

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebelum Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) diberlakukan, perdagangan yang ada di Indonesia mengalami peningkatan. Kinerja yang dilakukan kementerian perdagangan melalui direktorat pengembangan ekspor dan Ekonomi Kreatif terus mendorong pengembangan merek-merek dagang Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui penyelenggaraan program terpadu dan berkelanjutan. Program tersebut diadakan khususnya untuk produk-produk ukm lokal yang berorientasi ekspors Pada tahun lalu sudah dilaksanakan program terpadu pengembangan merek produk untuk 74 UKM, dan dilanjutkan tahun ini untuk 75 merek ukm¹. Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Indonesia telah terbukti mampu bertahan dari guncangan ekonomi dan menjadi penyelamat bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun1997 dan krisis global 2008. Jumlah UMKM di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia. Meski secara kuantitas sangat besar dan menyerap banyak tenaga kerja, pangsa dalam pendapatan nasional masih sekitar 57%.²

Kementerian Perdagangan mendorong pelaku usaha kecil dan menengah untuk membangun jaringan lebih luas sebagai salah satu strategi memasarkan produk di pasar dalam negeri dan mancanegara. Pelaku ukm untuk memanfaatkan

¹ Kemenperin. (2017, November 3) UKM Kembangkan Merek Dagang. Diambil kembali dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4089/75-UKM-Kembangkan-Merek-Dagang>

² Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, Vita Intan Safitri, *Penguatan Sektor UMKM Sebagai Strategi Menghadapi MEA 201 5*, Jurnal Ekonomi Volume 5 Nomor 1,43

pemasaran melalui jalur dalam maupun jaringan atau "*online*" termasuk memanfaatkan transaksi perdagangan dalam jaringan. Strategi itu di antaranya dapat dilakukan untuk meningkatkan penetrasi ke pasar ekspor minimal ekspor di kawasan Asia Tenggara yang lebih berpeluang besar karena sudah terjalin kesepakatan negara anggota untuk mempermudah arus perdagangan barang dan jasa antarnegara di kawasan.

Ekspor produk kerajinan mengalami pertumbuhan nilai yang positif. Terlihat dari data yang diperoleh dari bps kemudian diolah kementerian perdagangan periode tahun 2010-2014 ekspor produk kerajinan Indonesia mengalami pertumbuhan positif sebesar 2,63% per tahun, dengan total ekspor kerajinan Indonesia tahun 2016 mencapai USD 694,34 juta. Kerajinan tangan kriya mampu menjadi pemasukan nilai ekspor terbesar kedua dari 16 subsektor yang ada. Pada 2015, nilai ekspor komoditas mencapai US \$ 704,66 juta. Jumlah itu meningkat dibanding tahun 2014 sebesar US \$ 694,34.³

Namun, persoalan ekspor di Indonesia mengalami suatu permasalahan di masa ekonomi yang dapat kita lihat pada tahun 2011 telah mengalami penurunan mengenai pertumbuhan ekspor yang berada di seluruh kelompok negara yang menjadi mitra dagang Indonesia. Penurunan yang telah mencapai di titik terendah pada tahun 2012, yakni kisaran -6% sampai dengan -12%. Kondisi ini di sebabkan karena terkena dampak dari krisis Eropa yang memiliki pengaruh terhadap perdagangan internasional. Perbaikan pertumbuhan nilai ekspor dimulai pada tahun 2013, walaupun tidak semua

³ Tempo. (2017 November 6). 52 Karya Kriya Dapat Dekranas Award. Diambil kembali dari <https://bisnis.tempo.co/read/763140/52-karya-kriya-dapat-dekranas-award>

kelompok negara melakukan hal itu. Permasalahan yang dialami Indonesia selanjutnya, yakni sumber daya manusia yang melimpah tetapi tidak semua memenuhi kualifikasi yang digunakan dalam persaingan mea. Banyaknya pengangguran merupakan menjadi penyebab dari kemiskinan yang terjadi di suatu negara. Maka, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia itu diperlukan pelatihan yang serius dan secara terus menerus agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas.

