

# Potensi dan peluang perdagangan ke Brasil bagi pengembangan tujuan pasar ekspor Indonesia

Zumrowi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453680&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Kegiatan ekspor merupakan salah satu sumber penghasil devisa bagi Indonesia. Perkembangan ekspor Indonesia sejak terjadinya krisis moneter di akhir tahun 1997 mengalami perkembangan yang pasang surut. Sebenarnya kalau kita telaah tren perkembangan ekspor Indonesia sejak tahun 1998-2001 cenderung stagnan. Seperti yang kita ketahui bahwa selama ini tujuan pasar ekspor Indonesia hanya mengutamakan pasar ekspor tradisional. Tujuan pasar ekspor tradisional Indonesia adalah Jepang, Amerika Serikat, negara-negara Eropa Barat, Asia Tenggara, dan Asia Timur. Untuk itu, dalam upaya meningkatkan nilai ekspor, langkah yang bisa diambil salah satunya adalah dengan cara mengembangkan tujuan pasar ekspor di luar pasar ekspor tradisional.

Alternatif negara tujuan ekspor selain pasar ekspor tradisional adalah negara-negara "emerging market". Negara-negara yang termasuk golongan negara emerging market diantaranya adalah Cina, Korea Selatan, Malaysia, Taiwan, Argentina, Meksiko, Brasil, Chile, Timur Tengah dan beberapa negara Eropa Timur.

Sebagai pertimbangan alternatif pengembangan pasar ekspor Indonesia adalah kawasan Amerika Selatan yang merupakan salah satu kawasan "emerging market". Dasar pertimbangan lain dalam memilih kawasan Amerika Selatan sebagai tujuan pasar ekspor produk Indonesia, karena negara-negara di kawasan ini merupakan negara-negara yang memiliki pasar yang besar dan pendapatan perkapita yang tinggi. Di antara negara-negara Amerika Selatan, Brasil adalah merupakan mitra dagang utama Indonesia, hal ini dapat dilihat dari nilai ekspornya yang terbesar dari negara-negara Amerika Selatan yang lain. Selain itu, Brasil merupakan pasar yang menarik bagi ekspor Indonesia, karena negara ini merupakan negara yang luas, memiliki penduduk yang besar, dan merupakan negara industri yang sedang berkembang. Selain itu daya tarik dari negara ini adalah merupakan market entry yang strategis untuk pasar kawasan Amerika Selatan, yang diantaranya juga memiliki potensi yang besar untuk pasar ekspor Indonesia.

Karya akhir ini mencoba menganalisis potensi dan peluang pasar Brasil bagi pengembangan tujuan pasar ekspor Indonesia. Upaya mencari jawaban tersebut dirumuskan dalam tiga permasalahan pokok sebagai berikut: Seberapa besar potensi yang dimiliki oleh Brasil bagi pengembangan tujuan pasar ekspor Indonesia? Hambatan dan kendala apakah yang akan dihadapi oleh eksportir Indonesia dan apa implikasinya bagi eksportir? Produk ekspor unggulan apakah yang berpeluang dan terbukti laku untuk diekspor ke Brasil, serta bagaimana peluangnya di pasar Brasil?

Karya akhir ini mempunyai tiga maksud. Pertama, mengenali potensi Brasil bagi pengembangan tujuan pasar ekspor Indonesia. Kedua, menganalisa hambatan dan kendala di Brasil bagi eksportir Indonesia. Dan terakhir adalah mengidentifikasi produk unggulan Indonesia apakah yang berpeluang baik untuk ekspor ke

Brasil.

Metode penelitian karya akhir ini dilakukan atas analisis daya tarik Brasil secara tingkat negara seperti besar dan pertumbuhan pasar analisis peluang ekspor produk Indonesia ke Brasil dengan metode penyeleksian macro level, yaitu analisa prospek suplai dan permintaan, berdasarkan data statistik perdagangan dan interview dari eksportir dan analisis hambatan dan peluang ekspor produk Indonesia berdasarkan persaingan, hambatan peraturan, infrastruktur dan sosial-budaya.

Hasil penelitian pada karya akhir ini mengindikasikan bahwa Brasil memiliki potensi yang bagus bagi pengembangan tujuan pasar ekspor Indonesia. Potensi yang dimiliki oleh Brasil adalah memiliki kombinasi jumlah penduduk dan luas negara yang besar, merupakan pasar yang besar sedang tumbuh, merupakan pasar yang bebas dan terbuka, dan memiliki nilai strategis bagi entry pasar negara-negara Amerika Selatan.

Diindikasikan pula pada hasil penelitian ini bahwa hambatan-hambatan perdagangan ke Brasil secara prinsip dapat diatasi oleh para eksportir Indonesia. Kemudian juga didapati kendala yang paling sering dihadapi eksportir Indonesia ke Brasil seperti kurangnya ketersediaan informasi mengenai Brasil, serta tidak pernah adanya upaya dari pemerintah Indonesia atau Brasil untuk melakukan misi/promosi dagang.

Indikasi yang terakhir dari analisis -penelitian ini bahwa produk Indonesia yang ,berpeluang bagus untuk diekspor ke Brasil adalah produk-produk: textile yarn seperti polyester dan nylon yam, produk olahraga, dan komponen peralatan elektronik. Untuk pasar Brasil produk-produk tersebut mengalami persaingan yang didominasi oleh Cina untuk produk textile yarn dan olahraga; serta oleh Jepang dan Korea Selatan untuk produk peralatan elektronik dan komponennya.

Untuk upaya mengatasi kendala kurangnya ketersediaan informasi tentang Brasil bagi eksportir, usaha yang paling nyata adalah menyararikan kepada BPEN untuk bekerjasama dengan kedutaan Indonesia di Brasil dan Kedutaan Brasil di Indonesia untuk menyediakan informasi tersebut atau diharapkan adanya sikap proaktif dari eksportir untuk mencari informasi mengenai Brasil dari Kedutaan Indonesia atau Brasil, Kamar Dagang Indonesia-Brasil, serta dari sumber di internet.