sementara variabel lainnya seperti impor kedele dan harga pangan menunjukkan integrasi yang lemah dimana relatif kecilnya nilai elastistas yang dihasilkan oleh kedua variabel tersebut.

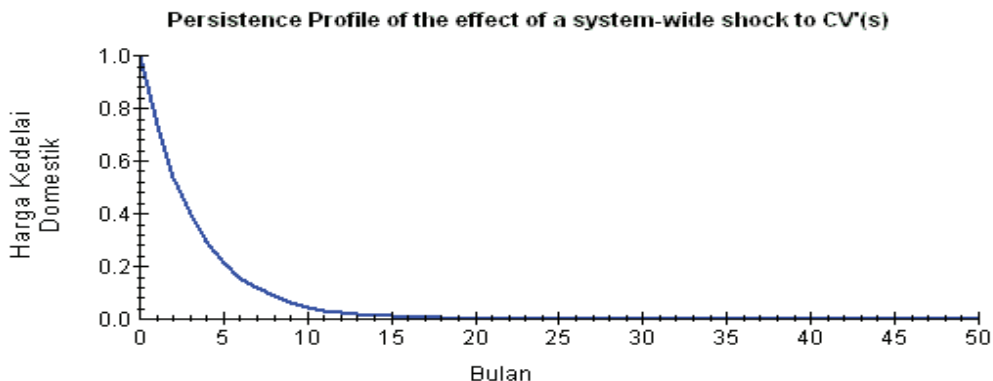
$$\begin{array}{lcl} \text{Harga Kedele} & = & 0,6915 \text{ LPKEDD} + 0,0169 \text{ LMKED} + 0,0429 \text{ LIPGN} + 0,0053 \text{ T} \\ \text{Domestik} & & (0,1626) \quad (0,0022) \quad (0,06798) \quad (0,00137) \end{array}$$

Taraf signifikansi 1%; P-value: 0,01

Mengingat integrasi harga merupakan proses integrasinya harga dunia yang menggambarkan bilamana terjadi perubahan pada harga dunia, maka transmisi harga tersebut akan terjadi pada harga domestik. Oleh karena itu dilakukan analisis untuk melihat kondisi tersebut yaitu dengan melakukan persisten analisis. Hasil analisis menunjukan bahwa lamanya

transmisi harga sekitar 2 sampai 10 bulan dimana harga gula akan kembali mengalami keseimbangan. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dapat dilakukan beberapa upaya kebijakan terkait dengan komoditi yang dianalisis.

Dengan karakteristik gula dan kedelai yang telah dianalisis, maka langkah-langkah upaya kebijakan yang dapat dilakukan terkait dengan



Gambar 10. Lamanya Waktu Transmisi Terhadap Harga Kedele

menjaga stabilitas harga Gula adalah (1) diperlukan *Early Warning System* untuk mengantisipasi gejolak dan transmisi harga dengan membuat program proyeksi harga berdasarkan faktor-faktor pengaruh; (2) mengingat stabilitas harga gula relatif dipengaruhi oleh shock dari harga gula itu sendiri, maka perlu adanya kebijakan dalam mengintegrasikan antara harga dasar, harga lelang serta harga eceran tertinggi; (3) Berdasarkan pengalaman stabilisasi harga periode rezim stabilisasi 1984-1996, maka Bulog diperankan kembali sebagai alat untuk melakukan intervensi harga; serta (4) pemerintah Daerah terlibat aktif untuk membahas kebijakan distribusi dan stabilisasi harga yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat antara lain melakukan kontrol harga dan kontrol pasokan gula yang beredar di Pasar mulai dari Distributor, sub Distributor.