Persoalan selanjutnya yang dihadapi mengenai insentif setiap industri yang mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Kendala yang menjadi penghambat berupa kelonggaran dalam aturan dan proteksi mobilitas barang impor. Persaingan yang terjadi di pasar Indonesia, ketika barang impor masuk dan memiliki harga yang murah dibandingkan produk dalam negeri membuat konsumen tidak memikirkan mutu, kualitas yang baik yang dapat diperoleh dari membeli produk lokal. Kementerian Perdagangan harus melakukan kerja sama dengan Kementerian Keuangan untuk mendapat solusi yang terbaik. Pemerintah dapat memberikan kredit penjaminan ekspor dengan bunga di bawah bunga komersial. Lalu, mendapatkan asuransi ekspor dan kemudahan-kemudahan dalam memproduksi di Indonesia.

Semenjak MEA diberlakukan pada akhir Desember 2015 dan secara resmi MEA diadakan awal 1 Januari 2016. Pasar Bebas mulai direalisasikan. Barang yang berasal dari negara-negara ASEAN dapat dengan mudah masuk ke Indonesia. Persaingan saat ini di dunia usaha bukan lagi dominan menyangkut antar merek, produk, perusahaan atau bahkan negara namun sudah ditentukan oleh jaringan yang kuat.⁴ Selain itu, terdapat persaingan harga, varian, dan kualitas sangat ketat. Karena semua barang dapat dengan mudah masuk ke dalam negeri. Jadi, produk yang ada di dalam

⁴ Ibid., hlm. 1

negeri dibuat dengan berbagai macam varian terhadap produknya. Selain itu peningkatan kualitas produk juga sangat penting untuk dilakukan, karena berpengaruh dengan kepuasan pelanggan. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pengemasan suatu produk, pelanggan sangat puas dan senang jika produk yang dipesan sampai dengan cepat dengan pengemasan yang rapi dan unik. Ada 2 yang akan dihadapi saat ini direalisasikan, yaitu keuntungan atau kerugian bagi Indonesia. Keuntungan yang didapatkan oleh Indonesia saat ini mampu mengambil manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan negara dan masyarakat dari MEA, sebaliknya Indonesia mengalami kerugian jika tidak mampu berhadapan atau melawan persaingan dengan negara – negara lain dalam mekanisme/pertarungan pasar⁵

Ekspor yang mengalami peningkatan akan terbuka lebar dengan terciptanya perjanjian yang dilakukan oleh negara-negara yang bergabung di ASEAN berlokasi di Asia Tenggara. Tetapi, untuk menunjang perekonomian Indonesia melalui instansi pemerintahan berupa Kementerian Perdagangan dengan melihat potensi yang menjadi salah satu peluang terbesar yaitu dari sektor umkm yang mengalami perkembangan yang cukup baik untuk dipasarkan. Umkm memiliki banyak jenis, yang terlihat memiliki potensi yaitu handicraft menjadi salah satu potensi yang dapat dipasarkan dalam pasar internasional. Handicraft dapat menjadi bentuk yang dilakukan oleh Indonesia dalam mempromosikan kebudayaan, kultur, pariwisata di masing-masing daerah.

Untuk melihat tingkat pembangunan suatu negara dapat dilihat dari lajunya pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dengan menciptakan

⁵ Kompasiana. (2018 Mei 2). MEA 2015 dan Ancaman Untuk Indonesia. Diambil kembali dari https://www.kompasiana.com/sae/mea-2015-dan-ancaman-untuk-indonesia_54f3c0b3745513a12b6c7e23

peluang pekerjaan untuk mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Terciptalah sebuah gagasan yaitu dengan mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Untuk memperluas pasar umkm yang ada di Indonesia diperlukan pengembangan dalam produksi maupun pemasaran. *e-commerce* merupakan wadah yang dapat digunakan untuk pemasaran produk.

