



Strategi Ekspor Indonesia dalam Menghadapi Perdagangan Bebas di Negara-Negara ASEAN

Arzella Zalzabyella¹, Nabilla Zahra², Mohammad Zein Saleh³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Indonesia.

Korespondensi penulis : arzella.zalzabyella@student.upj.ac.id

Abstract. *The ASEAN Economic Community (AEC) was formed with the aim to strengthen economic integration and reduce trade barriers, providing opportunities for member countries, including Indonesia, to improve their competitiveness in the international market, as globalization has driven economic growth and trade between countries, including in Southeast Asia. Indonesia has plenty of natural resources and a large population, which makes it have a lot of export potential, especially in the agricultural sector. However, facing issues such as inadequate infrastructure and fierce competition in the ASEAN market requires a strong export strategy. To beat the competition, Indonesia should concentrate on improving product quality, market access, human resource development, and the use of digital technology, according to the SWOT analysis. Indonesia can take these actions to capitalize on existing opportunities and make a greater contribution to the region's economy.*

Keyword: Free Trade, ASEAN Economic Community (AEC), SWOT

Abstrak. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dibentuk dengan tujuan untuk memperkuat integrasi ekonomi dan mengurangi hambatan perdagangan, memberikan peluang bagi negara anggota, termasuk Indonesia, untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar internasional, karena globalisasi telah mendorong pertumbuhan ekonomi dan perdagangan antar negara, termasuk di Asia Tenggara. Indonesia memiliki banyak sumber daya alam dan populasi yang besar, yang membuatnya memiliki banyak potensi ekspor, terutama di sektor pertanian. Namun, menghadapi masalah seperti infrastruktur yang tidak memadai dan persaingan ketat di pasar ASEAN membutuhkan strategi ekspor yang kuat. Untuk mengalahkan persaingan, Indonesia harus berkonsentrasi pada peningkatan kualitas produk, akses pasar, pengembangan SDM, dan penggunaan teknologi digital, menurut analisis SWOT. Indonesia dapat mengambil tindakan ini untuk memanfaatkan peluang yang ada dan memberikan kontribusi yang lebih besar kepada perekonomian di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Perdagangan Bebas, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), SWOT

1. LATAR BELAKANG

Dengan terjadinya globalisasi di belahan dunia, maka pembangunan ekonomi di negara-negara maju atau berkembang dapat terpacu dan perdagangan dapat terjadi antar negara-negara yang memiliki keunggulan ekonomi. Suatu negara dapat mengembangkan dan mengoptimalkan promosi produknya ke pasar yang lebih luas. Fenomena ini berdampak pada perdagangan bebas berupa kegiatan impor dan ekspor (Septiawan et al., 2023).

Pada saat ini, perdagangan yang terjadi di dunia merupakan elemen yang penting bagi perekonomian global, khususnya di kawasan Asia Tenggara atau yang biasanya disebut dengan ASEAN. Bentuk integrasi ekonomi penerapan perdagangan bebas ASEAN yaitu MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang meliputi semua negara yang berada di kawasan Asia Tenggara. Perjanjian MEA telah disepakati oleh seluruh negara ASEAN kecuali Timor Leste, yang dicetuskan pada kesepakatan Bali *Concord II*. Perjanjian ini diharapkan memungkinkan seluruh negara ASEAN dapat bersaing dalam basis produksi, mendorong pertumbuhan

ekonomi yang adil dan berintegrasi ke dalam pembangunan ekonomi global (Malik, 2020). MEA menekankan pengurangan dan penghapusan hambatan non-tarif, seperti penghapusan hambatan perdagangan seperti tarif dan pajak atas barang, jasa dan investasi, negara-negara ASEAN dapat membentuk pasar perdagangan tunggal (Septiawan et al., 2023).

Sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan merupakan negara yang terletak di kawasan Asia Tenggara, tentu saja Indonesia mempunyai kesempatan yang besar di bidang ekspor dalam perdagangan bebas. Indonesia bukan hanya dapat menjadi pelaku namun dapat menjadi negara tujuan perdagangan karena jumlah populasi, luas negara dan nilai PDB yang merupakan terbesar di kawasan ASEAN. Melihat hal tersebut, tentu Indonesia harus pintar dalam mengembangkan dan memanfaatkan sumber dayanya yang melimpah terutama sektor pertanian unggulan seperti kopi yang menyumbang 382.750 ton atau 12% dari total ekspor pertanian (Ginting & Kartiasih, 2019).

Indonesia harus mengambil langkah yang tepat dalam pengembangan sumber daya yang dimiliki. Karena apabila hal tersebut dilakukan dengan baik, maka terjadi peningkatan dan pertumbuhan ekonomi yang merupakan tolak ukur keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara. Ekspor menjadi hal yang sangat menguntungkan. Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006, disebutkan bahwa ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang keluar dari pabean. Dengan itu, Indonesia harus lebih terbuka akan peluang ekspor yang lebih luas.

