

# PENGUATAN PRODUK *LOSER SECTOR* MENJADI PRODUK UNGGULAN KERJA SAMA RCEP

*Ragimun dan Imran Rosjadi*

## *Abstract*

Tujuan penelitian ini adalah memetakan beberapa produk *loser sector* yang merupakan salah satu sektor yang perlu dilakukan upaya penguatan agar dapat menjadi sektor unggulan pada forum kerja sama RCEP. Untuk memperdalam kajian ini digunakan analisis RCA dan analisis *Non Tariff Measures* (NTMs) guna menganalisis potensi pasar di negara-negara RCEP dan dunia bagi barang-barang ekspor Indonesia. Hasil RCA rata-rata antara 2015-2019 menunjukkan bahwa dari lima item produk makanan minuman sebagian besar mempunyai pangsa pasar yang tinggi. Sedangkan rata-rata RCA produk peternakan, industri ringan dan hasil produk industri berat mempunyai pangsa pasar yang rendah. Beberapa strategi penguatan untuk meningkatkan keunggulan produk di pasar RCEP diperlukan beberapa langkah dan strategi antara lain perbaikan infrastruktur, pemberian insentif fiskal, melanjutkan reformasi birokrasi dan iklim usaha serta mendorong hilirisasi produk dan peningkatan efisiensi usaha.

**Key words:** Produk *loser sector*, pangsa pasar, strategi

## 1. Latar Belakang

Perdagangan bebas yang terjadi saat ini adalah menjadi fenomena dunia. Hampir seluruh negara sebagai anggota masyarakat internasional masuk dalam blok-blok perdagangan bebas ataupun menjalin hubungan bilateral untuk menjalankan perjanjian perdagangan bebas. Blok-blok perdagangan bebas (*free trade area*, FTA) adalah kesepakatan liberalisasi perdagangan yang dibentuk oleh beberapa negara. Pada dasarnya prinsip utama dilakukannya kerja sama dan hubungan bilateral maupun blok-blok perdagangan bebas adalah mendapatkan keuntungan atas kerja sama antar negara-negara yang terlibat dalam kerja sama tersebut.

Implementasi kerja sama ekonomi dan perdagangan bilateral atau regional tentu didahului dengan *preferential trading arrangements* (PTA) antar kedua negara atau negara dengan regional tertentu yang bertujuan untuk pengurangan tarif sejumlah produk tertentu. Disamping itu dapat diketahui keunggulan produk atau sektor sektor industri Indonesia terhadap mitra dagang seperti dengan China, Amerika Serikat ataupun Uni Eropa. Oleh karena itu manfaat yang dapat diperoleh adalah untuk meningkatkan hubungan dagang antar negara, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan negara melalui hubungan perdagangan bilateral dan internasional (Kemp, 2011).

FTA adalah merupakan perjanjian perdagangan bebas yang dilakukan antara suatu negara dengan negara atau kawasan lainnya. FTA dibentuk sebagai akibat liberalisasi



perdagangan yang tidak dapat dihindari oleh semua negara sebagai bagian masyarakat internasional. Dengan demikian hal ini mendorong terbentuknya blok-blok perdagangan bebas di berbagai wilayah. FTA dapat dibentuk secara bilateral, misalnya antara Amerika Serikat dengan Singapura, Amerika Serikat dengan Chile, Jepang dengan Singapura dan lain-lain. Demikian juga FTA dibentuk secara regional atau kawasan wilayah seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA), North America Free Trade Area (NAFTA) dan Uni Eropa, termasuk pembentukan kemitraan ekonomi kawasan Asia Pasifik yang dikenal dengan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), yang anggotanya terdiri dari negara-negara industri baru di kawasan Asia Pasifik.

Peluang kawasan ini menjadi kawasan yang saling menguntungkan sangat besar, karena akan mempunyai populasi lebih dari 3,4 milyar penduduk atau 47,5 persen dari seluruh anggota RCEP (plus India). Negara-negara anggota diharapkan akan menguasai pangsa pasar sebesar 29,5 persen dari perdagangan dunia dengan nilai USD 17 triliun. Selain itu menguasai PDB dunia sebesar 33,5 persen dan akan tumbuh rata-rata 6 persen pertahun, ditambah lagi akses pasar terutama dari China, India, Korea Selatan dan Jepang, sebagaimana Gambar 1. Termasuk adanya pemanfaatan berbagai akumulasi bahan baku atau sumber daya.



Sumber: Analisis based on IMF and WB data, 2020

**Gambar 1. Peluang Kawasan RCEP dengan dan Tanpa India**

Namun, ada beberapa tantangan pada kawasan ini terutama bagi Indonesia, antara lain adanya liberalisasi tarif yang mencapai 90 persen, adanya tambahan akses pasar ke Indonesia seperti dari India, Jepang, Korea Selatan dan China. Disamping itu adanya *circumvention* yaitu berupa tindakan reekspor ilegal. Salah satu bentuk yang mengindikasikan adanya *circumvention* adalah pemindahan kapal ekspor dari negara lain.

Sampai saat ini perkembangan perjanjian RCEP terus berlanjut, pertemuan-pertemuan kesepakatan pembentukan kawasan ekonomi regional ini terus berlangsung yang

mengagendakan penandatanganan kesepakatan RCEP yang direncanakan pada akhir tahun 2020. Berikut ini perkembangan (*timeline*) RCEP, dari awal pembentukannya:

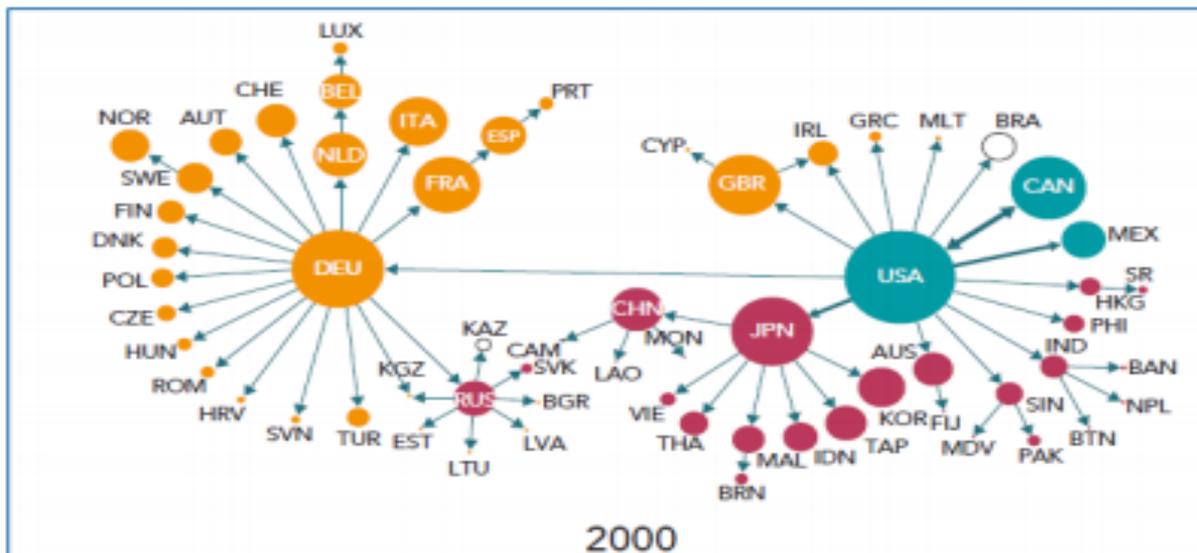


Sumber: Kemenperin, 2020

**Gambar 1. Timeline RCEP**

Secara umum RCEP ini juga memunculkan tantangan baru kerja sama regional yang makin besar antara lain: Pertama, adanya pandangan politik dan ekonomi domestik yang mengarah pada sikap mengarah proteksionis untuk kepentingan dalam negerinya. Kedua, kurangnya kepercayaan sesama anggota, kepercayaan antara tetangga negara yang mungkin berasal dari sejarah atau ideologi. Ketiga, ketegangan ekonomi dan politik Amerika dan China yang makin tajam. Dinamika dari dua ekonomi dan kekuatan politik tersebut dapat menyebabkan keluar dari jalur dan ikatan perjanjian (*decoupling* dan *disengagement*). Keempat, kurangnya mekanisme untuk melaksanakan komitmen dan respons yang lambat terhadap organisasi internasional.

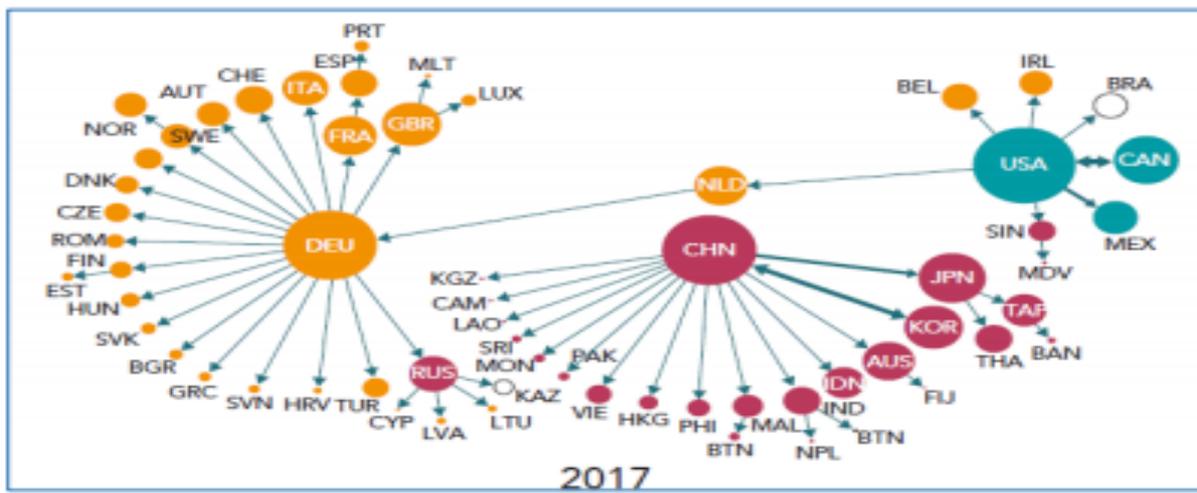
Meningkatnya ketidakpercayaan di antara negara-negara di kawasan ini, bisa dilihat dari dinamika dan perubahan di tahun 2000 dan tahun 2017, periode tersebut terjadi perbedaan yang mencolok hubungan kerja sama diberbagai kawasan. Pada tahun 2000, Amerika Serikat dan negara-negara Eropa merupakan sentral ekonomi dan ketergantungan berbagai negara terhadap 2 kawasan ini. Negara negara besar lainnya seperti China, India, Jepang dan Korea masih mempunyai ketergantungan terhadap Amerika. Pada awal tahun 2000an Jepang mempunyai peran penting di Asia, dan beberapa negara Asia lain seperti negara ASEAN dan Korea Selatan sangat menggantungkan ekonominya kepada Jepang. Demikian juga juga China sudah menjadi negara harapan baru bagi negara-negara lainnya. Ketergantungan tersebut dapat dilihat dari gambar berikut.



Sumber: Yose Rizal Damuri, 2020

**Gambar 2. Ketergantungan Kawasan Dominasi Amerika dan Eropa (Tahun 2000)**

Sedangkan tahun 2017 terjadi perubahan peta kekuatan dan ketergantungan ekonomi negara terhadap negara lainnya. China sebagai kekuatan ekonomi baru selain Uni Eropa dan Amerika menguasai sektor ekonomi di beberapa negara dan kawasan terutama di Asia termasuk kawasan ASEAN. Hal ini membuktikan peta kekuatan dan dominasi berubah dari ekonomi dunia barat ke arah timur dengan membuat blok-blok ekonomi dan perdagangan termasuk ketersediaan pemenuhan barang dan bahan baku (*supply chain*). Bila dilihat gambar berikut ini, ternyata ketergantungan ekonomi Indonesia didominasi oleh kekuatan ekonomi baru, yaitu China. Sebagaimana gambar berikut ini.



Sumber : Yose Rizal Damuri, 2020

**Gambar 3. Ketergantungan China sebagai Dominasi Baru (Tahun 2017)**

Ketergantungan dan dominasi negara besar seperti China memberikan motivasi terhadap negara lain di wilayah Asia dan sekitarnya untuk membentuk kawasan ekonomi baru yang saling menguntungkan dengan nama RCEP. Disamping itu, secara sosial politik dan geografis pembentukan RCEP merupakan reaksi pembentukan blok lainnya di kawasan Amerika, dimana di kawasan tersebut didominasi oleh ekonomi Amerika. Berikut ini perkembangan ekspor nilai non migas Indonesia ke beberapa kawasan atau negara negara lain, termasuk negara-negara anggota RCEP.