Dibukanya ruang-ruang perdagangan bebas dikawasan ASEAN diprediksi mampu mendorong hal positif bagi kawasan ASEAN diprediksi mampu mendorong hal positif bagi pembangunan ekonomi Indonesia, pertama mendorong pendapat Negara melalui ekspor dan impor. Kedua, membuka peluang industrialisasi baru di kawasan Indonesia yang sempat lesu karena krisis moneter yang terjadi tahun 1998. Ketiga, memperluas lapangan kerja professional bagi ledakan generasi-generasi muda baru di Indonesia serta memberikan kesempatan berkarir diberbagai wilayah di ASEAN.⁶

UMKM yang berarti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mempunyai arti menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan. **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha

⁶ Abdu Rofiq,Atep, *Menakar Pengaruh Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 Terhadap Pembangunan Indonesia*, Atep AbduRofiq:Menakar Pengaruh MEA 2015,250

Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.⁷ UMKM di Indonesia mempunyai banyak bentuk dan jenis. Di dalam skripsi ini saya akan menjelaskan sedikit mengenai Handicraft yang menjadi pembahasan. Data terbaru yang dikeluarkan oleh "World Economic Forum" bahwa peringkat daya saing UKM Indonesia naik dari nomor 52 menjadi nomor 38. Indeks daya saing (di antara negara ASEAN) itu 4,1 sama dengan Thailand.

Handicraft merupakan sebuah kegiatan seni yang menitik beratkan kepada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku disekelilingnya menjadi benda-benda yang tidak hanya bernilai pakai, tetapi juga bernilai estetis. *Handicraft* adalah kriya yang menggunakan pengetahuan dalam seni rupa murni seperti cara mematung atau mengukir untuk menghasilkan produk, namun tetap dengan tidak melulu kepada kepuasan emosi. Selain itu kegiatan ini lebih sering mengikuti tradisi daripada penemuan yang sering ditemukan secara individu oleh seorang perupa. *Handicraft* sendiri bisa berasal dari tanah, batu, kain, logam ataupun kayu.⁸

Aktivitas pada industri kerajinan di Indonesia sangat kental dengan *indigenousskill* (keahlian lokal) di mana tingkat keterampilan dan karakteristiknya dapat dibedakan berdasarkan lokasi atau daerah di mana *indigenousskill*

⁷ BUMN. (2017, November 3) Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah Menurut UU No Tahun 2008 Tentang UMKM. Diambil kembali dari (<http://bumn.go.id/jamkrindo/berita/0-KRITERIA-USAHA-MIKRO-KECIL-DAN-MENENGAH-MENURUT-UU-NO-20-TAHUN-2008-TENTANG-UMKM>)

⁸ Adang Nur Mi. (2017 November 3). Inspirasi Usaha Handicraft GOUKM. Diambil kembali dari https://www.academia.edu/29118430/Inspirasi_Usaha_Handicraft_GOUKM.pdf

tersebut tumbuh dan berkembang.⁹ Handicraft memiliki potensi dalam perdagangan luar negeri, dikarenakan banyak pengrajin yang ada di Indonesia dengan memiliki keanekaragaman pemikiran dalam seni. Hal ini yang menyebabkan barang yang diproduksi menjadi beranekaragam jenis. Selain itu perdagangan yang dilakukan mengalami sedikit peningkatan dalam penjualan kemudian menyebabkan neraca perdagangan menjadi baik. Neraca perdagangan turun salah satu penyebab dari tingginya harga tukar dollar terhadap rupiah. Handicraft menjadi daya tarik ekspor ke luar negeri yakni Malaysia, China, Norwegia, Singapura, Amerika Serikat, Meksiko, Italia, India.

Barang sering digunakan untuk menghias rumah dan keperluan di hari besar. Berlakunya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) menjadi tantangan bagi industri kerajinan di Indonesia. Pergerakan arus perdagangan yang secara bebas di antara negara-negara Asean memang menjadi ancaman dan tantangan di sejumlah kalangan industri termasuk handicraft. Namun demikian berlakunya MEA bukanlah hal yang harus ditakuti. Melainkan menjadi motivasi untuk mengembangkan industri agar dapat bersaing dengan produk dari negara lain, khususnya dari negara-negara anggota ASEAN.