Ketika pasar ASEAN semakin terbuka dengan adanya perdagangan bebas, perusahaan-perusahaan Indonesia menghadapi tantangan untuk menjadikan produk mereka lebih kompetitif dalam memenangi persaingan pasar. Untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan analisis yang cermat terhadap strategi bisnis ekspor yang dijalankan. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menjadi penting dalam menganalisis faktor-faktor baik internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan suatu bidang. Analisa SWOT mempunyai dampak untuk mengetahui posisi dan kondisi saat ini, serta dapat mengambil keputusan strategis yang tepat untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Rohmadi & Bagaskara, 2024). Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk memahami dinamika pasar ASEAN dan menyusun strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

2. LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka ini akan membahas beberapa konsep penting terkait strategi ekspor dan perdagangan bebas. Pertama, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan inisiatif yang bertujuan untuk memperkuat integrasi ekonomi di Asia Tenggara. Masyarakat Ekonomi

ASEAN (MEA) memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasarnya, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing di tingkat regional dan global. Melalui integrasi ekonomi ini, para pelaku korporasi di kawasan ASEAN diharapkan dapat memanfaatkan berbagai peluang untuk memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan produktivitas. Masyarakat Ekonomi ASEAN tidak hanya menghilangkan tarif perdagangan tetapi juga mengurangi hambatan non-tarif, sehingga produk negara-negara anggota dapat bersaing lebih baik di pasar regional.

Kedua, strategi ekspor yang efektif harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Menurut Malik, (2020), pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan perusahaannya serta memanfaatkan peluang yang ada di pasar internasional. Dalam hal ini analisis SWOT merupakan alat yang sangat berguna untuk membantu para pelaku bisnis dalam merumuskan strategi yang tepat. Selain itu, penting untuk memahami preferensi konsumen di negara tujuan ekspor karena hal ini dapat meningkatkan daya saing suatu produk di pasar internasional.

Ketiga, keberlangsungan kegiatan ekspor yang dilakukan oleh Indonesia dalam lingkup ASEAN memiliki tujuan dan manfaat. Menurut Putra et al., (2023) menyebutkan tujuan dilakukan ekspor adalah membuka pasar ekspor baru untuk memperluas pasar domestik dan menciptakan lingkungan bisnis serta ekonomi yang menguntungkan baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, memanfaatkan kapasitas terpasang yang lebih besar dan membiasakan diri bersaing di pasar global sehingga dapat bersaing dengan ketat dan terhindar dari label jago kandang. Manfaat ekspor yang dikemukakan oleh Amir antara lain adalah meningkatkan pangsa pasar produk, meningkatkan penerimaan devisa dan kekayaan negara, dan membuka lapangan pekerjaan.

Keempat, dalam pelaksanaan ekspor di kawasan ASEAN tidak akan lepas dari kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah. Penyebab ekspor Indonesia rendah jika dibandingkan oleh negara lainnya adalah penerapan kebijakan yang tidak sesuai dengan teori kebijakan publik. Untuk itu, diperlukan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah yang mampu mendorong pertumbuhan ekspor. Menurut Siti Ngatikoh & Faqih, (2020) strategi kebijakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah guna meningkatkan nilai ekspor Indonesia meningkat adalah dengan meningkatkan variasi produk industri, meningkatkan produksi pertanian dan perkebunan, mengeksplorasi sumber daya emas, menggunakan teknologi yang tepat untuk modernisasi manajemen, menyediakan dukungan promosi, meringankan pajak bagi para eksportir, dan meningkatkan daya saing produk.

3. PEMBAHASAN

Untuk memahami posisi dan strategi bisnis ekspor Indonesia dalam menghadapi tantangan dan peluang di pasar ASEAN, penting untuk melakukan analisis SWOT. Analisis ini akan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Indonesia dalam konteks perdagangan internasional, khususnya setelah penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Hasil analisis SWOT strategi bisnis ekspor Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas di negara-negara ASEAN:

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki Indonesia dalam melakukan bisnis ekspor perdagangan bebas di ASEAN, yaitu memiliki sumber daya alam yang melimpah, termasuk pertanian, kehutanan, perairan, mineral, dan energi. Hal ini karena posisi Indonesia dilalui oleh dua jalur pegunungan dunia, pegunungan sirkum pasifik, dan sirkum Mediterania yang menyebabkan Indonesia memiliki kekayaan yang melimpah. Banyak gunung api yang masih aktif dan iklim yang tropis, sehingga membuat tanah menjadi subur serta terjadi pertumbuhan yang lebat. Selain itu, Indonesia terletak di jalur perdagangan utama sehingga memudahkan distribusi barang ekspor ke negara ASEAN dan pasar global lainnya, hal ini memberikan keuntungan kompetitif dalam hal logistik dan akses pasar. Terakhir, dengan populasi yang besar, Indonesia memiliki pasar domestik yang kuat, yang dapat mendukung pertumbuhan industri dan meningkatkan kapasitas produksi untuk ekspor.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan yang dimiliki Indonesia dalam melakukan bisnis ekspor perdagangan bebas di ASEAN adalah lemahnya bahan-bahan pendukung produksi seperti modal untuk peralatan mesin-mesin yang memerlukan teknologi serta keterampilan yang tinggi untuk industri tertentu, hal ini menghambat kemampuan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk. Selain itu, kualitas infrastruktur transportasi dan logistik perlu ditingkatkan. Terakhir, proses perizinan dan regulasi yang rumit menjadi hambatan bagi pelaku bisnis, sehingga mengurangi daya saing.