**Tabel 1. Nilai Ekspor (FOB juta US\$) non Migas Indonesia ke Beberapa Negara**

Negara Tujuan	Nilai FOB		Perubahan		Nilai FOB		Perubahan (%)	Peran thd total ekspor Jan–Nov 2019 (%)
	Oktober 2019	November 2019*	Nilai	%	Jan–Nov 2018 <sup>r</sup>	Jan–Nov 2019*		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
<b>ASEAN</b>	<b>3 240,0</b>	<b>2 937,0</b>	<b>-303,0</b>	<b>-9,35</b>	<b>32 640,9</b>	<b>32 869,1</b>	<b>0,70</b>	<b>23,20</b>
1 Singapura	798,0	721,4	-76,6	-9,61	8 187,4	8 432,0	2,99	5,95
2 Malaysia	679,0	596,7	-82,3	-12,12	7 251,9	6 967,5	-3,92	4,92
3 Thailand	520,5	444,3	-76,2	-14,64	5 364,6	5 129,8	-4,38	3,62
ASEAN Lainnya	1 242,5	1 174,6	-67,9	-5,46	11 837,0	12 339,8	4,25	8,71
<b>Uni Eropa</b>	<b>1 217,7</b>	<b>1 144,6</b>	<b>-73,1</b>	<b>-6,01</b>	<b>15 696,6</b>	<b>13 035,8</b>	<b>-16,95</b>	<b>9,20</b>
4 Jerman	217,1	186,9	-30,2	-13,89	2 486,5	2 161,9	-13,05	1,53
5 Belanda	243,7	267,3	23,6	9,68	3 523,1	2 767,0	-21,46	1,95
6 Italia	176,2	138,3	-37,9	-21,49	1 735,0	1 566,3	-9,72	1,10
Uni Eropa Lainnya	580,7	552,1	-28,6	-4,94	7 952,0	6 540,6	-17,75	4,62
<b>Negara Utama Lainnya</b>	<b>7 544,5</b>	<b>6 930,3</b>	<b>-614,2</b>	<b>-8,14</b>	<b>78 891,3</b>	<b>73 634,3</b>	<b>-6,66</b>	<b>51,98</b>
7 Tiongkok	2 765,7	2 417,7	-348,0	-12,58	22 736,3	23 537,9	3,53	16,62
8 Jepang	1 242,7	1 113,1	-129,6	-10,43	15 148,6	12 586,7	-16,91	8,88
9 Amerika Serikat	1 534,0	1 477,2	-56,8	-3,70	16 184,4	16 009,5	-1,08	11,30
10 India	1 005,2	1 050,1	44,9	4,47	12 566,1	10 518,8	-16,29	7,43
11 Australia	207,9	158,2	-49,7	-23,88	2 005,0	1 939,5	-3,27	1,37
12 Korea Selatan	436,8	464,8	28,0	6,41	6 865,3	5 545,3	-19,23	3,91
13 Taiwan	352,2	249,2	-103,0	-29,26	3 385,6	3 496,6	3,28	2,47
<b>Total 13 Negara Tujuan</b>	<b>10 179,0</b>	<b>9 285,2</b>	<b>-893,8</b>	<b>-8,78</b>	<b>107 439,8</b>	<b>100 658,8</b>	<b>-6,31</b>	<b>71,05</b>
<b>Lainnya</b>	<b>3 836,5</b>	<b>3 619,7</b>	<b>-216,8</b>	<b>-5,65</b>	<b>42 817,9</b>	<b>41 013,0</b>	<b>-4,22</b>	<b>28,95</b>
<b>Total Ekspor Nonmigas</b>	<b>14 015,5</b>	<b>12 904,9</b>	<b>-1 110,6</b>	<b>-7,92</b>	<b>150 257,7</b>	<b>141 671,8</b>	<b>-5,71</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Indoforwarding.com, 2020 (Data BPS diolah), ket: \* angka sementara, <sup>r</sup> revisi

Pembentukan RCEP merupakan gagasan untuk mengintegrasikan perdagangan bebas ASEAN dengan enam negara mitra dagang, yang sebelumnya sudah terjalin kerja sama perdagangan dengan enam negara itu. Kerja sama tersebut antara lain ASEAN-China Free Trade Area (AC-FTA), ASEAN-Japan Economic Partnership Agreement, ASEAN-Korea FTA, ASEAN-Australia New Zealand FTA, dan ASEAN-India FTA. Gagasan awal pembentukan RCEP berasal dari Indonesia. Inisiatif tersebut dibuat berdasarkan respon

ASEAN untuk menjaga *ASEAN Centrality* terhadap usulan China mengenai pembentukan *East Asia Free Trade Agreement* (ASEAN+3) dan usulan Jepang yang menginginkan *Closer Economic Partnership in East Asia* (ASEAN+6), tingkat liberalisasi perdagangan barang pada kerja sama perdagangan bebas ASEAN (ATIGA) dan ASEAN+1 (AANZFTA, ACFTA, AIFTA, AJCEP, AKFTA) yang mempunyai rata-rata liberalisasi sekitar 90 persen sehingga untuk mengoptimalkan perdagangan di kawasan regional perlu dibuat satu kerja sama perdagangan bebas di kawasan regional yang lebih luas. Namun, RCEP tidak meniadakan perjanjian kerja sama perdagangan bebas ASEAN (ATIGA) dan ASEAN+1 (AANZFTA, ACFTA, AIFTA, AJCEP, AKFTA) yang telah ada tersebut.

Pada dasarnya RCEP memiliki tujuan secara progresif menghapuskan tarif dan hambatan non-tarif serta memfasilitasi dan meningkatkan transparansi antar negara anggota. Sedangkan prinsip utama yang diadopsi RCEP adalah integrasi ekonomi yang lebih komprehensif yang sejalan dengan ketentuan World Trade Organization (WTO) dan komitmen yang lebih baik dari kerja sama perdagangan bebas ASEAN (ATIGA) dan ASEAN+1 (AANZFTA, ACFTA, AIFTA, AJCEP, AKFTA) yang telah ada. Demikian juga dapat dilakukannya *Single Schedule Commitment* untuk tiap-tiap negara anggota RCEP, elemen persetujuan RCEP dapat mengacu pada kerja sama perdagangan bebas ASEAN dan ASEAN+1 serta mempertimbangkan tingkat perkembangan masing-masing negara anggota (*special and differential treatment*).

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu merekomendasikan bahwa Indonesia tidak perlu khawatir keikutsertaannya dalam keanggotaan RCEP karena dampak yang akan dialaminya. Justeru bila tidak ikut dalam forum ini maka akan berpengaruh negatif bagi Indonesia. Hal ini berakibat Indonesia akan tidak terkoneksi melalui jaringan Global Value Chain (GVC) anggota RCEP lainnya. Walau demikian beberapa negara anggota lainnya juga akan mengalami hal yang sama dengan Indonesia yaitu terdapat produk pada sektor yang menang (*winner sector*) dan kalah (*loser sector*) dalam persaingan diantara anggota RCEP.

Disamping adanya harapan bagi Indonesia atas pembentukan kawasan tersebut, ada permasalahan yang harus dihadapi yaitu bagaimana memanfaatkan pembentukan kerja sama RCEP ini secara optimal. Salahsatu diantaranya adalah pemanfaatan kerjasama RCEP terbesar bagi Indonesia adalah pada kelompok produk manufaktur. Kekhawatiran lainnya adalah bahwa manfaat RCEP bagi ekspor produk Indonesia akan lebih kecil dibanding kemungkinan membanjirnya produk-produk impor dari negara lain terutama China ke Indonesia. Disisi lain produk-produk ekspor unggulan Indonesia dituntut terus melakukan

efisiensi agar dapat bersaing. Pada akhirnya, insentif dan disinsentif fiskal merupakan salah satu instrumen untuk mendorong dan meningkatkan efisiensi produk-produk unggulan dalam negeri.

Berkaitan dengan hal tersebut perlu dilakukan kajian untuk memitigasi berbagai strategi dan kebijakan guna meningkatkan pangsa pasar berbagai industri terutama pada produk *loser sector*, agar dapat lebih kompetitif dengan negara anggota lainnya. Produk *loser sector* dimaksudkan dalam kajian ini merupakan produk yang selama lima tahun terakhir mempunyai tren penurunan (perlambatan) ekspor.

Beberapa produk *loser sector* antara lain **produk makanan minuman, produk peternakan, industri ringan dan hasil produk industri berat**. Sedangkan sektor yang berpotensi mendapatkan keuntungan (*winner sector*) dalam forum RCEP antara lain sektor pertanian, produk tambang (ekstraksi), produk dari kayu, produk hasil kimia/karet/plastik dan produk elektronika.

## 2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis beberapa produk *loser sector* yang merupakan salah satu sektor yang perlu penguatan agar dapat menjadi sektor unggulan dalam kerja sama RCEP. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat diperoleh rekomendasi kebijakan terkait strategi penguatan produk *loser sector* menuju produk unggulan dalam kerja sama RCEP tersebut.

## 3. Output Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh hasil analisis penguatan produk *loser sector* agar dapat menjadi produk unggulan dalam forum kerja sama RCEP. Selain itu, kajian ini diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi kebijakan atau strategi penguatan produk *loser sector* untuk menjadi sektor unggulan dalam kerjasama RCEP.

## 4. Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif eksploratif, yaitu menggunakan pendekatan *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Pendekatan ini digunakan untuk mengukur pangsa pasar produk *loser sector* Indonesia ke negara-negara anggota RCEP **dan dunia (*world*)**. Rumusan RCA adalah sebagai berikut : (Tambunan, 2001)



$$RCA = \dots\dots\dots(1)$$

dimana:

X = ekspor atau nilai ekspor;

i = jenis komoditi;

a = negara asal;

w = dunia (*world*) dan wilayah RCEP.

Bila  $RCA < 1$  atau mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pangsa pasar komoditi lemah, dan bila  $RCA > 1$  maka pangsa pasar dapat dikatakan kuat. Semakin tinggi RCA suatu komoditi maka semakin tangguh sektor unggulannya.

RCA merupakan konsep yang biasa digunakan untuk mengukur *comparative advantage*, tetapi secara tidak langsung dapat juga menggambarkan kekuatan pangsa pasar, sehingga untuk selanjutnya dapat dibuat strategi penguatan pangsa pasar produk-produk tersebut. (Erkan dan Saricoban, 2014) Selain itu dalam kajian ini, untuk mengelaborasi dan mendalami serta menganalisis produk produk *loser sector* ke pasar potensial RCEP akan ditambahkan juga analisis *Non Tariff Measures* (NTMs).

Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini selain data dari Badan Pusat Statistik dan UN Comtrade juga dari berbagai sumber seperti jurnal, media massa serta hasil Focus Group Discussion (FGD).

## 5. Studi Literatur

### Kerja sama RCEP

RCEP akan menjadi perjanjian FTA terbesar di dunia bila dilihat dari indikator GDP, FDI dan populasi negara anggotanya. Ada beberapa manfaat RCEP yang dapat diperoleh dari keikutsertaan Indonesia yaitu antara lain memperluas akses pasar di kawasan RCEP. Hal tersebut karena terbukanya akses pasar barang dan jasa serta investasi melalui pengurangan hambatan ekspor baik tarif maupun non tarif. Demikian juga meningkatnya tingkat liberalisasi dan naiknya akses pasar baru diluar ASEAN+1.

Selain itu menciptakan lingkungan usaha yang *business friendly*, adil dan fasilitatif seperti aturan kepabeanan yang lebih efisien dan adanya kerja sama standardisasi. Hal lainnya adalah tumbuhnya industri yang menjadi bagian dari jaringan produksi regional (*regional value change*). Yaitu adanya kemudahan mendapatkan bahan baku dan ketentuan

asal barang (*rule of origin*). Manfaat RCEP lainnya bagi Indonesia adalah mendorong meningkatkan investasi dari negara anggota RCEP. Potensi dan peluang keikutsertaan RCEP secara makro dapat dilihat pada Tabel 2. (Keanggotaan RCEP plus India)

**Tabel 2. Indikator Makro Ekonomi RCEP (+India) dan Organisasi Kawasan**

Country Groupings	GDP (US\$ Bio)	GDP, % of World	Trade (US\$ Bio)	Trade, % of World	FDI Inflow (US\$ Bio)	FDI, % of World	Population (Mio)	Population, % of World
ASEAN	3,173.1	3.7%	2,933.8	7.8%	148.1	11.2%	660.6	8.6%
RCEP	28,714.9	33.5%	11,149.5	29.5%	444.8	33.7%	3,633.0	47.5%
TPP	32,571.8	38.0%	9,783.7	25.9%	570.1	43.1%	836.0	10.9%
NAFTA	24,369.1	28.4%	5,850.6	15.5%	384.6	29.1%	493.4	6.5%
EU-28	18,419.9	21.5%	12,377.6	32.8%	242.3	18.3%	514.3	6.7%
Mercusor	2,383.6	2.8%	614.9	1.6%	85.9	6.5%	295.0	3.9%
World	85,669.9	100.0%	37,791.5	100.0%	1,321.8	100.0%	7,646.4	100.0%

Sumber : IMF dan WB data,2020

Sedangkan indikator makro ekonomi RCEP dikurangi keikutsertaan India dalam organisasi kawasan dibandingkan dengan kawasan lainnya dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Indikator Makro Ekonomi RCEP (-India) dan Organisasi Kawasan**

Country Groupings	GDP (US\$ Bio)	GDP, % of World	Trade (US\$ Bio)	Trade, % of World	FDI Inflow (US\$ Bio)	FDI, % of World	Population (Mio)	Population, % of World
ASEAN	3,173.1	3.7%	2,933.8	7.8%	148.1	11.2%	660.6	8.6%
RCEP	28,714.9	33.5%	11,149.5	29.5%	444.8	33.7%	3,633.0	47.5%
- RCEP - IN	25,839.8	30.2%	10,371.4	27.4%	394.2	29.8%	2,266.6	29.6%
TPP	32,571.8	38.0%	9,783.7	25.9%	570.1	43.1%	836.0	10.9%
- CP-TPP - US	11,197.4	13.1%	5,747.9	15.2%	259.3	19.6%	507.7	6.6%
NAFTA	24,369.1	28.4%	5,850.6	15.5%	384.6	29.1%	493.4	6.5%
EU-28	18,419.9	21.5%	12,377.6	32.8%	242.3	18.3%	514.3	6.7%
- EU-27 - UK	15,592.8	18.2%	11,237.9	29.7%	215.3	16.3%	447.5	5.9%
Mercusor	2,383.6	2.8%	614.9	1.6%	85.9	6.5%	295.0	3.9%
World	85,669.9	100.0%	37,791.5	100.0%	1,321.8	100.0%	7,646.4	100.0%

Sumber: IMF dan WB data, 2020

Dalam perkembangannya RCEP diluncurkan pada November 2012 sebagai inisiatif dari ASEAN. Hasil Joint Leader Summit RCEP pada 14 November 2017 menegaskan bahwa para negosiator agar mengintensifkan kembali negosiasi di tahun-tahun berikutnya. Para pemimpin sepakat untuk mendukung penciptaan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan berkelanjutan, mendorong perkembangan inklusif, dan mempromosikan inovasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bagi negara-negara anggota RCEP.