Pada era MEA ini, siap tidak siap kita harus siap bersaing mengingat pengrajin Indonesia sudah berpengalaman, Kerajinan Indonesia menurutnya sudah menjadi sebuah modal utama bersaing. Mengingat kerajinan Indonesia tercipta dari keunikan budaya yang tidak dimiliki negara lain. Untuk itu pengrajin Indonesia dituntut untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya, selalu berinovasi dan melakukan

⁹ Kemenpar. (2018 Mei 2). Rencana Pengembangan Kerajinan Nasional. Diambil kembali dari <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/wp-content/uploads/2015/07/Rencana-Pengembangan-Kerajinan-Nasional.pdf>.

pengembangan desain produk agar tak kalah bersaing. Dalam rangka meningkatkan kompetensi, Pemerintah melalui Kemendag dengan Kementerian terkait dan Asephi ikut membantu membuka peluang pemasaran produk kerajinan di dalam dan luar negeri. Tak hanya itu diikutsertakan dalam berbagai pameran serta terus membina komunikasi dan kerja sama dengan instansi pembina di tingkat provinsi, kota, dan kabupaten.

Selanjutnya peluang menghadapi MEA, agar para pengrajin mampu bersaing dengan pasar internasional. tentu harus diimbangi dengan peningkatan kualitas. Kualitas yang baik tentu menjadi nilai utama agar produk Indonesia bisa mengalahkan negara lain. Tentunya ini memerlukan kreatifitas dari para seniman dan pengusaha. Pengembangan kerajinan membutuhkan kualitas dan kreatifitas yang harus bersaing, karena produk industri kerajinan harus selalu mengacu pada trend pasar serta perilaku konsumen yang terus berkembang. Kekuatan ini yang menjadi peluang untuk menghadapi dunia internasional. Pemerintah terus mendukung perkembangan ekonomi terutama dari sektor UMKM. Di mana UMKM berperan dalam perekonomian karena menggerakkan banyak tenaga kerja. Karenanya butuh juga, untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Di beberapa Daerah sentra-sentra kerajinan indonesia memiliki kapasitas SDM yang mumpuni untuk bersaing dari segi kerajinan dengan negara lain. Disamping itu diharapkan para perajin dapat mematenkan karyanya agar tidak diakui bangsa lain seperti sebelum-sebelumnya. Dengan begitu akan menjadi komoditas dan ciri utama dari produk yang dihasilkan Indonesia.

Kerja sama yang terjadi karena berada disuatu kawasan yang sama. Kerja sama tersebut terdapat dalam berbagai bidang yang bertujuan untuk mencapai keinginan masing-masing Negara. Dalam bidang ekonomi, kita dapat melihat terjadinya hubungan ekonomi antar Negara. Di dalam kawasan Asia Tenggara terdapat ASEAN yang berarti *Association Of*

South East Asian Nation (ASEAN) yang berdiri sejak tahun 1967. Awal pembentukannya ASEAN terdiri dari lima negara yakni Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, dan Filipina. Selain itu Brunei Darussalam bergabung pada tanggal 7 Januari 1984, Vietnam pada tanggal 28 Juli 1995, Laos dan Myanmar pada tanggal 23 Juli 1997, dan Kamboja pada tanggal 30 April 1999, yang membentuk sepuluh negara anggota ASEAN.¹⁰

Pembentukan *ASEAN Economic Community* (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015 merupakan tonggak utama dalam agenda integrasi ekonomi regional di ASEAN, menawarkan peluang berupa pasar yang besar sebesar US\$ 2,6 triliun dan lebih dari 622 juta orang. Visi yang ada di dalam AEC pada tahun 2025 yang sangat terintegrasi dan terpadu, kompetitif, inovatif dan dinamis dengan konektivitas yang pasar tunggal dan produksi disempurnakan dan kerjasama sektoral: dan komunitas yang lebih tangguh, inklusif, dan berorientasi pada orang, yang berpusat pada masyarakat, terintegrasi dengan ekonomi global.¹¹ MEA, sebagai wadah integrasi bidang ekonomi antar anggota ASEAN memiliki karakteristik. Dilihat dari segi aspek bahasa, anggota MEA menunjukkan keragaman bahasa dan tentunya juga keragaman budaya. Ini berarti bahwa terbentuknya MEA bukan hanya sebagai bentuk integrasi ekonomi ASEAN tetapi juga integrasi bahasa dan budaya. Keragaman bahasa dan budaya dapat dilihat pada penggunaan

¹⁰ ASEAN. (2017 November 1). About ASEAN. Diambil kembali dari <http://asean.org/asean/about-asean/>

