

BAB II

KEMENDAG SEBAGAI PERLINDUNGAN KEPENTINGAN DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Perdagangan Internasional yang dilakukan oleh semua negara dapat menjadi penunjang ekonomi negaranya. Karena didalamnya terdapat aktifitas berdagang. Selain itu, dapat meningkatkan perekonomian dengan baik dari sektor ekspor, impor yang digunakan untuk pembangunan dalam negara. Hal ini merupakan tugas dari instansi Kementerian Perdagangan (kemendag) yang memiliki peranan penting dalam perdagangan internasional. Bertugas dalam penanganan ekspor dan impor yang ada di dalam negara Indonesia. Bentuk aktifitas yang terjadi berupa peneningkatan nilai ekspor yang dapat mempengaruhi meningkatnya perekonomian melalui sektor perdagangan. Didalam bab ini akan membahas mengenai Kementerian Perdagangan (Kemendag) sebagai bentuk dari perlindungan kepentingan dalam perdagangan internasional sebagai wujud dari aksi yang dilakukan pemerintah melalui instansi nya dalam penanganan ekspor impor.

A. Kementerian Perdagangan

Di setiap negara memiliki badan yang mengatur arus perdagangan dalam maupun luar. Indonesia memiliki Kementerian Perdagangan yang bertugas mengatur semua itu. Kementerian Perdagangan dalam menjalankan tugas mempunyai visi agar dalam penerapan peraturan dapat tegas yakni, terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong. Misi yang digunakan Kementerian perdagangan bertugas menjaga kedaulatan dan kepentingan nasional Indonesia di dalam

proses perundingan perdagangan internasional, Menjalankan komitmen terhadap hasil-hasil perundingan perdagangan internasional, Memberikan manfaat sebesar-besarnya dari hasil perundingan perdagangan internasional. Tujuan didirikan Kementerian Perdagangan yaitu Melindungi kepentingan nasional dari praktek-praktek perdagangan internasional yang tidak adil, Meningkatkan akses pasar produk dalam negeri di pasar internasional, Memastikan konsisten antara hasil perundingan dengan kebijakan nasional di dalam negeri, Meningkatkan pemanfaatan hasil perundingan perdagangan internasional oleh masyarakat Indonesia.¹

Didalam Kementerian Perdagangan terdapat struktur organisasinya, terdiri dari a. Sekretariat Jenderal, b. Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, c. Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, d. Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, e. Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan, f. Internasional; Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, g. Inspektorat Jenderal, h. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, i. Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan, j. Staf Ahli Bidang Pengamanan Pasar, k. Staf Ahli Bidang Perdagangan Jasa, l. Staf Ahli Bidang Hubungan Internasional, m. Staf Ahli Bidang Iklim Usaha dan Hubungan Antar Lembaga.² Setiap masing-masing bidang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda juga. Bidang yang dibentuk tersebut, dikarenakan pemerintah ingin mengelola perdagangan yang ada di dalam negeri. Tetapi, dalam penerapannya di masyarakat memang

¹ Kemendag. (2018 Februari 22). Visi dan Misi ppi. Diambil kembali dari <http://ditjenppi.kemendag.go.id/id/tentang-kami/visi-dan-misi-ppi/f>

² Kemenperin. (2018 Maret 17). Perpres RI . Diambil kembali dari http://jdih.kemenperin.go.id/site/download_peraturan/2085

mengalami sedikit hambatan. Semua yang dilakukan belum tentu dapat berhasil secara sempurna, di setiap agenda akan terlihat sedikit kekurangannya. Langkah yang diambil pemerintah dengan menyusun dan membuat bidang-bidang yang ada di bawah Kementerian Perdagangan terlihat pemerintah juga memperhatikan perdagangan tersebut. Penyampaian aspirasi oleh para pengusaha terhadap perdagangan yang ada dapat disalurkan melalui kementerian perdagangan. Hal ini, dapat memicu agar meningkatkan kinerja dari dalam kementerian perdagangan. Kementerian Perdagangan dituntut mempunyai inisiatif, terbaru, kreatif, bijak, jujur, bertanggung jawab atas tugas yang diberikan.

Dilanjutkan dengan membahas mengenai peraturan dalam kemendag mengenai perdagangan internasional.

1. Peraturan dalam Kementerian Perdagangan Mengenai Perdagangan Internasional

Peraturan dibuat agar perdagangan yang ada di dalam negeri menjadi lebih rapi, tertib, mencegah terjadinya hal yang tidak diinginkan, membuat pelaku yang melanggar menjadi jera. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan ketentuan untuk barang ekspor yang berasal dari Indonesia. Setiap kegiatan ekspor mengalami ketentuan yang berbeda. Kegiatan ekspor barang yang memiliki tujuan ke negara-negara anggota ASEAN dalam rangka "ASEAN CUMULATION. Ekspor barang yang ditujukan ke negara-negara dalam rangka GSP. Sebelumnya, seorang ekspor harus mengisi Formulir A(SKA). Barang ekspor masing-masing kurang dari US \$259, Can \$ 500 dan Yen 200.000 tidak memerlukan SKA Form A. Negara-negara yang menganut kriteria Proses adalah Jepang, Uni