Kesepakatan negara-negara RCEP adalah mengawal perjanjian perdagangan agar menjadi modern, komprehensif, berkualitas tinggi dan saling menguntungkan, sebagaimana

tertera dalam prinsip-prinsip dan panduan negosiasi RCEP yang didukung oleh para Pemimpin ketika mereka melakukan negosiasi.

Perjanjian ini akan memberikan akses untuk layanan ekspor negara-negara peserta dan investor ke negara-negara ASEAN dan China diharapkan sebagai investor terbesar. RCEP diharapkan menawarkan preferensi tarif tambahan terbatas untuk ekspor ke 14 negara di mana beberapa negara memiliki FTA, dampak integrasi regional kemungkinan akan meningkatkan permintaan input beberapa negara ke dalam rantai pasokan regional.

RCEP juga memiliki potensi untuk memberi peserta kerja sama perdagangan bebas dengan India, sebagai negara yang memiliki size ekonomi besar yang tumbuh US \$ 2,7 triliun. Semua negara termasuk Indonesia berupaya untuk bekerja sama dengan India untuk menyetujui hasil akses pasar yang bermakna secara komersial dan yang akan memungkinkan India untuk bergabung dengan pihak-pihak RCEP lainnya.

RCEP adalah perjanjian komprehensif, yang mencakup perdagangan barang, perdagangan jasa, investasi, kerja sama ekonomi dan teknis, kekayaan intelektual, persaingan, perdagangan digital (*e-commerce*), pengadaan pemerintah, penyelesaian sengketa / masalah hukum dan kelembagaan.

Pertemuan Komite Negosiasi Perdagangan Komprehensif Regional ke-31 (RCEP), diadakan dengan lima belas pihak anggota RCEP untuk menghadiri negosiasi termasuk dengan India. Pertemuan tersebut dipimpin oleh Indonesia, dengan Republik Korea bertindak sebagai Fasilitator untuk ASEAN FTA mitra. Para negosiator mencatat bahwa verifikasi hukum atas teks RCEP telah selesai dan itu negosiasi akses pasar bilateral telah mencapai tahap akhir. Para negosiator juga membahas masalah partisipasi India dalam negosiasi RCEP.

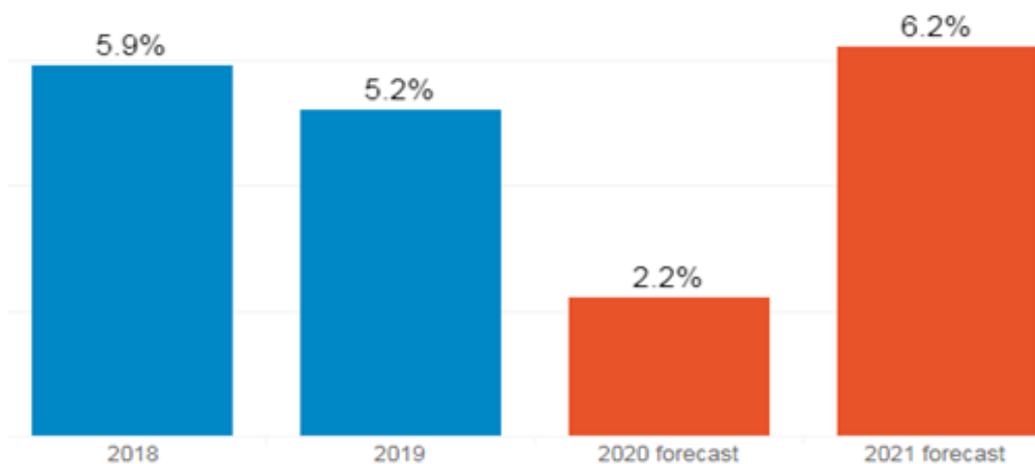
Kemitraan ekonomi komprehensif (RCEP) merupakan rencana perjanjian perdagangan bebas yang melibatkan sepuluh negara ASEAN, yaitu Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, Vietnam ditambah dengan lima negara mitra, yaitu China, Jepang, Korea Selatan, Australia, Selandia Baru. Pada November 2019, India, negara mitra keenam, memutuskan keluar. China pun menyatakan India masih bisa bergabung kembali. Perundingan RCEP dimulai pada November 2012 dalam KTT ASEAN di Kamboja. Dalam kerja sama RCEP ini agar menjadi efektif, maka beberapa syarat yang harus dipenuhi antara lain, pertama, pertanyaan terbesar untuk masing-masing negara adalah “apa yang menguntungkan bagi negara” tersebut. Kedua, kerja sama internasional harus menyoroti manfaat untuk masing-masing negara, tidak hanya untuk kerja sama. Ketiga, bidang kerja

sama harus dipilih berdasarkan kepentingan bersama. Hal penting lainnya adalah juga penting dalam mendefinisikan tata ekonomi internasional pasca pandemi Covid. Demikian mulai dari kepentingan bersama akan membantu membangun kepercayaan serta kepemimpinan dan mental juara juga sangat penting untuk memulai dan menjaga inisiatif tetap pada jalurnya.

## 6. Pembahasan

### 6.1 Gambaran Umum Perkembangan dan Utilisasi RCEP

Beberapa dekade terakhir, terutama sebelum masa pandemi 2020, pertumbuhan dan perkembangan negara-negara Asia terus meningkat cukup pesat. China, Jepang dan Korea Selatan merupakan salah satu motor pertumbuhan ekonomi di wilayah ini. Menurut Asian Development Bank (ADB) tercatat tahun 2018 PDB Asia rata-rata tercatat 5,9 persen, walaupun pada tahun 2019 menurun menjadi 5,2 persen karena adanya pandemi Covid 19. Pandemi ini terus melanda berbagai negara sehingga tahun 2020 diprediksi rata-rata pertumbuhan PDB negara Asia hanya 2,2 persen. Walaupun begitu, tahun 2021 diprediksi akan terjadi pemulihan ekonomi sehingga ADB memprediksi pertumbuhan PDB Asia akan meningkat menjadi 6,2 persen. Sebagaimana Gambar 4.

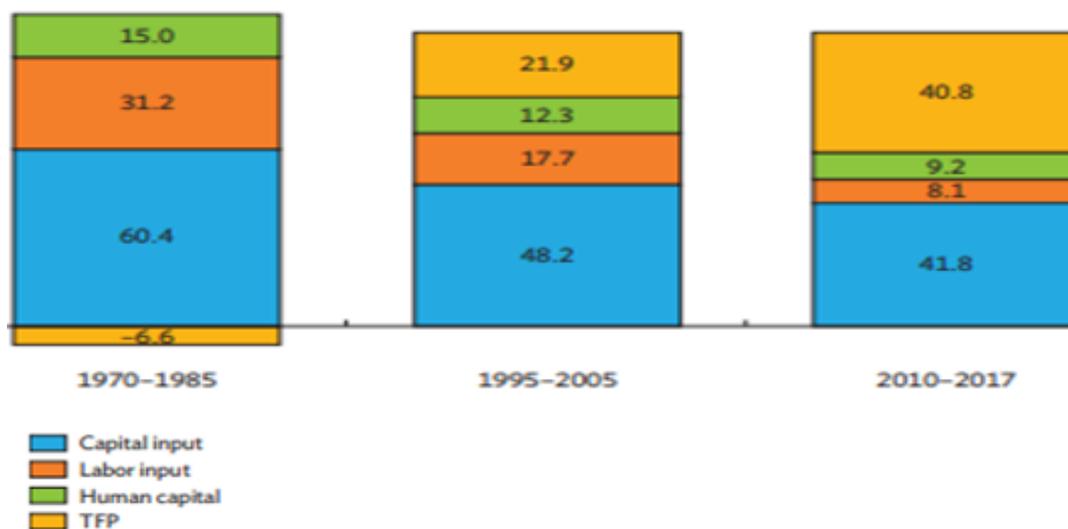


Sumber: ADB, Asian Development Outlook 2020 (April 2020)

**Gambar 4. GDP Growth Rate, Asia (% pertahun)**

Pertumbuhan yang positif di kawasan Asia tersebut akan mempengaruhi perekonomian di negara sekitarnya. Kualitas pertumbuhan PDB beberapa periode di Asia dipengaruhi oleh beberapa kontributor seperti *faktor capital input*, *labor input*, *human capital* dan *total factor productivity* (TFP). Pada periode 1970-1985, kontribusi terhadap PDB

banyak dipengaruhi oleh faktor modal (*capital input*) yang sebesar 60,4 persen. Namun periode berikutnya faktor produksi berupa modal ini semakin menurun, periode 1995-2005 menjadi 48,2 persen dan periode 2010-2017 makin menurun, artinya faktor capital bukan menjadi dominan lagi sebagai kontributor terhadap PDB. Demikian juga pada faktor Labor Input dan Human Capital makin menurun kontribusinya digantikan dengan faktor *total factor productivity* (TFP) yang semakin meningkat. Periode 1970-1985 TFP hanya sebesar -6,6, kemudian meningkat menjadi 21,9 persen pada periode 1995-2005 dan meningkat menjadi 40,8 persen kontribusinya terhadap PDB Asia di era 2010-2017. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau kawasan serta dunia saat ini dipengaruhi oleh faktor produktivitas. Sebagaimana Gambar 5, sebagai berikut.



Sumber: ADB, 2020

**Gambar 5. Kontribusi Pertumbuhan Pada Faktor Faktor Produksi Pada di Asia**

Dengan ditandatanganinya kerja sama RCEP ini maka ada beberapa persiapan dan strategi Indonesia dalam forum tersebut antara lain kerjasama akan dapat menguntungkan bagi Indonesia. Salah satu diantaranya adalah penerapan NTMs atau Non-Tariff Measures. Penerapan NTMs merupakan salah satu strategi untuk menahan membanjirnya barang impor (Kemenperin, 2019). Namun, penerapan NTMs Indonesia masih jauh dibawah dibandingkan mitra RCEP lainnya seperti China, Jepang, Australia, India, Korea Selatan, Malaysia, Vietnam, Thailand dan Filipina. Beberapa NTMs tersebut antara lain, anti-dumping (ADP), countervailing (CV), quantitative restrictions (QR), safeguards (SG), sanitary and

phytosanitary (SPS), special safeguards (SSG), technical barriers to trade (TBT), tariff rate quotas (TRQ), dan export subsidies (ES).

Tabel berikut ini digambarkan perbandingan jumlah NTMs yang dilakukan beberapa negara. Hal ini dilakukan oleh banyak negara, termasuk beberapa negara besar seperti Amerika Serikat, China, Uni Eropa, Jepang dan Korea Selatan yang juga memanfaatkan ketentuan ini untuk membendung masuknya barang impor. Sedangkan Indonesia masih sangat sedikit menggunakan ketentuan/fasilitas ini. Tercatat data 2017, hanya memanfaatkan 293 ketentuan untuk dapat membendung serbuan barang impor negara lain seperti dari China.