¹¹ ASEAN. (2017 November 1). ASEAN Economic Community. Diambil kembali dari <http://asean.org/asean-economic-community/>

logo atau ikon yang merepresentasikan makna Masyarakat Ekonomi ASEAN.¹²

ASEAN merupakan pasar bersama dengan 500 juta penduduk. Banyak yang bisa dimanfaatkan dari jumlah penduduk besar di luar Indonesia dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi dari Indonesia. Untuk masa-masa pemulihan ekonomi Indonesia, pasar di luar Indonesia dengan daya beli yang kuat tersebut merupakan daya penggerak ekonomi Indonesia karena dapat menyerap hasil-hasil industri Indonesia.¹³

Hambatan yang dihadapi Indonesia untuk menghadapi MEA. Pertama, mutu pendidikan tenaga kerja masih rendah, di mana hingga Februari 2014 jumlah pekerja berpendidikan SMP atau dibawahnya tercatat sebanyak 76,4 juta orang atau sekitar 64 persen dari total 118 juta pekerja di Indonesia. Kedua ketersediaan dan kualitas infrastruktur masih kurang sehingga memengaruhi kelancaran arus barang dan jasa. Ketiga, sektor industri yang rapuh karena ketergantungan impor bahan baku dan setengah jadi. Keempat, keterbatasan pasokan energi. Kelima, lemahnya Indonesia menghadapi serbuan impor, dan sekarang produk impor Tiongkok sudah membanjiri Indonesia.¹⁴

Jika, usaha yang dilakukan pemerintah maksimal dalam penanganannya. Perkembangan UKM yang ada di Indonesia dapat terus tumbuh, dan menciptakan suasana ekonomi yang makin kompleks. Di dalam skripsi ini, saya ingin

¹² Muhammad Hasyim, Hasbullah, Isfajar, *Ikonitas "Bhinneka Tunggal Ika" Dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, Jurnal Ilmu Budaya Volume 4 Nomor 1, 73

¹³ Kemendag, Loc. Cit,

¹⁴ National Geographic. (2017 November 6). Pahami Masyarakat-Masyarakat ASEAN MEA 2015. Diambil kembali dari <http://nationalgeographic.co.id/berita/2014/12/pahami-masyarakat-ekonomi-asean-mea-2015>

memaparkan kinerja kementerian perdagangan dari sumber-sumber yang saya dapatkan. Oleh karena itu dalam skripsi ini saya akan membahas mengenai Peranan Kementerian Perdagangan Dalam Pengembangan Ekspor Ukm *Handicraft* Indonesia Di Era Mea 2016.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana upaya Kementerian Perdagangan dalam pengembangan ekspor UKM *handicraft* Indonesia di era MEA 2016?

C. Kerangka Teori

Dalam melakukan penelitian. Peneliti ingin menjelaskan mengenai Masyarakat Ekonomi ASEAN, agar lebih mudah memahami penelitian ini. ASEAN Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mulai berlaku pada tahun 2015. MEA ini mengintegrasikan seluruh negara-negara di kawasan Asia Tenggara dalam berbagai bidang terutama di bidang ekonomi. Dalam kesepakatan MEA, yang menjadi 4 (empat) pilar, yakni ; 1. Menuju *single market and production based*, yakni arus perdagangan bebas untuk sektor barang, jasa, investasi, pekerja terampil, dan modal. 2. Menuju penciptaan kawasan regional ekonomi yang berdaya saing tinggi, 3. Menuju suatu kawasan dengan pembangunan ekonomi yang melalui pengembangan UKM dan program-program *Initiative for ASEAN Integration* (IAI). 4. Menuju integrasi penuh pada ekonomi global.¹⁵

¹⁵ Kementerian Luar Negeri, Geliat UKM di Era MEA, Masyarakat ASEAN Edisi 12 2016,94