Sementara untuk komoditi kedele, beberapa upaya kebijakan yang dapat dilakukan dalam upaya menjaga stabilitas harga kedele diantaranya (1) *Early Warning System* diperlukan untuk mengantisipasi gejolak dan transmisi harga dengan terus memonitoring harga; (2) menerapkan Bea Masuk Kedele sekitar 10% -20% pada saat kendali harga di pasar internasional masih cukup

kuat dalam mempengaruhi harga kedele di dalam negeri; (3) menentukan Harga Dasar Kedele untuk menjamin harga yang diterima petani dari fluktuasi harga serta (4) melaksanakan Program Swasembada Kedele 2014 untuk mengurangi tingginya impor kedele dengan meningkatkan kualitas kedele dalam negeri.

KESIMPULAN DAN SARAN KEBIJAKAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Produksi gula dan kedele dalam negeri cenderung meningkat. Peningkatan produksi kedele relatif lebih kecil dibandingkan peningkatan produksi gula. Meskipun produksi gula meningkat, namun masa rendeman gula masih rendah.
2. Harga gula dan kedele Domestik dengan harga gula dan kedele internasional menunjukkan tren yang sama.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi stabilitas harga gula adalah harga gula dipasar internasional, impor gula, harga gula itu sendiri serta produksi. Sementara konsumsi serta laju harga pangan pengaruhnya relatif kecil.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga stabilitas harga kedele domestik adalah *shock* harga kedele sendiri, harga kedele internasional, serta kuantitas impor kedele. Sementara, *shock* dari produksi, konsumsi, harga BBM serta laju harga pangan masih relatif kecil.
5. Lamanya waktu transmisi *shock* mempengaruhi harga gula domestik adalah sekitar 2 – 10 bulan dan untuk harga kedele 2 – 12 bulan. Mekanisme transmisi harga yang terjadi pada komoditas Gula dan Kedele masih dipengaruhi oleh struktur pasar.
6. Dalam jangka panjang kointegrasi harga internasional dengan harga komoditi berbasis impor relatif sangat kuat.

Saran kebijakan yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan adalah stabilisasi harga pada produk-produk berbasis impor seperti gula dan kedele masih perlu untuk dilakukan, terutama untuk gula dan kedele. Dalam jangka panjang kebijakan impor relatif kecil dalam mempengaruhi stabilitas harga di dalam negeri, terutama untuk gula namun masih perlu memperhatikan struktur pasar yang ada pada komoditas tersebut. Oleh karena itu, keputusan untuk impor Gula dalam memenuhi pasar dalam negeri masih perlu untuk dipertimbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2005. *Survei Sosial Ekonomi Nasional*. Jakarta. Badan Pusat Statistik”.
- Ghanem, H. 2008. “High Food Prices and Food Security”, Presentation Material, FAO.
- Hasan, M. F. 2008. “Menghindari Krisis Pangan Global”. Majalah Investor Daily.
- Mizuta, H; K. Steiglitz and E. Lirov. 2003. “Effect of Price Signal Choices on Market Stability”. Journal of Economic Behaviour & Organization. Elsevier. Vol 52: 235-251.
- Pesaran dan Pesaran. 1997. *Interactive Econometric Analysis*. Oxford University Press.
- Tempo. 2007. *Global Warming dan Keamanan Pangan Indonesia*. Tempo, 15 Mei.
- Thomas, R. L. 1997. *Modern Econometrics an Introduction*. Addison Wesley Longman Limited. England.
- Timmer, C. Peter. 2004. *Food Security and Economic Growth: an Asian Perspectives*. Washington DC. Center for Global Development..
- Timmer, C. Peter. 2008. *Poverty in Asia and the Transition to High-Priced Food Staples*. Washington DC. IFPRI..
- Varela Gonzalo. 2007. *Commodity Prices in Indonesia, Transmission, Determinants and Volatility: 1993-2007 (Paper Presentation)*. Worldbank.
- Verbeek, M. 2000. *A Guide to Modern Econometrics*. John Wiley and Sons Ltd, England.
- World Bank. 2008. *Rising Food Prices: Policy Options and World Bank response*. Agriculture and Rural Development Department, World Bank. Washington, DC.
- World Bank. 2008. “Pangan untuk Indonesia”. Indonesia Policy Briefs. Washington, DC. www.fao.org