**Tabel 3. Perbandingan Jumlah NTMs**

Negara	SPS	TBT	ADP	CV	SG	SGG	QR	TQR	XS	Total 2018	Total 2017
EU	707	1.248	131	19		71	18	87	20	2.301	2,075
USA	3.041	1.631	393	131	2	496	59	52	13	5.818	5,256
RRT	1.256	1.295	115	5	1		42	10		2.724	2,596
Canada	1.231	702	84	28	1		48	21	11	2.126	2,002
Japan	610	845	9			173	85	18		1.740	1,520
Australia	465	209	86	14			178	2	6	960	925
India	227	131	323	3	4		59	3		750	736
South Korea	622	900	39			75	92	67		1.795	1,648
Malaysia	43	243	18		3			13		320	317
Vietnam	104	137	7		4			2		254	221
Thailand	259	636	49		3		112	23		1.082	1,037
Philippines	429	263	2		5	11	21	14		745	706
Brazil	1.464	965	184	3				1	16	2.633	2,392
Chile	586	535	4		1			1		1.127	1,067
Egypt	87	207	15							309	281
Indonesia	122	121	39		6			2	1	291	293

Sumber: WTO, 2018

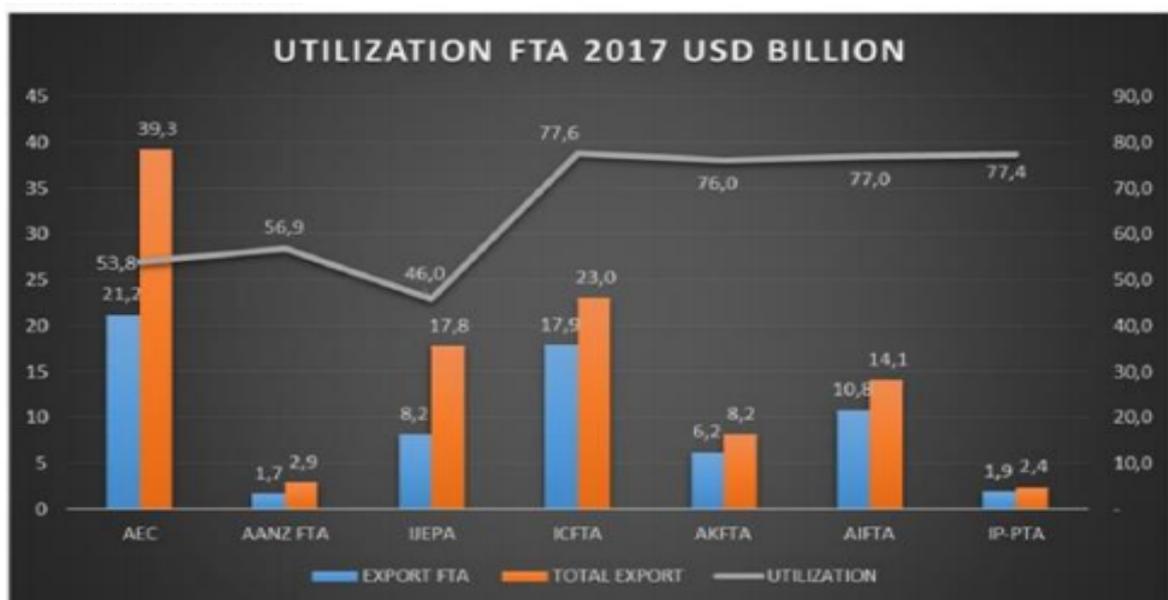
Dari tabel di atas, negara yang paling banyak melakukan NTMs adalah Amerika Serikat dan berturut-turut China, Brasilia, Uni Eropa, Canada, Korea Selatan, Jepang, Chile dan Thailand. Indonesia pada tahun 2018 hanya melakukan NTMs sebanyak 291 kali, terutama berkaitan dengan masalah kesehatan sanitari atau *sanitary and phytosanitary* (SPS), *technical barriers to trade* (TBT), anti *dumping* (ADP), *safeguards* (SG), *tariff rate quotas* (TQR) dan *export subsidies* (ES). Ke depan bagi Indonesia perlu melakukan optimalisasi ketentuan/fasilitas NTMs tersebut.

Indonesia sudah mengikuti beberapa Free Trade Agreement (FTA), namun optimalisasi atau pemanfaatan (utilisasi) FTA juga masih rendah. Hal ini terlihat dari besarnya ekspor yang dicapai. Ratio utilisasi ekspor Indonesia yang menggunakan skema

FTA selama ini belum maksimal, seperti IJEPA yang hanya sebesar 46 persen, AEC 53,8 persen, AANZFTA 56,9 persen, AKFTA 76 persen, AIFTA 77 persen, IPPTA 77,4 persen, dan ACFTA 77,6 persen. Dengan demikian selain memanfaatkan ketentuan NTMs untuk membantu membanjirnya produk-produk asing, satu hal lagi yang menjadi tugas Pemerintah untuk memaksimalkan pemanfaatan (utilisasi) FTA bila RCEP sudah disepakati.

Utilisasi ekspor tersebut juga didominasi oleh produk produk Indonesia yang memiliki pangsa pasar dibanding negara lain yaitu: buah-buahan, rempah-rempah, karet alam, batu bara, minyak bumi, gas, lignit, CPO, coconut oil, fatty acid, produk perikanan, produk kertas, kopi, teh, produk hulu timah, amonia, perhiasan, produk hulu tembaga, produk kayu, furniture, pakaian jadi, alas kaki, dan kendaraan bermotor & aksesorisnya. Sedangkan produk-produk lainnya belum maksimal dalam pemanfaatan skema FTA ke negara tujuan.

Kompleksitas dokumen, persyaratan yang diperlukan untuk melakukan ekspor, dan faktor legalitas terindikasi menyebabkan sedikitnya sektor industri yang dapat memanfaatkan FTA. Selain itu, minimnya informasi dan pendampingan yang dilakukan pemerintah kepada sektor industri, menyebabkan hanya industri menengah dan besar saja yang dapat memanfaatkan FTA.

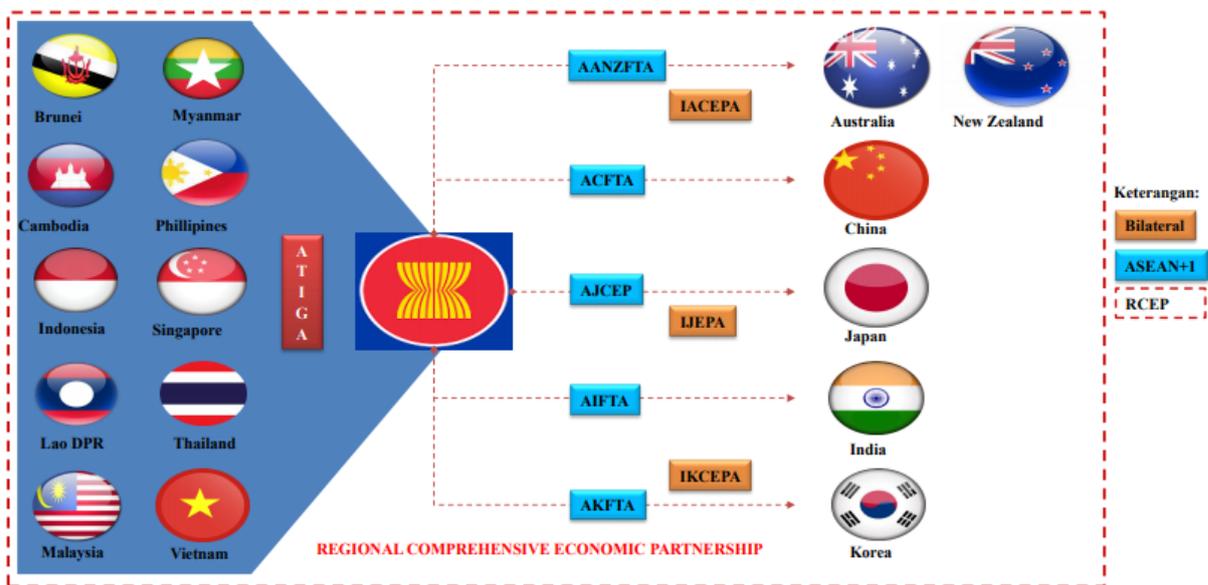


Sumber: Kemenperin, 2019

**Gambar 6. Utilisasi FTA Indonesia**

Gambaran utilisasi FTA Indonesia untuk memperluas akses pasar sangat besar peluangnya disamping di negara anggota ASEAN, namun juga negara anggota RCEP.

Artinya peluang produk-produk Indonesia dapat dipasarkan ke negara RCEP melalui perjanjian kerja sama yang disepakati. Saat ini sudah ada beberapa kesepakatan perjanjian kerja sama perdagangan regional, melalui kerja sama ASEAN dengan beberapa negara lain, antara lain AAZFTA, ACFTA, AJCEP, AIFTA, dan AKFTA. Selain itu, kerja sama bilateral yang sudah dilakukan seperti Indonesia dengan Australia atau IACEPA, Indonesia dengan Jepang atau IJEPA, dan Indonesia dengan Korea Selatan atau IKCEPA. Bila perjanjian kerja sama RCEP bertambah maka bertambah peluang dan kesempatan akses pasar produk-produk Indonesia, walaupun bertambah juga risiko hadirnya produk-produk negara lain ke Indonesia. Negara-negara tersebut antara lain Australia, China, Jepang, New Zealand, Korea Selatan, dan India. Sebagaimana gambar berikut yang menunjukkan semua anggota RCEP yang telah untuk melakukan kerja sama.



Sumber: Kemenperin, 2019

**Gambar 6. Akses Pasar Regional Indonesia**

## 6.2 Produk Loser Sector Indonesia forum RCEP

Beberapa produk yang mempunyai potensi sebagai *loser sector* pada forum RCEP antara lain produk makanan minuman, produk peternakan, industri ringan dan hasil produk industri berat. Beberapa hasil kajian juga menyebutkan bahwa produk-produk tersebut merupakan produk *loser sector* yang perlu ditingkatkan pangsa pasarnya agar dapat bersaing dengan produk-produk sejenis dari negara lain anggota RCEP.

Salah satu sektor industri yang dapat menjadi andalan Indonesia di masa yang akan datang dan masih mempunyai prospek untuk ditingkatkan pangsa pasarnya adalah industri makanan dan minuman (mamin). Pada dasarnya industri mamin terbagi menjadi industri makanan dan industri minuman. Industri makanan saat ini banyak tumbuh namun tidak sepesat pertumbuhan industri minuman. Prospek industri minuman saat inipun masih mempunyai tantangan dan peluang khususnya di pasar negara Asia Tenggara. Selain persaingan antara produsen mamin juga persaingan merebut pasar atau konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Richard Haffner. Menurutnya gambaran besar kebiasaan konsumen (*consumer habit*) dalam mengkonsumsi minuman ringan atau siap saji (Ragimun, 2019)

Sedangkan produk *loser sector* lainnya adalah produk peternakan. Pada dasarnya usaha peternakan yang sudah bersifat industri dapat ditemui seperti pada usaha peternakan unggas, peternakan sapi perah, usaha pengemukan sapi dan beberapa peternakan dan penggemukan babi. Sedangkan peternakan lainnya, pada umumnya masih bersifat tradisional atau subsisten. Usaha yang berkaitan dengan peternakan tidak hanya usaha memelihara ternak, tetapi banyak juga usaha lain baik yang mengolah hasil ternak atau usaha penunjang dalam bidang peternakan. Usaha yang mengolah hasil ternak dapat berupa pengolahan daging, susu dan telur tetapi juga mengolah hasil samping dari pengolahan ternak seperti pengolahan tulang, kulit atau bulu atau wol. Usaha penunjang produksi peternakan mencakup berbagai usaha yang hasilnya dapat dipakai untuk menunjang produksi ternak, misalnya usaha obat atau vaksin hewan, usaha bahan baku pakan baik bahan baku utama maupun tambahan, usaha peralatan untuk menunjang produksi seperti peralatan kandang, mesin produksi pakan dan lain sebagainya.

Data ekspor dan impor Indonesia menunjukkan berbagai usaha, baik usaha peternakan maupun usaha pengolahan hasil ternak dan penunjang produksi peternakan menunjukkan kemampuan sebagai sektor unggulan namun masih rendah. Salah satu indikator untuk mampu menjadi sektor unggulan adalah kemampuan usaha untuk mengekspor hasil produksinya ke negara lain, karena suatu produk yang dapat diekspor harus dapat pangsa pasar dengan produk sejenis yang diproduksi dari berbagai negara di dunia termasuk anggota RCEP. Kemampuan ekspor tidak hanya dilakukan satu kali tetapi secara konsisten mampu melakukan ekspornya ke negara lain terutama negara RCEP tanpa mendapatkan subsidi baik dari perusahaan lainnya maupun dari pemerintah. (Tangenjaya, 2016)

### **6.3 RCA Product Loser Sector Indonesia pada forum RCEP**

#### **6.3.1 Makanan Minuman (*Food and Beverage*)**

Pangsa pasar produk makanan minuman (*food and beverage*) untuk pasar RCEP tahun 2015 sampai dengan 2019 tidak terlalu buruk. Dari lima items HS produk mamin tersebut, ada 4 yang sangat bagus yaitu HS 2106, HS 0901, HS 8476 dan HS 0902. Keempat item produk mamin ini mempunyai RCA lebih besar dari 1, artinya produk-produk ini mempunyai pangsa pasar yang tinggi di pasar negara anggota RCEP. HS 2106 berupa *food preparations* rata-rata 1,51 yang berarti mempunyai pangsa pasar tinggi.

Sedangkan dua item lagi yaitu HS 8476 berupa Automatic Goods - Vending Machines mempunyai rata-rata RCA di pasar RCEP 6,99 selama tahun 2015 sampai dengan 2019. Demikian juga untuk HS 0901 berupa Coffee, Whether or not roasted mempunyai rata-rata RCA sebesar 3,86 dan HS 0902 berupa Tea, whether or not flavoured mempunyai rata-rata RCA 3,37. Sedangkan untuk negara ASEAN ada tiga RCA untuk HS yang cukup tinggi yaitu HS 2106, HS 0901 dan 0902. Khusus komoditas kopi dan teh. Kedua komoditas ini tentu saja masih belum diolah lebih lanjut yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi. Adapun akses pasar barang mamin negara anggota RCEP adalah untuk teh banyak diekspor ke New Zealand, China, Australia dan negara-negara ASEAN. Sedangkan komoditas kopi banyak diekspor ke Korea Selatan, New Zealand, Jepang, China, Australia, dan negara-negara ASEAN.