Konsep merupakan abstraksi mewakili suatu obyek juga melambangkan suatu gagasan.¹⁶ Ada 2 konsep yang digunakan, yakni konsep diplomasi ekonomi digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN. Untuk membantu penulis dalam mengerjakan diperlukan konsep yang memiliki keterkaitan dengan pemerintah yang merupakan aktor yang berperan. Selanjutnya, konsep yang digunakan, yakni konsep perdagangan bebas. Perdagangan bebas digunakan karena berkaitan dengan pembahasan yang diambil mengenai masyarakat ekonomi asean. Pemerintah dalam penerapan suatu peraturan melewati banyak penelitian, memikirkan jangka kedepannya bagi perekonomian Indonesia. Agar terciptanya neraca perdagangan yang stabil. Konsep yang digunakan, yakni:

1. Diplomasi Ekonomi

Konsep ini menjelaskan kegiatan yang dilakukan suatu negara untuk melakukan aktifitas perdagangan yang terjadi. Konsep yang mengajarkan makna dari aktifitas perdagangan yang baik dan benar. Meski pada realita yang ada perdagangan yang terjadi mengalami perubahan dalam penerapannya. Konsep yang digunakan merupakan bentuk dari diplomasi yang telah dikapitalisasi menjadi dan memberikan manfaat bagi ekonomi rakyat Indonesia.

Menurut Kishan S. Rana konsep dari Diplomasi ekonomi adalah proses di mana negara-negara menangani dunia luar, untuk memaksimalkan keuntungan nasional mereka di semua bidang kegiatan, termasuk perdagangan, investasi dan bentuk pertukaran ekonomi yang menguntungkan lainnya, di mana mereka

¹⁶ Mohtar Mas'ood, Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi, LP3ES, Jakarta , September 1994, 93

menikmati keunggulan komparatif memiliki dimensi bilateral, regional dan multilateral, yang masing-masing penting. Bukan lagi monopoli entitas negara, agen resmi kementerian luar negeri dan ekonomi, layanan diplomatik dan komersial, ditambah badan promosi mereka sekarang terlibat dalam kemitraan dinamis dengan berbagai non-negara aktor non-negara.¹⁷

Didalam diplomasi ekonomi terdapat langkah yang dapat diambil untuk mencapai hasil yang diinginkan, yakni pertama keterlibatan ekonomi di luar negeri melibatkan lebih dari kementerian urusan luar negeri, perdagangan dan industri. Lembaga negara perlu mengambil inisiatif untuk menciptakan kemitraan publik-swasta yang layak dan inovatif. Beberapa negara secara proaktif menjangkau aktor-aktor non-negara ini dan telah mengooptasi mereka untuk memajukan kepentingan ekonomi di luar negeri, melalui mekanisme formal dan informal. Kedua struktur urusan luar negeri dan manajemen ekonomi eksternal perlu diintegrasikan atau diselaraskan. Metode ini membentuk mekanisme koordinasi khusus untuk menangani pekerjaan ekonomi eksternal, seperti pengawasan. Ketiga prioritas ganda langsung diplomasi ekonomi adalah promosi ekspor dan mobilisasi investasi asing ke dalam. Promosi ekspor ini melibatkan membantu perusahaan komersial rumah untuk mencari pasar luar negeri, agen resmi menjadi fasilitator. Untuk meningkatkan potensi investor asing pada peluang di negara asal, dan kemudian melakukan promosi yang ditargetkan, yang pertama menghasilkan tangkapan investor asing potensial, dan yang kedua berfungsi untuk menerjemahkan niat untuk bertindak.¹⁸

¹⁷ Kishan S Rana, *Economic Diplomacy: the Experience of Developing Countries*, CUTS International, 2011, 1

¹⁸ *Ibid*

Keempat kerangka regulasi adalah tanggung jawab pemerintah dibantu oleh ruang-ruang bisnis, pakar dan sarjana yang bertujuan untuk menciptakan kondisi yang diperlukan untuk memajukan perdagangan dan investasi. Kelima membedakan antara diplomasi ekonomi karena beroperasi dari modal rumah, dan lapangan, yaitu melalui jaringan kedutaan dan konsulat. Keenam mengakui nilai diplomasi ekonomi yang bervariasi adalah keefektifan mereka dalam tindakan yang diambil. Kelemahan di sektor ini kurangnya dorongan umum dalam mekanisme diplomatik seluruh negara.¹⁹