3. Opportunity (Peluang)

Dengan adanya MEA, Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan akses pasar dan memperluas jaringan perdagangan dengan negara-negara ASEAN. Hal ini dapat meningkatkan volume ekspor dan diversifikasi produk. Selain itu, permintaan global yang meningkat untuk produk-produk tertentu, seperti makanan organik, produk ramah lingkungan, dan barang-barang teknologi tinggi, dengan ini Indonesia dapat memanfaatkan

tren ini untuk meningkatkan ekspor. Terakhir, pemerintah dan sektor swasta dapat bekerja sama untuk mengembangkan produk baru dan meningkatkan kualitas produk yang ada, sehingga dapat bersaing di pasar internasional.

4. Threat (Ancaman)

Ancaman yang dimiliki Indonesia dalam melakukan bisnis ekspor perdagangan bebas di ASEAN adalah persaingan yang ketat antar negara-negara ASEAN, tentu mereka berusaha meningkatkan ekspor. Selain itu, Indonesia rentan terhadap fluktuasi harga di pasar global, karena ketergantungan pada komoditas tertentu, yang dapat mempengaruhi pendapatan dari ekspor. Terakhir, kebijakan perdagangan internasional yang berubah-ubah, termasuk tarif dan regulasi, dapat mempengaruhi kemampuan Indonesia untuk bersaing di pasar global.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, perekonomian negara dapat terus meningkat dengan berbagai upaya dan strategi yang ditempuh untuk pemanfaatan sumber daya yang dimiliki Indonesia. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

Menghadapi perdagangan bebas ASEAN, Indonesia perlu menerapkan berbagai strategi ekspor yang komprehensif. Pertama, penguatan kualitas produk adalah kuncinya. Produk yang berkualitas tinggi akan lebih mudah diterima oleh pasar internasional. Kualitas produk yang baik tidak hanya berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membantu membangun reputasi merek yang kuat di pasar global. Oleh karena itu, pelaku usaha harus berinvestasi pada teknologi dan proses produksi yang meningkatkan kualitas produk.

Kedua, peningkatan akses pasar melalui kerja sama bilateral dan multilateral dapat membantu perusahaan Indonesia mengakses pasar yang lebih luas. Kerja sama ini dapat berbentuk perjanjian perdagangan bebas, sehingga mengurangi tarif dan hambatan perdagangan lainnya. Kerja sama regional memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar ASEAN, karena melalui kolaborasi ini, akses ke pasar dan peluang bisnis dapat diperluas.

Ketiga, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia juga sangat penting untuk meningkatkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan global. Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan merupakan langkah penting untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam suatu perusahaan, karena karyawan yang lebih terampil cenderung lebih efektif dan kreatif dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, pemerintah dan swasta perlu bekerja sama untuk menyediakan program pelatihan yang relevan bagi pelaku usaha, khususnya usaha kecil dan menengah.

Keempat, pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi juga merupakan faktor penting dalam strategi ekspor. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, bisnis dapat menjangkau konsumen di seluruh dunia dengan biaya lebih rendah. Digitalisasi berperan penting dalam membantu UKM meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka di pasar internasional, karena teknologi digital memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas dan lebih efisien. Oleh karena itu, penting bagi pelaku korporasi untuk mengadopsi teknologi digital dalam strategi pemasarannya.

5. KESIMPULAN

Menghadapi perdagangan bebas antar negara ASEAN, Indonesia harus mengembangkan strategi ekspor yang efektif dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan analisis SWOT, pelaku bisnis dapat menyusun strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan kekuatan internalnya. Peningkatan kualitas produk, akses pasar, pengembangan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi informasi merupakan langkah penting yang harus dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Dengan cara ini, Indonesia dapat memanfaatkan peluang yang diberikan oleh Masyarakat Ekonomi ASEAN dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian regional.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, C. P., & Kartiasih, F. (2019). Analisis ekspor kopi Indonesia ke negara-negara ASEAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 143–157.
- Malik, I. (2020). Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis dalam menghadapi perdagangan bebas masyarakat ekonomi ASEAN. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v3i1.3051>
- Putra, A. K., Rafi, A., Darmawan, R. P., & Wikansari, R. (2023). Peran pemerintah meningkatkan perdagangan internasional khususnya ekspor. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 1–10. <https://doi.org/10.59827/jie.v2i3.94>
- Rohmadi, & Bagaskara, D. Y. (2024). Analisis SWOT potensi industri asuransi syari'ah di Indonesia: Studi pendekatan Vivo dan literatur review. *Ayaaq*, 15(1), 37–48.
- Septiawan, B., Sabila, G. A., & Sutanto, Y. P. (2023). Analisis potensi ekspor Indonesia terhadap negara ASEAN dengan pemanfaatan perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 15(1), 61–75. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v15i1.2944>
- Siti Ngatikoh, & Faqih, A. (2020). Kebijakan ekspor impor: Strategi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 4(1), 68–93. <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/269>