Untuk dua barang lagi yang mempunyai RCA rendah adalah HS 2206 berupa Cider, Perry, mead and other fermented. (Cider, perry, mead dan minuman fermentasi lainnya serta campuran minuman fermentasi dan minuman non-alkohol), komoditas ini perlu di lakukan penguatan unuk masuk ke negara RCEP, baik baik peningkatan nilai tambah dengan peningkatan produk turunannya maupun meningkatkan akses pasar ke negara anggota RCEP. Berikut RCA produk makanan dan minuman Indonesia dipasar RCEP dan ASEAN.

Tabel 4. RCA Makanan dan Minuman (*Food and Beverage*)

Uraian	2015		2016		2017		2018		2019		Average	
	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W
[2106] Food preparations, n.e.s.	1.69	1.06	1.59	1.08	1.56	1.03	1.42	1.00	1.27	0.93	1.51	1.02
[2206] Cider, perry, mead and other fermented	0.02	0.08	0.01	0.04	0.01	0.05	0.01	0.04	0.01	0.00	0.01	0.04
[8476] Automatic goods-vending machines,	11.10	4.00	8.41	3.18	6.65	2.25	4.50	1.33	4.28	1.49	6.99	2.45
[0901] Coffee, whether or not roasted or decaf	5.40	4.24	3.40	3.69	3.99	3.75	3.20	2.80	3.30	3.27	3.86	3.55
[0902] Tea, whether or not flavoured	4.21	2.05	3.71	1.84	3.34	1.70	3.24	1.66	2.35	1.61	3.37	1.77

Sumber: UN Comtrade, 2020 ket: R= RCEP, W= World

### 6.3.2 Produk Peternakan

Menurut prediksi, nilai ekspor komoditas peternakan diperkirakan akan terus meningkat. Jika terjadi perubahan klasifikasi komoditas yang termasuk didalamnya produk peternakan yang didasarkan pada Harmonized System (HS) dan Standard International Trade Classification (SITC), jumlah komoditas yang masuk dalam klasifikasi tersebut semula berjumlah 8 akan menjadi 12 komoditi. Pertambahan ini menunjukkan adanya pertumbuhan industri baru sub sektor peternakan, sehingga muncul komoditas olahan hasil peternakan yang merupakan produk yang laku di pasar internasional termasuk pasar RCEP. Produk ekspor yang masuk kategori produk peternakan adalah daging, ternak hidup, kulit, tulang dan tanduk. Selain itu, termasuk di dalamnya komoditas baru, yakni bahan pakan, pakan, dan obat-obatan hewan. (Bappenas, 2012)

Berikut ini, RCA sektor peternakan dan produk peternakan yang ditunjukkan dalam Tabel 5, dimana hampir seluruh RCA sektor peternakan masih relatif rendah, yang jauh dari 1. Dari 14 nomor HS item barang, ada beberapa yang mempunyai RCA lebih dari 1. HS tersebut antara lain HS 0301 berupa ikan hidup (*live fish*) mempunyai rata-rata RCA 1,58 untuk RCEP dan 4,30 di ASEAN. Biasanya HS ini banyak berupa ikan hias dan peluang masuk ke pasar RCEP sangat besar. Negara ASEAN yang paling banyak menyerap ikan hias dari Indonesia ini antara lain adalah Singapura, Malaysia dan Thailand. Sedangkan ekspor ikan hias ke negara RCEP selain ASEAN adalah Australia, China dan New Zealand.

Tabel 5. RCA Sektor Peternakan dan Produk Peternakan

Uraian	2015		2016		2017		2018		2019		Average	
	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W
[0203] Meat of swine, fresh, chilled or frozen	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
[0204] Meat of sheep or goats, fresh, chilled or frozen	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
[0205] Meat of horses, asses, mules or hinnies, fresh, chilled or frozen	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
[0207] Birds' eggs, in shell, fresh, preserved or cooked	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
[0208] Birds' eggs, not in shell, and egg yolks, fresh, dried, cooked	1.30	2.99	0.61	2.56	0.65	2.06	0.52	1.87	0.13	2.17	0.52	2.33
[0301] Live fish	2.01	3.92	1.57	4.07	1.65	4.07	1.27	3.62	1.41	3.64	1.58	3.86
[0302] Fish, fresh or chilled (excluding fish fillets and other fish meat)	5.79	1.16	3.24	0.75	2.54	0.59	2.00	0.53	2.41	0.67	3.50	0.74
[0303] Frozen fish (excluding fish fillets and other fish meat)	1.26	1.74	1.35	1.99	1.53	2.05	1.12	1.61	1.32	1.93	1.37	1.87
[0304] Fish fillets and other fish meat, whether or not minced, fresh or chilled	1.84	2.18	1.94	2.14	1.62	1.95	1.83	2.17	1.74	2.35	1.79	2.16
[0405] Butter, incl. dehydrated butter and ghee, and other fats	0.01	0.01	0.01	0.01	0.07	0.02	0.10	0.04	0.12	0.04	0.06	0.02
[0410] Turtles' eggs, birds' nests and other edible products of animals	10.40	20.32	12.30	35.00	19.10	42.84	19.70	41.15	26.10	48.83	17.52	37.63
[1603] Extracts and juices of meat, fish or crustaceans, molluscs	0.33	0.20	0.41	0.30	0.37	0.24	0.42	0.29	0.73	0.49	0.45	0.30
[1604] Prepared or preserved fish; caviar and caviar substitutes	2.07	2.71	1.92	2.60	2.33	2.78	2.76	2.89	2.82	3.16	2.38	2.83
[2301] Flours, meals and pellets, of meat or meat offal, of fish	0.06	0.12	0.09	0.12	0.01	0.02	0.03	0.04	0.20	0.23	0.08	0.07

Sumber: UN Comtrade, 2020 ket: R=RCEP, W=World

Selain ikan hidup, ada beberapa komoditi ekspor hasil peternakan yang cukup bagus, terlihat dari rata-rata hasil RCA baik untuk pasar RCEP maupun pasar ASEAN. Komoditas tersebut antara lain HS 0302 *Fish, fresh or chilled* (ikan segar atau dingin) mempunyai RCA rata-rata 3,5 dan di ASEAN 4,81. Selain itu HS 0303 *Frozen fish (excluding fish fillets and other fish meat)* atau ikan beku tidak termasuk fillet ikan dan daging ikan lainnya, mempunyai rata-rata RCA 1,37 dan di pasar ASEAN 1,56. HS 0304 *Fish Fillets and Other fish meat* mempunyai rata-rata RCA di pasar RCEP sebesar 1,79 dan ASEAN 1,34.

Yang sangat menarik lagi dari produk peternakan ini adalah HS 0410 *Turtles eggs, bird's nests and other edible products of animal* atau Telur penyu, sarang burung dan produk hewan lainnya yang dapat dimakan, HS produk ini mempunyai rata-rata RCA sangat tinggi yaitu 17,52 dan di ASEAN sebesar 4,51. Negara pengimpor produk dari HS 0410 adalah didominasi China dan sebagian lagi adalah ASEAN.

Selanjutnya produk lainnya yang mempunyai RCA lebih dari 1 adalah produk HS 1604 *Prepared or preserved fish, caviar and caviar substitutes* (Ikan, kaviar / telur ikan, dan pengganti kaviar yang diolah atau diawetkan), produk ini mempunyai rata-rata RCA di pasar RCEP sebesar 2,38 dan di ASEAN sebesar 2,91. Sedangkan negara pengimpor produk ini antara lain adalah China, Jepang, Korea Selatan dan Australia serta negara ASEAN. Sedangkan produk-produk lainnya mempunyai nilai RCA lebih kecil dari 1, seperti HS 0405 berupa butter (mentega), HS 1603 *Extract and juices meat* (Ekstrak dan jus daging) dan HS 2301 *Flours, meals and pellets* (Tepung, tepung kasar dan pelet dari daging) mempunyai RCA kurang dari 1 untuk pasar RCEP dan ASEAN. Hal ini membuktikan bahwa produk turunan produk peternakan ternyata mempunyai kecenderungan tidak dapat masuk ke pasar RCEP dan ASEAN dibanding dengan produk peternakan yang belum diolah

### 6.3.3 Produk Industri Ringan

Produk-produk industri ringan yang dipilih dalam kajian ini terdiri dari 12 items HS, dan ternyata merupakan produk yang masih sulit masuk ke pasar negara RCEP. Dari 12 items tersebut hanya 3 items HS yang mempunyai rata-rata RCA lebih besar dari 1 untuk tahun 2015 sampai dengan 2019. Ketiga item HS tersebut adalah HS 2618, HS 2619 dan HS 7106.

Pertama, HS 2618 *Granulated slag "slag sand" from the manufactures of iron or steel* (Terak atau semen pasir "pasir terak" dari manufaktur besi atau baja) mempunyai rata-rata RCA sebesar 1,19. Pasar ekspor produk ini adalah di negara Australia yang dimulai tahun 2019. Sebagian lagi negara ASEAN, juga dimulai 2019.

Kedua, HS 2619 *Slag dross, scalling and other waste from manufactured of iron or steel* (Slag dross, scaling dan limbah lainnya terbuat dari besi atau baja) mempunyai RCA untuk negara RCEP sebesar 1,92 sedangkan ASEAN 2,70. Negara RCEP antara lain Jepang dan China.

Ketiga, HS 7106 *Silver, incl silver plated with gold or platinum* (Perak, termasuk perak dilapisi dengan emas atau platina) mempunyai RCA di pasar RCEP sebesar 1,06 dan di ASEAN sebesar 2,22. Adapun negara RCEP yang mengimpor barang ini hanyalah Australia dan sebagian kecil Jepang.

Tabel 6. RCA Produk Industri Ringan

Uraian	2015		2016		2017		2018		2019		Average	
	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W
[2303] Residues of starch manufacture and similar residues, beet-pulp	0.01	0.02	0.04	0.07	0.12	0.11	0.09	0.10	0.08	0.12	0.07	0.09
[2521] Limestone flux; limestone and other calcareous stone, of a kind	0.00	0.00	0.14	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.01
[2618] Granulated slag "slag sand" from the manufacture of iron or ste	0.00	0.10	0.00	0.11	0.00	0.79	0.32	0.79	5.64	2.19	1.19	0.80
[2619] Slag, dross, scallings and other waste from the manufacture of i	2.30	3.11	1.05	1.48	0.99	0.88	2.88	0.96	2.37	1.40	1.92	1.57
[3804] Residual lyes from the manufacture of wood pulp, whether or n	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01
[7106] Silver, incl. silver plated with gold or platinum, unwrought or ir	1.23	0.49	1.01	0.60	0.89	0.53	1.13	0.60	1.03	0.69	1.06	0.58
[8002] Tin waste and scrap (excluding ash and residues from the manu	2.76	0.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.55	0.05
[8435] Presses, crushers and similar machinery used in the manufactu	0.11	0.04	0.55	0.17	0.17	0.04	0.18	0.04	0.02	0.01	0.21	0.06
[8449] Machinery for the manufacture or finishing of felt or nonwoven	0.00	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	0.04	0.01	0.01
[8477] Machinery for working rubber or plastics or for the manufactur	0.05	0.05	0.04	0.05	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
[8486] Machines and apparatus of a kind used solely or principally fo	0.01	0.01	0.01	0.02	0.00	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
[8487] Machinery parts, n.e.s. in chapter 84 (excluding parts containin	0.35	0.26	0.50	0.35	0.27	0.19	0.10	0.08	0.22	0.14	0.29	0.21

Sumber: UN Comtrade, 2020 ket: R=RCEP, W=World

### 6.3.4 Produk Industri Berat

Salah satu produk ekspor Indonesia lainnya adalah produk-produk industri berat. Alat-alat berat yang dimaksudkan dalam kajian ini adalah merupakan mesin berukuran besar yang

dirancang untuk melaksanakan pekerjaan pembangunan seperti pengerjaan pengerukan tanah, memindahkan bahan bangunan dan lain-lain. Alat berat merupakan faktor penting dalam proyek, terutama proyek-proyek konstruksi maupun pertambangan dan kegiatan lainnya dengan skala yang besar. Industri alat berat berperan penting mendukung kegiatan usaha lainnya, seperti pada sektor pertambangan, pengolahan lahan hutan, pembangunan infrastruktur, serta perkebunan maupun pertanian.

Hasil perhitungan rata-rata RCA produk industri alat berat Indonesia ke negara-negara RCEP ternyata masih dibawah 1, artinya pangsa pasar produk industri alat berat Indonesia masih rendah belum bisa bersaing dengan produk sejenis dari negara lain anggota RCEP. Produksi industri berat Indonesia tersebut antara lain loko kereta api, kereta api dan peralatannya, kontainer, traktor, hasil industri otomotif (motor,mobil), hasil industri alat-lat persenjataan dan lain-lain.

Dari 21 produk industri alat berat terpilih, ternyata hanya ada 4 produk yang perhitungan rata-rata RCA yang lebih besar dari 1. Produk tersebut antara lain adalah produk otomotif yaitu pertama, HS 8702 Motor vehicles for transport  $\geq 10$  persons (Kendaraan bermotor untuk angkutan  $\geq 10$  orang), hasil RCA rata-rata produk ini di RCEP sebesar 1,53 dan ASEAN sebesar 1,25. Negara RCEP yang banyak mengimpor produk otomotif dari Indonesia adalah negara-negara ASEAN.