Penulis menggunakan konsep ini dikarenakan konsep yang digunakan sangat cocok memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas. Diplomasi ekonomi yang dijelaskan dalam bentuk yang dapat memberikan keuntungan terhadap penggunaannya, yang dapat diperoleh dari investor maupun pihak yang menjadi tujuan investor. Yang menjadi fokus dari konsep ini bukan hanya keuntungan yang didapat melainkan dapat terwujudnya bentuk kerja sama yang beraneka ragam. Konsep yang dapat dilakukan melalui kerja sama dengan instansi pemerintah terkait lalu dilanjutkan kerja sama dengan negara yang menjadi tujuan kerja sama. Penyampaian, pemaparan secara spesifik menjadi sebuah hal yang penting dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman di masa yang akan mendatang.

2. Konsep Pasar Bebas

Konsep ini menjelaskan tentang pasar bebas, sesuai dengan namanya bebas yang memiliki arti semua pihak memiliki kebebasan dalam beraktifitas maupun

¹⁹ Ibid

menetapkan sebuah kebijakan dan yang lainnya. Kenyataannya harga dalam pasar bebas ditentukan dari permintaan dan penawaran yang terjadi antara pembeli dan penjual. Secara umum pasar bebas merupakan sebuah konsep perekonomian yang beracuan pada suatu penjualan produk yang dilaksanakan antar Negara tanpa adanya pemungutan pajak atas ekspor dan impor atau hambatan perdagangan yang lainnya.

Kebijakan MEA adalah agar daya saing ASEAN meningkat sehingga dapat menyaingi Tiongkok dan India untuk dapat menarik investasi asing. Penanaman modal asing di wilayah Indonesia sangat dibutuhkan untuk meningkatkan lapangan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk Indonesia. Kebijakan pembentukan pasar tunggal yang disebut sebagai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) ini merupakan suatu kebijakan yang memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara yang ada di Asia Tenggara lainnya. Oleh karena itu, dengan mudahnya perdagangan maka akan mengakibatkan kompetisi pemasaran barang dan jasa di wilayah Asia Tenggara akan meningkat.²⁰

Teori nilai yang digunakan Adam Smith adalah teori biaya produksi, walaupun semula menggunakan teori nilai tenaga kerja. Barang mempunyai nilai guna dan nilai tukar. Ongkos produksi menentukan harga relatif barang, sehingga tercipta dua macam harga, yakni harga alamiah dan harga pasar dalam jangka panjang harga pasar akan cenderung menyamai harga alamiah, dan dengan teori tersebut timbul konsep

²⁰ Kompasiana, Indonesia Strategi Hadapi MEA 2015, diakses dari http://www.kompasiana.com/sonnyketc/indonesia-strategi-hadapi-mea-2015_55a3418c6d7a61dd055809b9, pada tanggal 8 November 2017

paradoks tentang nilai. Usulan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam upaya menyelesaikan hambatan yang menjadi masalah disuatu lingkungan tertentu. Sumber pengusul sangat berperan dalam menetapkan program-programnya dengan menetapkan tujuan dan sasaran yang diinginkannya untuk ditindaklanjuti oleh pemerintah.²¹ Nilai tukar atau harga suatu barang sangat ditentukan oleh jumlah tenaga yang diperlukan untuk menghasilkan barang tersebut. Nilai tukar dapat diartikan dengan kemampuan sesuatu barang untuk memperoleh barang lain.²²

Penulis menggunakan teori ini, karena perdagangan yang terjadi di ASEAN merupakan bentuk nyata dari suatu perdagangan. Karena didalam perdagangan tersebut terjadi jual beli yang berarti terdapat produsen dan konsumen. Selain itu dilakukan di suatu lingkup kawasan. Selain itu terciptalah sebuah kebijakan yang merupakan hasil rapat dari anggota-anggota ASEAN yang berupa MEA(Masyarakat Ekonomi ASEAN). Kebijakan ini dibentuk dengan tujuan dapat mengatasi masalah-masalah yang terjadi di bidang perekonomian antar negara ASEAN, mempromosikan hasil atau karya dari masing-masing negara, kemudian dikirim di Negara-negara kawasan ASEAN dan terjadinya peningkatan stabilitas perekonomian.