Eropa dan EFTA.³ Ketentuan peraturan dalam perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

- a. Untuk beberapa produk tertentu yang terdapat dalam Daftar Tunggal (“*Single list*”) skema GSP-Uni Eropa, EFTA dan Jepang harus dikerjakan/diolah sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Daftar Tunggal tersebut.
- b. Kriteria persentase yaitu pengerjaan/pengolahan yang cukup dan mengubah bentuk, sifat atau kegunaan dari bahan baku semula yang ditandai dengan penetapan batas minimal penggunaan kandungan lokal (“*Local Content*”) atau batas maksimal penggunaan kandungan impor (“*Import Content*”).
- c. Apabila dalam suatu proses produksi terdapat kandungan impor yang berasal dari negara-negara anggota ASEAN, maka kandungan impor tersebut dapat dianggap sebagai berasal dari Indonesia (ASEAN CUMULATION).
- d. Ketentuan pemanfaatan “ASEAN CUMULATION” ke Jepang sebagai berikut:
 - 1) Menggunakan Form A, dan dilengkapi dengan “*Certificate of Cumulative Working/Processing*”, atau
 - 2) Apabila dalam suatu proses produksi terdapat kandungan impor yang berasal dari Jepang serta kandungan impor tersebut berada di luar daftar barang “*Donor Country Content Jepang*” yang

³ Kementerian Perdagangan, diakses dari <http://bcjakarta.beacukai.go.id/app/admin/public/media/files/permen-dag-59-2010-ekspor-lain.pdf>, pada tanggal 10 April 2018

tidak diijinkan, kandungan impor tersebut dapat dianggap sebagai berasal dari Indonesia, sehingga menggunakan Form A dan dilengkapi dengan “Certificate of Materials Imported From Japan”.⁴

Arah kebijakan perdagangan luar negeri, melalui empat pilar strategi, yaitu: 1. Menjaga dan meningkatkan pangsa pasar produk Indonesia di pasar ekspor utama (*market maintenance*) 2. Meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar prospektif (*market creation*) 3. Mengidentifikasi peluang pasar ekspor produk dan jasa potensial (*product creation*), dan 4. Meningkatkan fasilitasi ekspor dan impor untuk mendukung daya saing nasional (*export facilitation and impor management*).⁵

Strategi nasional yang digunakan sebagai upaya untuk menjaga dan meningkatkan pangsa pasar produk Indonesia di pasar ekspor utama (*market maintenance*) adalah 1. meningkatkan kemampuan diplomasi perdagangan dalam rangka (i) mengamankan akses pasar dan (ii) menurunkan hambatan non tarif. 2. Meningkatkan perwakilan dagang di luar negeri dalam rangka (i) memantau pangsa pasar produk ekspor Indonesia di negara tujuan ekspor utama dan (ii) memantau isu-isu perdagangan dan perkembangan

⁴ Ibid

⁵ Kemendag, Transparansi Kinerja Renstra Kemendag No 81 Tahun 2016, diakses dari <http://ditjenpkn.kemendag.go.id/app/repository/upload/document/T-RANS-PARANSI%20KINERJA/RENSTRA%20KEMENDAG%2081%20thn%202016.pdf>, pada tanggal 12 April 2018

ekonomi yang mempunyai dampak bagi ekspor Indonesia.⁶

Strategi yang dapat digunakan yang mengalami keterkaitan upaya mengidentifikasi peluang pasar ekspor produk dan jasa potensial (product creation) adalah 1. Meningkatkan efektivitas *market intelligence* dalam rangka melakukan identifikasi permintaan barang dan jasa termasuk produk kreatif dan produk halal yang berpotensi diproduksi oleh produsen Indonesia dan dapat dipasarkan di negara tertentu. 2. Meningkatkan kapasitas dan kemampuan calon eksportir atau eksportir pemula melalui peningkatan pemahaman mengenai pasar ekspor dan pelatihan teknis pemasaran produk ekspor seperti teknis pengemasan (packaging) yang baik sehingga termotivasi untuk memasarkan produk di pasar internasional. 3. Meningkatkan sosialisasi dan diseminasi informasi mengenai produk potensial kepada seluruh produsen atau pelaku usaha potensial khususnya agar dapat menghasilkan barang atau jasa bernilai tambah lebih tinggi. 4. Meningkatkan daya saing produk nasional melalui peningkatan kualitas produk ekspor, peningkatan citra produk Indonesia, penetapan harga produk yang lebih kompetitif, serta peningkatan kualitas layanan yang berstandar internasional. 5. Meningkatkan kuantitas dan kualitas ekspor jasa prioritas dalam rangka mendorong ekspor non migas, meningkatkan efisiensi ekonomi dan produktivitas ekonomi serta meningkatkan fasilitasi perdagangan melalui upaya, antara lain (i) peningkatan koordinasi dengan instansi terkait yang antara lain melalui pengembangan dan implementasi roadmap sekitar jasa. (ii) peningkatan pemanfaatan jasa prioritas yang dihasilkan pelaku usaha domestik sehingga dapat memberikan insentif bagi perkembangan

⁶ Ibid

industri jasa nasional dan mengurangi impor, (iii) pemanfaatan jaringan produksi global bidang jasa dalam meningkatkan daya saing sektor jasa, (iv) peningkatan pemanfaatan hasil perundingan jasa, (v) peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang berkaitan dengan perdagangan jasa, sehingga memberikan kualitas statistik perdagangan jasa, dalam menyediakan data dan informasi yang akurat.