Kedua, produk dengan HS 8707 yaitu *Bodies, incl. cabs, for tractors, motor vehicles* (Bodi, termasuk. taksi, untuk traktor, kendaraan bermotor), produk ini mempunyai hasil rata-rata RCA untuk RCEP sebesar 1.23, namun di negara ASEAN sebesar kurang dari 1 yaitu sebesar 0,59. Negara pengimpor produk ini adalah Australia dan China.

Ketiga, produk dengan HS 8708 yaitu *Parts and accessories for tractors, motor vehicles* (Suku cadang dan aksesoris untuk traktor, kendaraan bermotor), produk ini mempunyai hasil rata-rata RCA untuk negara anggota RCEP 1.16 dan RCA negara ASEAN 1,91. Adapun negara pengimpor produk ini antara lain Jepang, China dan sebagian lagi Australia, termasuk negara ASEAN.

Keempat, produk dengan HS 8711 yaitu *Motorcycles, incl. mopeds, and cycles fitted* (Sepeda motor, termasuk. moped, dan sepeda dipasang), produk ini mempunyai RCA negara RCEP sangat tinggi yaitu 7,59 dan negara ASEAN sebesar 7,49. Sedangkan negara-negara pengimpor produk ini dari Indonesia adalah negara Korea Selatan, Jepang, China, Australia dan New Zealand.

Dengan melihat tabel berikut ini, produk-produk alat berat berupa otomotif ternyata dapat masuk ke pasar anggota RCEP, namun produk non otomotif masih diperlukan peningkatan penguatan menuju sektor unggulan sehingga dapat masuk ke pasar anggota RCEP.

Tabel 7. Produk Industri Alat Berat

Uraian	2015		2016		2017		2018		2019		Average	
	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W	R	W
[8601] Rail locomotives powered from an external source of	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
[8603] Self-propelled railway or tramway coaches, vans and	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.66	0.18	0.13	0.04
[8606] Railway or tramway goods vans and wagons (excludin	0.06	0.02	0.06	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.03	0.00	0.03	0.01
[8607] Parts of railway or tramway locomotives or rolling sto	0.01	0.10	0.02	0.13	0.01	0.10	0.02	0.14	0.02	0.21	0.01	0.14
[8609] Containers, incl. containers for the transport of fluids	0.18	0.11	0.11	0.09	0.66	0.29	0.06	0.05	0.11	0.08	0.22	0.13
[8701] Tractors (other than tractors of heading 8709)	0.06	0.08	0.17	0.16	0.29	0.17	0.22	0.13	0.13	0.18	0.17	0.14
[8702] Motor vehicles for the transport of >= 10 persons, incl	1.96	0.47	1.40	0.37	1.84	0.49	1.97	0.44	0.49	0.12	1.53	0.38
[8703] Motor cars and other motor vehicles principally desig	0.49	0.39	0.83	0.40	0.89	0.43	0.91	0.46	1.25	0.58	0.87	0.45
[8704] Motor vehicles for the transport of goods, incl. chassi	0.40	0.15	0.34	0.11	0.23	0.07	0.28	0.08	0.28	0.08	0.31	0.10
[8705] Special purpose motor vehicles (other than those pri	0.14	0.05	0.08	0.04	0.08	0.08	0.12	0.05	0.08	0.04	0.10	0.05
[8706] Chassis fitted with engines, for tractors, motor vehicl	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01
[8707] Bodies, incl. cabs, for tractors, motor vehicles for the	0.07	0.04	1.35	0.19	2.37	0.29	1.42	0.12	0.95	0.13	1.23	0.16
[8708] Parts and accessories for tractors, motor vehicles for	1.23	0.58	1.21	0.61	1.12	0.56	1.13	0.56	1.10	0.49	1.16	0.56
[8709] Works trucks, self-propelled, not fitted with lifting or	0.42	0.20	0.99	0.33	1.28	0.40	0.23	0.10	0.25	0.13	0.64	0.23
[8710] Tanks and other armoured fighting vehicles, motorise	0.00	0.01	0.00	0.09	0.07	0.04	0.00	0.10	0.01	0.01	0.02	0.05
[8711] Motorcycles, incl. mopeds, and cycles fitted with an e	3.99	2.44	4.90	2.73	6.62	3.58	9.89	4.78	12.5	6.30	7.59	3.97
[9306] Bombs, grenades, torpedos, mines, missiles, cartridg	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00

Sumber: UN Comtrade, 2020 ket: R=RCEP, W=World

#### 6.4 Penguatan dan Strategi *Product Loser Sector* Menuju Produk Unggulan Forum Kerjasama RCEP

Penguatan dan strategi produk *loser sector* agar menjadi produk unggulan guna memasuki forum *kerja sama* RCEP sangat erat dengan rencana aksi dan implementasi yang dilakukan pemerintah Indonesia agar dapat masuk menjadi anggota RCEP. Ada beberapa rencana aksi yang dilakukan antara lain.

##### 1. Secara periodik melakukan identifikasi akses pasar pada negara mitra RCEP

Salah satu yang harus dilakukan Pemerintah adalah secara periodik melakukan identifikasi akses pasar dan selanjutnya memberikan informasi akan akses pasar baru negara mitra RCEP kepada industri dalam negeri. Selain itu terus memberikan berbagai kemudahan dan berbagai fasilitas agar dapat masuk pasar negara mitra. Hal lain yang dapat dilakukan juga adalah mengoptimalkan tugas dan fungsi atase ekonomi perwakilan Pemerintah Indonesia di negara mitra RCEP untuk melakukan ekonomi intelejen (*economic intelligence*) terutama informasi produk dan akses pasar di negara yang bersangkutan. Dengan perolehan data dan informasi dapat menjadi gambaran permintaan dan akses pasar negeri yang bersangkutan.

##### 2. Melakukan desiminasi dan pendampingan ekspor kepada para pelaku industri/usaha

Kegiatan ini dilakukan guna memberikan informasi kepada pelaku industri dalam negeri untuk memilih berbagai skema FTA yang ditawarkan dari hasil perjanjian RCEP, terutama yang dapat memberikan akses pasar guna meningkatkan ekspor produk-produknya.

Termasuk, pemahaman akan *Product Specific Rules* dan ketentuan FTA lainnya yang diperlukan agar FTA dapat dimanfaatkan / terutilisasi secara maksimal. Seperti masalah penerapan tariff dan non tariff (NTMs) antara lain, *anti dumping* (ADP), *countervailing* (CV), *quantitative restrictions* (QR), *safeguards* (SG), *sanitary and phytosanitary* (SPS), *special safeguards* (SSG), *technical barriers to trade* (TBT), *tariff rate quotas* (TRQ), dan *export subsidies* (ES).

3. Senantiasa mendorong peningkatan menuju produk sektor unggulan

Wujud dan aksi peningkatan produk sektor unggulan yang harus dilakukan antara lain terus mendorong peningkatan kualitas dan spesialisasi produk serta mendorong penggunaan dan tersedianya bahan baku dari dalam negeri. Oleh karena itu standarisasi produk adalah syarat mutlak yang harus dilakukan dalam industri dalam negeri.

4. Secara berkala melakukan koordinasi intensif dengan para stakeholder

Mendorong adanya peran aktif dari para pelaku industri dalam negeri guna mengajukan petisi *Trade Remedies* bila ada indikasi *unfair trade* dan lonjakan impor yang menyebabkan potensi penyalahgunaan perjanjian (*serious injury*). Berbagai asosiasi dan forum usaha perlu dilakukan pembinaan dan dikoordinir.

5. Senantiasa dilakukan perbaikan atau reformasi birokrasi untuk mendapatkan *Smart Regulation*.

Perlunya kerja sama antara Pemerintah dan stakeholder terkait perumusan peraturan, kebijakan dan sistem usaha. Hal ini bermanfaat untuk menghasilkan regulasi yang baik (*smart regulation*) sehingga dapat diantisipasi membanjirnya impor terutama sebagai akibat lolosnya dalih non tariff measures (NTMs) negara-negara mitra.

6. Perlunya harmonisasi peraturan

*Policy Adjustment* merupakan satu langkah untuk mengantisipasi dampak dari implementasi RCEP. Institusi terkait seperti Kementerian dan Lembaga untuk senantiasa melakukan harmonisasi peraturan yang ada termasuk segera mengevaluasi peraturan bila tidak efektif dalam implementasinya.

Disamping itu, secara spesifik strategi penguatan beberapa produk *loser sector* dapat diuraikan sebagai berikut:

**1. Strategi Penguatan Menuju Produk Unggulan pada Sektor Makanan dan Minuman**

Menurut (Kemenperin 2020 dari data BPS), kondisi industri makanan minuman saat ini mempunyai komposisi terdiri dari 1.614.149 unit usaha industri mikro kecil mamin yang terdiri dari 30 % masih menggunakan industri 3.0 dan 70 % masih menggunakan industri

sederhana atau industri 2.0. Disamping itu industri mamin mempunyai 6.875 unit usaha industri besar sedang, yang terdiri dari 70 % menggunakan teknologi industri 3.0 dan 30 % menggunakan teknologi industri 2.0. Walaupun beberapa industri besar sudah menerapkan industri 4.0 namun belum seluruhnya menggunakan rantai nilai.

Untuk meningkatkan sektor unggulan industri mamin di Indonesia, ternyata masih banyak kendala untuk menerapkan industri 4.0 yang memerlukan investasi relatif besar, jumlah penyedia teknologi yang masih terbatas, tingkat kompetensi dan produktivitas tenaga kerjanya yang masih rendah, lambatnya jalur distribusi dan tingginya biaya logistik. Disamping itu kendala lainnya adalah fasilitas penyimpanan yang tersedia belum memadai seperti kawasan khusus penyimpanan bahan baku impor. Demikian juga ketergantungan yang tinggi pada impor bahan baku dan bahan penolong serta biaya energi yang masih relatif tinggi.

Berkaitan dengan kendala-kendala umumnya yang terjadi pada sektor industri mamin, terutama untuk meningkatkan sektor unggulan maka beberapa kebijakan yang dapat diterapkan antara lain. *Pertama*, perlunya menjamin ketersediaan pasokan bahan baku dari sumber daya yang mencakup aspek teknis, harga, jumlah dan jangka waktu penyediaan. *Kedua*, perlunya menjamin ketersediaan pembiayaan industri yang layak secara ekonomis melalui dukungan insentif fiskal seperti kebijakan suku bunga dan penundaan serta pemotongan pajak tertentu (*tax allowance* dan *tax holiday*). *Ketiga*, perlunya menjamin ketersediaan pemanfaatan teknologi melalui regulasi dan insentif baik bagi penyedia teknologi di dalam negeri maupun kemitraan dengan pihak luar negeri. *Keempat*, perlunya menjamin ketersediaan energi, sarana prasarana, transportasi dan logistik yang dapat mendukung industri mamin menjadi lebih ekonomis. *Kelima*, terus melakukan upaya-upaya yang memberikan kepastian hukum agar tidak tumpang tindih berbagai kebijakan terkait kewenangan, pengembangan dan pembinaan yang dilakukan oleh K/L dan BUMN sehingga tercipta iklim usaha yang efektif dan ekonomis. *Keenam*, perlunya bagi unit pembinaan teknis agar mendorong ditemukannya akses pasar terutama negara-negara yang melakukan perjanjian atau bekerja sama dalam sektor industri mamin. Berikut ini contoh implementasi industri 4.0 untuk meningkatkan sektor unggulan pada industri makanan minuman.