D. Hipotesa

²¹ Cahyono,Dwi, Teori-Teori Perdagangan Internasional, diakses dari https://www.academia.edu/8732972/TEORI-TEORI_PERDAGANGAN_INTERNASIONAL, pada tanggal 8 November 2017

²² Deliarnov,Perkembangan Pemikiran Ekonomi(Raja Grafindo Persada Jakarta,2005),34-35

Dari latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori dalam upaya Kementerian Perdagangan dalam pengembangan ekspor ukm *handicraft* indonesia di era mea 2016 , maka penulis mengambil hipotesa yaitu sebagai berikut:

1. Kementerian Perdagangan dalam pengembangan ekspor ukm *handicraft* memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UKM Handicraft.
2. Kementrian Perdagangan melakukan penjualan produk UKM Handicraft yang dilaksanakan antar negara yaitu negara-negara anggota ASEAN.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Penulis ingin mencari informasi lebih lanjut upaya yang telah dan akan dilakukan pemerintah Indonesia dalam mengembangkan UKM *handicraft*
2. Penulis ingin mencari upaya yang dilakukan Kementerian Perdagangan dalam pengembangan UKM *handicraft*
3. Penulis ingin memaparkan perkembangan dari aksi yang dilakukan kementerian perdagangan sebelum dan sesudah MEA diadakan.

F. Jangkauan Penelitian

Jangkauan penulisan dalam sebuah penelitian sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya penyimpangan pembahasan, dan juga untuk membantu pembuktian terhadap hipotesa dan pokok permasalahan yang telah ditentukan. Lebih jauh lagi, pembatasan dalam sebuah penelitian dimaksudkan agar objek penelitian lebih jelas dan spesifik, sehingga permasalahan dan kajian tidak keluar dari yang telah

ditetapkan. Untuk memudahkan penulisan ini, penulis memberikan batasan ruang lingkup yang ingin diteliti agar dapat memudahkan penulis dalam menjawab rumusan masalah yang diajukan. Adapun batasan tersebut yang berkaitan dengan judul Upaya Kementerian Perdagangan dalam Pengembangan Ekspor UKM *Handicraft* Indonesia di Era MEA 2016. Tetapi, data dan informasi yang berada di luar rentang waktu tersebut masih bisa digunakan dan dianggap masih layak untuk dipakai.

G. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pencarian data sekunder. Pencarian data tersebut berasal dari sumber berupa buku, dan internet. Pencarian data yang berupa buku berupa Buku Cetak, dan Ebook, sedangkan sumber berasal dari internet berupa website, jurnal, dsb.

1. Jenis Analisa

Berdasarkan pertanyaan yang penulis rumuskan pada bagian sebelumnya, maka penulisan dalam penelitian ini menggunakan jenis analisa deskriptif mengenai peranan kementerian perdagangan dalam pengembangan ukm *handicraft* Indonesia.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah telaah pustaka (*library research*). *Library research* dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari literatur yang berhubungan dengan objek penelitian dan kemudian menganalisanya. Sumber literatur utamanya berasal dari buku, artikel, jurnal, makalah, surat kabar, dan situs-situs internet yang berkaitan dengan objek penelitian.

3. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan oleh penulis adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber dan literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data yang dikumpulkan bersifat kualitatif yang selanjutnya akan dianalisis, dimana penulis akan menjawab permasalahan berdasarkan fenomena-fenomena dan data yang penulis peroleh.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, landasan teori, rumusan masalah, hipotesis, tujuan penelitian, metode penelitian, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Dalam bab dua membahas mengenai Kementerian Perdagangan sebagai perlindungan kepentingan dalam perdagangan internasional

BAB III: Dalam bab tiga akan membahas mengenai Pengaruh *mea* dalam pengembangan perkembangan ekspor *umkm* di Indonesia

BAB IV: Dalam bab empat menjelaskan bagaimana upaya kementerian perdagangan dalam mengembangkan *umkm handicraft* dalam lingkup kawasan asia tenggara.

BAB V: Dalam bab lima membahas kesimpulan yang berisi analisis berasal dari bab - bab sebelumnya dan hal penting dari upaya kementerian perdagangan dalam pengembangan *umkm handicraft* di era *mea* 2016.