

Strategi pengembangan ekspor bidang tekstil dan produk tekstil di Indonesia

Krishna, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440946&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan makin meningkatnya globalisasi akibat internasionalisasi lalu lintas barang dan pasar dunia, maka bagi Indonesia terutama untuk menunjang ekspor non-migas dalam hal ini tekstil dan produk tekstil, tidak ada jalan lain bagi pemerintah untuk segera melakukan deregulasi yang menyeluruh disemua bagian dalam struktur industri dan birokrasi Indonesia. Karena dalam struktur perekonomian dunia saat ini yang lebih bersifat tidak mengenal batas wilayah atau bangsa akibat kemajuan teknologi telekomunikasi dan transportasi. Lalu lintas perdagangan sangatlah dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi atau endowment dalam negeri. Kerjasama dengan pemerintah, dalam hal ini untuk penyesuaian di sektor moneter supaya harga jual ekspor menjadi kompetitif (tentunya kualitas dan produknya mengikuti selera konsumen), akan sangat membantu perluasan pasar serta usaha peningkatan pangsa pasar produk Indonesia (khususnya tekstil dan produk tekstil) di pasar ekspor. Diharapkan pemerintah akan lebih meliberalisasi aturan main berbisnis dan investasi, deregulasi dan efisiensi birokrasi. Serta selalu mengadakan penyesuaian antara effective exchange rate export dengan effective exchange rate import secara terus menerus, sehingga produsen mendapatkan keuntungan atas perluasan pasar ke luar negeri dan tingkat penjualan yang ada sebelumnya dipasar domestik.

Pembentukan blok ekonomi, seperti NAFTA dan ME, juga akan mengakibatkan apa yang dikenal dengan istilah trade diversion, berupa pengalihan impor kepada negara sesama anggota NAFTA ataupun ME sendiri. Selain trade diversion juga akan terjadi investment diversion (suatu gejala yang jarang dibahas dalam literatur ekonomi). yaitu dampak yang berupa pengalihan investasi dari Jepang ke NICs. ke negara seperti Meksiko. Gejala yang sudah mulai tampak adalah dalam bentuk pengurangan investasi NICs ke Indonesia dalam beberapa kuartal terakhir ini. Dan aturan rules of origin (sama sifatnya dengan aturan local content dalam industri otomotif Indonesia), merupakan hambatan diskriminatif terhadap produk dan negara lain. Hanya produk-produk yang menggunakan komponen dan anggota NAFTA yang diberi keringanan bea masuk. Untuk itu, eksportir harus menjelaskan identifikasi dan pembagian biaya berdasarkan negara asal komponen (suatu proses yang sangat ruwet dan birokratis).

Padahal kecenderungan yang sekarang dominan dalam proses produksi, adalah gejala multi-sourcing dalam pasok komponen. Sehingga aturan rules of origin tersebut, merupakan diskriminasi tarif dan sekaligus hambatan birokratis terhadap komponen dan negara lain. Hambatan birokratis dan rule of origin lebih besar dampaknya daripada diskriminasi tarif terhadap ekspor dan negara berkembang. Dilihat dari segi kepentingan Indonesia, aturan rule of origin sangat merugikan dan merupakan ancaman terhadap usaha Indonesia untuk meningkatkan ekspor non-migas. Departemen Perdagangan perlu memainkan peranan yang lebih aktif, agar eksportir kita terlatih untuk menghadapi birokrasi dan rule of origin tersebut. Sedangkan trade diversion tersebut merugikan.

Indonesia, terutama untuk produk tekstil, sepatu barang kulit dan produk industri ringan lainnya. Padahal produk-produk tersebut sangat menyerap tenaga kerja dan merupakan ekspor andalan Indonesia- Jika

Indonesia tidak siap, akan lebih banyak investasi bergerak ke Meksiko.

Untuk mencari peluang pasar ekspor bagi tekstil dapat dilakukan hubungan perdagangan dengan negara non kuota. serta bilateral trade yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak. Karena perdagangan multilateral, tidaklah selalu menggembirakan ditinjau dari segi keuntungan bagi Indonesia, terutama akibat terbentuknya blok-blok ekonomi dan perdagangan dinegara maju yang sudah pasti menerapkan preferensi khusus dan eksklusif bagi sesama anggota dan negara-negara afiliasi mereka.

Strategi lainnya dalam menghadapi timbulnya blok-blok ekonomi dan perdagangan, adalah berusaha untuk berada ditengah pasaran mereka dengan membuka usaha disitu. Bisa dalam bentuk sebuah kantor pemasaran atau kantor pemasaran plus desain atau kedua-duanya. Dengan kemampuan membangun pabrik disana atau jaringan distribusi sendiri. walaupun mahal dan bukan solusi terbaik, hal ini dapat dilakukan secara bersama antara dunia industri dengan pemerintah secara terpadu seperti Sogo Soshia Jepang aiau Indonesia Incorporated.

Pemerintah telah membangun kepercayaan atau keyakinan yang diperlukan dalam komitmen menerapkan strategi promosi ekspor dengan serius. Sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan investasi yang besar. dan program-programnya diarahkan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya dan strategi promosi ekspor tersebut.

Jadi secara mikro, perusahaan harus mampu melakukan efisiensi, mampu menyelidiki dan menganalisa tingkat kejenuhan pasar domestik. harus mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan disukai konsumen dengan harga yang kompetitif baik dipasar domestik atau dipasar ekspor.

Bila ketiga gajah ekonomi dunia (Amerika Serikat, Eropa dan Jepang) tersebut bertengkar, maka pelanduk-pelanduk seperti Indonesia akan kena injak. Hanya pelanduk-pelanduk cerdas yang bisa menghindari dari injakan gajah.