**Tabel 8. Contoh Implementasi Industri 4.0 Industri Makanan Minuman**

No	Perusahaan	Profil	Implementasi Industri 4.0
----	------------	--------	---------------------------

1	PT. Coca Cola Amatil Indonesia	Produsen minuman ringan yang memproduksi dan mendistribusikan lebih dari 10 merek di Indonesia. Produknya adalah minuman ringan, olahan coklat, jus, teh, minuman isotonik, air minum kemasan, dan minuman berenergi.	Program digitalisasi di area supply chain dan pelayanan penjualan yaitu sejak produk dikembangkan sampai lokasi penjualan, untuk mendapatkan informasi akurat ( <i>real time</i> ) mengenai proses, output, biaya, dan pelayanan.
2	PT. Nestle Indonesia	Produsen makanan dan minuman terbesar di dunia. Produknya berupa minuman ringan, olahan coklat, olahan kopi dan olahan susu.	Sistem control secara inline selama proses produksi untuk menjamin keamanan pangan dan kualitas produk, serta sistem filling dan packing produk yang dilakukan secara otomatis.
3	PT. Barry Callebaut Indonesia	Produsen olahan coklat yang berlokasi di Gresik, Bandung dan Makassar. Produknya berupa coklat compound	Sistem yang dapat mengelola resep produk dengan baik sehingga kualitas produk jadi yang dihasilkan konsisten setiap saat. Resep produk dan data manufaktur tersimpan secara digital sehingga meningkatkan konsistensi dan kemampuan penelusuran proses produksi.
4	PT. Mayora	Perusahaan PMDN yang menghasilkan produk makanan minuman. Produknya adalah biskuit, sereal, kembang gula dan minuman ringan.	Pemeriksaan kualitas proses lini produksi meliputi Incoming Material Inspection (Pemeriksaan pada saat penerimaan bahan), Audit Supplier (Pemeriksaan Pemasok bahan), Field Process Inspection (Pemeriksaan proses produksi), Finished Goods Final Inspection (Pemeriksaan akhir barang jadi), dan Sensory Evaluation Test (tes evaluasi sensorik)
5	PT. Indolakto (Indofood Group)	Perusahaan PMDN yang memproduksi olahan susu	Sistem Automasi Pergudangan dengan menerapkan ASRS (Automated Storage and Retrieval System) yang dikelola dengan komputerisasi dan digital untuk melakukan proses penyimpanan dan pengambilan produk dalam pallet secara otomatis ke lokasi penyimpanan yang telah ditentukan.
6	PT. Unilever Indonesia	Produsen Fast Moving Consumer Goods termasuk produk makanan dan minuman. Produknya berupa margarine, teh, olahan buah, kecap,	Unilever mengintegrasikan semua pihak yang terlibat dalam proses distribusi barang (mulai dari pergudangan, transportasi, pelabuhan/stasiun dan distributor/toko) ke

		bumbu masak dan es krim.	dalam sebuah platform digital yang terintegrasi, otomatis dan real time yaitu Digital Logistics
--	--	--------------------------	---

Sumber: Kemenperin, 2020

Untuk mendorong peningkatan kinerja mamin Indonesia sekaligus memperkuat pangsa pasar industri mamin, salah satu diantaranya adalah memberikan akses pasar kepada industri manufaktur mamin ke pasar-pasar potensional di anggota RCEP. Pasar yang dimaksud adalah pasar di negara-negara yang potensial untuk produk mamin Indonesia seperti China, India dan negara ASEAN. Negara-negara ini masih membutuhkan barang hasil manufaktur mamin. Disamping itu pasar di negara-negarayang belum dimanfaatkan untuk pemasaran manufaktur mamin. Khusus untuk negara Malaysia, Brunai Darusalam, India dan Thailand, peluang pasar untuk dapat memasuki kawasan ini selain diperlukan produk berkualitas juga mendapatkan label halal.

Beberapa langkah dan upaya yang dapat dilakukan pemerintah untuk dapat meningkatkan kinerja industri mamin Indonesia sekaligus penguatan pangsa pasar industri mamin di Indonesia antara lain adalah program pengembangan industri kecil dan menengah terkait industri mamin melalui peningkatan kemampuan teknologi industri. Langkah berikutnya adalah perbaikan struktur industri mamin baik dalam hal konsentrasi penguasaan pasar maupun dalam hal jaringan pemasok bahan baku dan bahan pendukung, komponen, dan barang setengah jadi bagi industri hulu dan hilir. Selain itu terus melakukan optimalisasi administrasi dan insentif investasi dan perpajakan dalam industri mamin, termasuk terus dilakukannya sinkronisasi berbagai regulasi dan aturan yang terkait industri mamin agardalam pelaksanaannya tidak mengalami tumpang tindih.

## **2. Strategi Penguatan Menuju Produk Unggulan pada Sektor Peternakan**

Hasil RCA produk sektor peternakan masih menunjukkan sektor unggulan produk ini masih rendah walaupun ada beberapa item produk yang mempunyai pangsa pasar tinggi, seperti produk ikan, udang, lobster, cumi-cumi dan beberapa produk peternakan seperti daging babi atau babi hidup. Oleh karena itu produk-produk peternakan ini perlu didorong untuk ditingkatkan pangsa pasarnya.

Produksi dan usaha peternakan, perikanan di beberapa negara sudah mengarah ke industri sehingga budidaya peternakan harus dapat bersaing di pasar global. Pada kenyataannya di Indonesia, banyak terdapat usaha dan industri peternakan yang dilakukan,

namun dalam skala industri peternakan tradisional atau subsisten. Dengan demikian, hanya peternakan yang berskala industri yang menjadi sektor unggulan khususnya di kawasan pasar RCEP. Sedangkan para peternak kecil yang memelihara ternak 1-2 ekor, pada akhirnya tidak mempunyai pangsa pasar karena motivasinya hanya untuk simpanan atau tabungan.

Usaha yang berkaitan dengan peternakan dan perikanan tidak hanya usaha pemeliharaan ternak, akan tetapi berupa pengolahan hasil ternak atau usaha penunjang dalam bidang peternakan. Usaha yang mengolah hasil ternak dapat berupa pengolahan daging, susu dan telur tetapi juga mengolah hasil samping dari pengolahan ternak seperti pengolahan tulang, kulit atau bulu/wol. Usaha penunjang produksi peternakan mencakup berbagai usaha yang hasilnya dapat dipakai untuk menunjang produksi ternak, misalnya usaha obat atau vaksin hewan, usaha bahan baku pakan baik bahan baku utama maupun tambahan, usaha peralatan untuk menunjang produksi seperti peralatan kandang, mesin produksi pakan dan lain sebagainya.

Data ekspor dan impor Indonesia menunjukkan bahwa usaha peternakan, usaha pengolahan hasil ternak dan penunjang produksi peternakan menunjukkan kemampuan menjadi sektor unggulan. Salah satu indikator untuk mampu menjadi sektor unggulan adalah kemampuan usaha untuk mengekspor hasil produksinya ke negara lain, karena suatu produk yang dapat diekspor harus dapat bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh berbagai negara di dunia. Kemampuan ekspor tidak hanya dilakukan satu kali tetapi secara konsisten mampu melakukan ekspornya ke negara lain tanpa mendapatkan subsidi baik dari perusahaan lainnya maupun dari pemerintah. Apabila diamati lebih lanjut mengenai kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing didunia dengan melakukan ekspor secara konsisten dalam kurun waktu yang lama, maka ada beberapa faktor yang memberikan peranan yaitu: (Tangenjaya, 2014)

#### **1. Kemampuan melihat peluang pasar berdasarkan permintaan (*demand driven*).**

Sebelum menjalankan bisnis biasanya para pengusaha akan melakukan analisis permintaan produk. Apabila perusahaan melihat permintaan dari dunia maka mereka harus mampu mengekspor produknya dan bersaing dengan negara lain. Salah satu contohnya adalah ternak babi untuk ekspor babi hidup

Salah satu hasil ekspor ternak babi (*swine live*) diakukan oleh PT Sinar Culindo. Perusahaan ini memanfaatkan permintaan ternak hidup untuk memenuhi permintaan konsumen di Singapura sebagai anggota ASEAN atau RCEP. Permintaan konsumen Singapura akan daging babi segar harus dipenuhi dengan memotong babi hidup di

Singapura dan daging segarnya langsung dipasarkan kepada konsumen. Kedekatan pulau Bulan (tempat memelihara babi) dengan Singapura memungkinkan untuk mengirim babi hidup dalam kurun waktu beberapa jam saja, sehingga PT Sinar Culindo membuat peternakan babi di pulau Bulan. Peternakan ini mampu bersaing dengan peternakan babi lainnya yang kesulitan mengirim babi hidup ke Singapura. Tetapi kelemahannya adalah kebutuhan akan babi hidup di Singapura terbatas sehingga sulit berkembang lebih lanjut karena populasi penduduknya hanya sebesar 5,7 orang tahun 2020. (Ceicdata.com, 2020)

## **2. Faktor harga dan kualitas.**

Faktor harga dan kualitas sangat berkaitan. Kualitas bukan hanya sebagai parameter barang tetapi juga uang. Barang berkualitas maka akan menentukan tingginya harga. Untuk dapat berkompetisi dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk yang sejenis maka kualitas harus sesuai dengan permintaan pasar dengan harga yang bersaing. Sebagai contoh, kasus ekspor tepung tulang oleh PT Intulin. Produk perusahaan ini mempunyai kualitas yang mampu memenuhi permintaan pasar di Jepang sedangkan perusahaan sejenis lainnya di Indonesia kurang mampu memenuhi permintaan tersebut. Bagi Negara Jepang, permintaan akan kualitas sangat menentukan dan perusahaan tepung tulang mampu memenuhi permintaan tersebut dengan harga yang masih bersaing dengan negara lain. Namun kendala yang bagi PT Intulin adalah ketersediaan bahan baku yang tidak memadai di dalam negeri, sehingga kontinuitas usaha sulit dilanjutkan.

## **3. Faktor teknologi**

Pemanfaatan teknologi merupakan suatu keharusan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar suatu produk yang dihasilkan. Teknologi yang digunakan harus terus dikembangkan melalui berbagai penelitian sehingga perusahaan akan selalu melakukan inovasi teknologi sehingga dapat berkompetisi dengan perusahaan lain. Salah satu faktor yang menjadikan Amerika Serikat memiliki pangsa pasar dalam bidang peternakan dan pertanian adalah penggunaan teknologi modern yang terus menerus dikembangkan.

Sebagai contoh, PT Cheil Jedang, yang di dunia hanya ada 5 perusahaan pembuat lisin, termasuk PT Cheil Jedang Indonesia. Lisin atau juga asam amino lainnya diproduksi melalui proses fermentasi menggunakan mikroba spesifik (*Corynebacterium glutamicum*). Lisin (*lysine*) merupakan asam amino penyusun protein yang dalam pelarut air bersifat basa, seperti juga histidin. Lisin tergolong asam amino esensial bagi manusia, yakni asam amino yang dibutuhkan untuk kesehatan, tetapi tidak dapat diproduksi oleh tubuh manusia. Kebutuhan tubuh manusia rata-rata per hari adalah 1 -

1,5g. Lisin menjadi kerangka bagi tiamin (vitamin B1). Kandungan lisin banyak terdapat pada makanan yang banyak mengandung protein, seperti daging, keju, susu, ikan dan telur untuk protein hewani.<sup>1</sup>

Patent mikroba penghasil lisin sudah berjalan beberapa puluh tahun dan sudah *expired* sehingga perusahaan baru dapat memanfaatkan mikroba tersebut untuk memproduksi lisin. Akan tetapi perusahaan yang terdahulu mungkin sudah mengembangkannya sedemikian rupa sehingga mampu memproduksi lisin secara efisien dengan mengurangi biaya produksi.

#### **4. Faktor input produksi (bahan baku, energi dan tenaga kerja)**

Salah satu faktor yang menentukan pangsa pasar adalah tersedianya bahan baku untuk dapat memproduksi dengan biaya yang murah dan menjual produknya ke pasar dalam maupun luar negeri. Sebagai contoh, pada awalnya PT Cheil Jedang mendirikan pabrik lisin di lokasi di mana bahan baku untuk fermentasinya tersedia di daerah tersebut. Pabrik pertama didirikan di Pasuruan untuk memanfaatkan ketersediaan tetes tebu sebagai bahan baku fermentasi. Bahan baku yang dibutuhkan 8 kg tetes tebu untuk dapat menghasilkan 1 kg lisin, oleh karena itu bahan baku memegang peranan penting guna menghasilkan produk dengan biaya rendah.

Biaya produk yang rendah juga ditentukan oleh biaya buruh dan energi. Ketersediaan energi yang murah di Indonesia pada tahun 1990an memberikan peluang bagi PT Cheil jedang dalam memproduksi lisin secara efisien. Biaya buruh memang menentukan ketika suatu usaha yang bersifat padat karya, akan tetapi PT Cheil jedang menggunakan mesin fermentasi yang modern sehingga kontribusi biaya buruh menjadi lebih minimal.

#### **5. Faktor diferensiasi produk dan niche market.**

Bila dilihat dari keempat perusahaan diatas, baik PT Sinar Culindo, PT Cheil Jedang, PT Medion maupun PT Intulin maka kesemuanya memproduksi produk peternakan yang spesifik. PT Sinar Culindo memanfaatkan produksi babi hidup dan tidak akan bersaing jika memproduksi daging babi yang dapat diperoleh dari negara penghasil utama daging babi seperti Australia, Canada, AS maupun Brazil. Negara-negara tersebut tidak akan mampu mengekspor babi hidup ke Singapura karena terkendala lokasi.

PT Cheil jedang memanfaatkan produksi lisin yang baru dikuasai oleh 4 perusahaan di dunia. Meskipun lisin menjadi barang komoditi saat ini tetapi PT Cheil Jedang mempunyai keunggulan kompetitif dibanding produsen lainnya, terutama dengan bahan

---

<sup>1</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Lisina>

baku dan teknologi. PT Medion membuat produk vaksin dengan isolat lokal yang berbeda dengan produsen vaksin lainnya, dalam hal kasus vaksin flu burung, tetapi PT Medion juga mampu menghasilkan vaksin dengan biaya rendah sehingga mampu menembus pasar vaksin untuk negara berkembang seperti Indonesia di Asia (termasuk RCEP) dan Afrika dan tidak memasuki pasar negara maju.

PT Intulin memanfaatkan peluang pasar spesifik di Jepang untuk kebutuhan tepung tulang sebagai sumber fosfor organik. Berdasarkan atas uraian di atas maka terlihat bahwa ada beberapa perusahaan yang berkaitan dengan peternakan mampu berpangsa pasar di dunia dengan memanfaatkan beberapa keunggulan kompetitif dari berbagai faktor yang menentukan agar perusahaan mempunyai pangsa pasar.

### **3. Strategi Penguatan Menuju Produk Unggulan Sektor Industri Ringan dan Berat**

Hasil RCA produk sektor industri ringan dan industri berat Indonesia menunjukkan bahwa rata-rata pangsa pasar produk-produk ini masih rendah terutama untuk pasar RCEP, ASEAN dan dunia. Oleh karena itu Pemerintah perlu mendorong agar pangsa pasar produk ini terus meningkat.

Berikut ini beberapa strategi untuk meningkatkan pangsa pasar yang dapat dilihat dari kondisi dan aktivitas makro dan mikro. Aktivitas makro, akan tergantung pada faktor: (a) kondisi ekonomi makro yang kondusif; (b) perbaikan kualitas kelembagaan publik dalam menjalankan fungsinya sebagai fasilitator dan pusat pelayanan; dan (c) meningkatnya kualitas kebijakan pengembangan teknologi yang memfasilitasi kebutuhan peningkatan produktivitas.

Sedangkan pada aktivitas mikro atau aktivitas bisnis, terdapat 2 faktor untuk meningkatkan pangsa pasar, yaitu: (a) meningkatnya efisiensi usaha pada tingkat operasionalisasi perusahaan; dan (b) meningkatnya iklim persaingan usaha.

Selain itu perlu dilakukan penelaahan terhadap tingginya biaya overhead yang mengindikasikan beberapa permasalahan spesifik di sektor industri manufaktur (industri ringan dan industri berat), sehingga perlu strategi perbaikan seperti berikut ini: (Bapennas, 2010)

#### **1. Pemberantasan KKN dan perbaikan layanan umum sehingga menurunnya biaya overhead.**

Menurut kajian Komite Pemantau Pelaksanaan Otonomi Daerah (KPPOD), pengeluaran untuk berbagai pungutan dan untuk biaya buruknya layanan umum menambah biaya overhead sekitar 8,7 persen – 11,2 persen. *Cost of money* yang relatif tinggi tersebut

tercermin dari suku bunga yang tinggi. Pengusaha dalam negeri yang mengandalkan perbankan dalam negeri akan kalah bersaing dengan perusahaan yang modal kerjanya dari luar negeri dengan bunga berkisar 4–6 persen.

## **2. Perbaikan dan reformasi administrasi perpajakan yang lebih optimal.**

Pengusaha menganggap administrasi perpajakan terutama dalam kaitannya dengan restitusi produk-produk industri ekspor yang tidak efisien. Hal tersebut mengakibatkan pangsa pasar produk ekspor menjadi berkurang karena ketidakefisiensian akibat dibebankan terhadap harga jual. Selain itu, hal tersebut juga tidak kondusif untuk integrasi antar industri terkait pengadaan bahan antaranya. Pada umumnya mereka memilih untuk impor bahan baku atau produk antara karena terkena PPN.

## **3. Mengurangi kandungan impor terhadap produk industri berat.**

Nilai impor bahan baku, bahan antara (*intermediate*), dan komponen untuk seluruh industri meningkat. Khusus untuk industri tekstil, kimia, dan logam dasar nilai tersebut mencapai 30-40 persen, sedangkan untuk industri mesin, elektronik dan barang-barang logam mencapai lebih dari 60 persen. Tingginya kandungan impor ini mengakibatkan rentannya biaya produksi terhadap fluktuasi nilai tukar rupiah dan kecilnya nilai tambah yang mengalir pada perekonomian domestik.

## **4. Peningkatan Kualitas SDM.**

Dari hampir 4,2 juta orang tenaga kerja industri berat dalam 22.894 perusahaan pada tahun 2010, hanya 2 persen berpendidikan sarjana, sekitar 0,1 persen berpendidikan master, dan 0,005 persen (hanya 225 orang) berpendidikan doktor. Sementara itu, intensitas pelatihan yang dilaksanakan oleh industri belum juga menggembirakan. Hasil survei tahun 2010 menunjukkan hanya 18,9 persen perusahaan di Indonesia melaksanakannya. Di Malaysia, kegiatan yang sama dilakukan oleh hampir 84 persen perusahaan-perusahaannya. SDM dengan kualitas ini akan sulit diharapkan menghasilkan peningkatan produktivitas apalagi inovasi-inovasi yang bermutu untuk teknologi produksinya.

## **5. Perbaikan iklim persaingan yang sehat.**

Banyak sub-sektor industri berat yang beroperasi dalam kondisi mendekati” monopoli”. Pada tahun 2010, lebih dari 50 persen kelompok usaha industri memiliki angka diatas 0,50 dan banyak kelompok industri yang angka konsentrasi yang makin besar. Beberapa contoh adalah pada industri otomotif, baja, semen dan lain-lain. Keadaan ini menyebabkan insentif untuk penurunan biaya produksi menjadi kecil.

## **6. Menaikkan struktur industri nasional.**

Sebagai ilustrasi, di industri kendaraan bermotor jumlah produser komponen mencapai 155 perusahaan. Namun hampir semua produsen komponen ini merupakan pemasok lapis pertama. Hal ini menunjukkan lemahnya kedalaman struktur industri nasional otomotif. Sebagai perbandingan, pada tahun yang sama di Jepang ada 350 pemasok lapis pertama, 2.000 pemasok lapis kedua, dan 10.000 pemasok lapis ketiga. Artinya industri nasional Jepang sangat terintegrasi secara vertikal.

## **7. Mendorong peranan industri kecil dan menengah.**

Industri berskala menengah (20-99 orang tenaga kerja), berskala kecil (5-19 orang tenaga kerja), dan industri rumah tangga (1 – 4 orang tenaga kerja) mempekerjakan dua pertiga tenaga kerja industri berat atau manufaktur di Indonesia. Namun demikian, segmen industri ini menyumbang hanya 5-6 persen dari total nilai tambah manufaktur. Industri kecil dan menengah terkonsentrasi di sub-sektor makanan dan kayu. Industri industri pada segmen ini umumnya melayani konsumen akhir atau memproduksi komponen untuk "after sales market", dengan segmen kelas terendah. Sangat sedikit yang memproduksi bahan baku dan/atau barang intermediate serta memasoknya ke industri hilir. Dengan kondisi ini, industri kecil dan menengah di Indonesia belum berada dalam satu mata rantai pertambahan nilai dengan industri berskala besar.

## **8. Konsentrasi penyebaran industri tidak teraglomerasi di Pulau Jawa**

Unit usaha industri merupakan pencipta kesejahteraan (*wealth*) terpenting melalui nilai tambah produk-produk yang dihasilkan dan sekaligus mendistribusikannya ke khalayak melalui pekerjanya. Oleh karena itu distribusi dari segmen industri ini juga akan mencerminkan distribusi kesejahteraan yang terbentuk. Menurut data tahun 2002, dari 21,146 usaha industri berskala menengah dan besar, 17.118 atau 80 persen diantaranya berada di Pulau Jawa. Oleh karena itu terkonsentrasinya industri di pulau Jawa mulai didorong ke daerah lain yang sudah memenuhi persyaratan. Pembuatan roadmap perluasan industri di luar Jawa ditinjau kembali sehingga secara alami pengembangan industri akan ke daerah-daerah tersebut. Selain itu untuk merangsangnya dapat diberikan berbagai insentif seperti insentif fiskal. Termasuk perbaikan dan pengembangan kawasan industri baru di luar Pulau Jawa seperti Kawasan Ekonomi Khusus (KEK).

## **7. Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **1). Kesimpulan**

Hasil pembahasan di atas menyimpulkan bahwa rata-rata RCA antara tahun 2015-2019 untuk sektor produk makanan minuman sebagian besar mempunyai pangsa pasar tinggi di pasar RCEP. Sedangkan rata-rata RCA sektor produk peternakan, produk industri ringan dan produk industri berat mempunyai pangsa pasar rendah. Namun, ada beberapa items produk (HS 4 digit) mempunyai pangsa pasar relatif kuat di pasar RCEP. Untuk sektor produk makanan minuman yang mempunyai pangsa pasar tinggi seperti produk teh, kopi dan makanan ringan. Untuk produk peternakan seperti produk peternakan babi hidup, ikan, lobster, udang, tuna, cumi-cumi dan lain-lain. Produk industri ringan berupa barang-barang kerajinan yang dilapisi perak dan emas. Sedangkan untuk produk industri berat seperti produk industri otomotif seperti kendaraan bermotor.

Sebagain besar dari empat sektor produk tersebut masih mempunyai rata-rata RCA di bawah 1 yang berarti masih relatif rendah pangsa pasarnya. Oleh karena itu, produk-produk ini masih perlu dilakukan penguatan agar menjadi produk unggulan sehingga dapat bersaing di pasar RCEP.

### **2). Rekomendasi**

Untuk meningkatkan pangsa pasar keempat produk tersebut terutama di pasar RCEP, diperlukan berbagai strategi penguatan. Salah satu langkah penguatan keempat sektor produk tersebut adalah terus dilakukan peningkatan dan perbaikan infrastruktur yang semakin memadai guna mendukung pengembangan produk *loser sector* tersebut.

Untuk mendorong pangsa pasar produk *loser sector* tersebut juga dapat diberikan pemberian berbagai insentif seperti insentif fiskal, kemudahan perijinan usaha, jaminan kredit dan lain-lain. Perbaikan industri pendukung juga sangat diperlukan seperti ketersediaan bahan baku di dalam negeri dan terus dilakukan program hilirisasi produk. Selain itu terus dilakukan reformasi dan perbaikan iklim usaha, termasuk mendorong peningkatan efisiensi usaha.

## Daftar Pustaka

- ADB, 2020. Asian Development Outlook 2020. What Drives Innovation in Asia? Special Topic: The Impact of the Coronavirus Outbreak, An Update. April 2020
- Antara, Made. 2009. Dampak Pengeluaran Pemerintah dan Wisatawan Serta Investasi Swasta Terhadap Kinerja Perekonomian Bali : Suatu Simulasi Model Accounting Matrix.
- Bappenas. 2012. Ekspor Ternak dan Hasil Ternak Melonjak. Perpustakaan Bappenas. Diunduh tanggal 22 Agustus 2020 jam 21.32 WIB, dari <http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/blob/F5151/Ekspor%20Ternak%20dan%20Hasil%20Ternak%20Melonjak.htm>
- Bappenas. 2010. Bab 18. Peningkatan Daya Saing Infrastruktur. Diunduh tanggal 10 September 2020 jam 15.23 WIB. Dari <https://www.bappenas.go.id/files/1813/5763/0712/bab-18-peningkatan-daya-saing-industri-manufaktur.pdf>
- Bisnis Indonesia. (16 Mei 2018). Belanda Jadi Pintu Masuk Ekspor Produk Manufaktur. Diunduh tanggal 30 Januari 2019 jam 08:20 <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180516/257/796035/belanda-jadi-pintu-masuk-ekspor-produk-manufaktur>
- Bisnis. Tempo. (10 Agustus 2020). Wabah Corona, Sri Mulyani Sebut 8 Industri Ini Berpotensi Cuan. Diunduh tanggal 10 Agustus 2020 jam 08.33 dari <https://bisnis.tempo.co/read/1328566/wabah-corona-sri-mulyani-sebut-8-industri-ini-berpotensi-cuan>
- Ceicdata. com. 2020. Populasi Singapura tahun 1950-2020.
- Dahar, D., Oktaviani R. 2014. Analisis Pemberlakuan Non Tariff Measures (NTM) Pada Ekspor Hortikultura Indonesia ke Asean +3. Jurnal Bina Ekonomi. Volume 18 No. 1. 2014. Unpar Bandung. Hal 98-116
- Harits A. Nu'man. 2005. Kebijakan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Sebagai Upaya Untuk Menghadapi Era Perdagangan Bebas (Suatu Model Konseptual Dalam Pengembangan IKM). Jurnal Mimbar. Vol XXI no. 3 Juli 2005
- ILO (International Labour Office) and ILO Office for Indonesia, 2013, Dampak Liberalisasi Perdagangan pada Hubungan Bilateral Indonesia dan Tiga Negara (China, India, dan Australia) Terhadap Kinerja Ekspor-Import, Output Nasional dan Kesempatan Kerja di Indonesia: Analisis Simulasi Social Accounting Matrix (SAM) dan the SMART Model
- Kemenperin. 2019. Kebijakan Kementerian Perindustrian Pasca Penyelesaian Perjanjian RCEP. Direktorat Akses Industri Internasional Kementerian Perindustrian. Desember 2019. Jakarta
- Kemp, Murray, C. 2011. The Pure Theory of International Trade. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 176-177.

Media Indonesia. 2020. Peringkat Daya Saing Indonesia. Diunduh tanggal 20 Agustus 2020 jam 07.34 WIB dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/328988-peringkat-daya-saing-indonesia-turun-ke-posisi-40>

Ragimun, S. Widodo. 2019. Strategy of Strengthening Food and Beverage Industry in Indonesia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. Vol. 11 No. 4(J) 2019. p. 102-110

Sinaga, M Bonar. 2007. Keterkaitan Sektor Ekonomi dan Distribusi Pendapatan di Jawa: menggunakan pendekatan Social Accounting Matrix.

Tangenjaya, Budi. 2014. Daya Saing Produk Peternakan: Ceruk Pasar. Balitbang. Kementan. Jakarta

Tambunan, T. 2001. Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran, Teori dan temuan Empiris, LP3ES, Jakarta

Yose R. Damuri. 2020. Greater Cooperation on Covid -19: Between Aspiration and Reality. Centre for Strategic and International Strategies

<https://misterexportir.com/negara-tujuan-ekspor-nonmigas-terbesar-indonesia/>