Strategi selanjutnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan fasilitasi produk ekspor dan impor untuk mendukung daya saing produk nasional (*export facilitation and import management*) adalah 1. Meningkatkan efektivitas manajemen impor untuk (i) meningkatkan daya saing produk ekspor nonmigas melalui upaya memperlancar impor barang modal dan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk ekspor nonmigas, tetapi kebutuhannya belum dapat dipenuhi dari dalam negeri, serta melakukan upaya harmonisasi kebijakan impor, dan (ii) meningkatkan daya saing produk nasional di pasar domestik termasuk di daerah perbatasan. 2. Mengoptimalkan fasilitas safeguards dan pengamanan perdagangan lainnya untuk melindungi produk dan pasar dalam negeri dari praktek-praktek perdagangan yang tidak adil (*unfair trade*) dan menghindari penggunaan fasilitas pengamanan perdagangan sebagai instrumen yang dapat mendukung perilaku anti persaingan dari pihak yang dilindungi. 3. Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan *Free Trade Agreements* (FTA) yang sudah dilakukan, termasuk pemanfaatan fasilitas *safeguard*, untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan dan daya saing produk nasional. 4. Meningkatkan upaya pemantauan produk dan jasa luar negeri yang berpotensi mengancam daya saing produk lokal di pasar domestik, salah satunya melalui peningkatan peran perwakilan

dagang luar negeri untuk melaksanakan pemantauan perkembangan produk dan jasa di luar negeri (*market intelligence*) yang akan dipasarkan di Indonesia. 5. Meningkatkan fasilitasi impor untuk menjamin ketersediaan barang modal dan bahan baku untuk mendukung daya saing industri nasional, terutama melalui harmonisasi kebijakan impor, koordinasi lintas sektor dan lintas instansi pemerintah, serta penyederhanaan proses impor agar lebih efisien. 6. Mengembangkan fasilitasi perdagangan yang lebih efektif, terutama guna mempercepat proses perizinan dan memperlancar aktivitas ekspor dan impor melalui pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan skema pembiayaan ekspor, dan harmonisasi regulasi terkait ekspor dan impor.

Peraturan yang diatas merupakan aturan yang telah dibuat oleh kementerian perdagangan mengenai kegiatan perdagangan ekspor. Sebagai pelaku ekspor diharapkan telah membaca dan memahami aturan tersebut. Agar terhindar dari hukuman yang akan diberikan bila melakukan pelanggaran.

2. Kebijakan Kementerian Perdagangan Dalam Membentuk Perlindungan Kepentingan Perdagangan Internasional

Perdagangan memiliki hubungan dengan pendapatan untuk menambah pemasukan suatu negara. Tidak semua perdagangan mendapatkan keuntungan, disisi lain perdagangan juga dapat menimbulkan kerugian. Hal ini yang menjadi pemerintah agar negara tidak mengalami kerugian yang besar. Perdagangan menciptakan peluang untuk mempromosikan produk yang ada dalam negara.

Menurut Roselyne Hutabarat perdagangan internasional adalah transaksi perdagangan internasional (*international trade*) yang sederhana dan tidak lebih dari membeli dan menjual barang antara pengusaha - pengusaha yang bertempat di negara yang berbeda.⁷ Perdagangan Internasional yang berarti terjadinya jual beli antarpenjual dan pembeli. Perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain karena adanya dasar kesepakatan bersama. Transaksi yang dilakukan dapat mengakibatkan terjadinya ekspor dan impor.

Dalam prinsip ekonomi terdapat tiga macam kegiatan ekonomi yakni distributor, produksi, konsumen. Perdagangan yang terjadi mempunyai kegiatan ekonomi diatas. Globalisasi ekonomi yang nyata menimbulkan pergeseran kualitatif menuju perekonomian dunia yang tidak lagi berdasarkan pada perekonomian nasional yang otonom, melainkan berdasar pada pasar global yang kuat bagi produksi, distribusi dan konsumsi.⁸ Ekspor yang berarti perdagangan barang atau jasa yang berasal dari dalam negeri kemudian terjadilah transaksi dengan negara lain, sedangkan impor merupakan bentuk perdagangan barang atau jasa yang berasal dari luar kemudian barang tersebut dikirimkan ke dalam negara. Selain itu,

⁷ Nanda Ramon, Pengertian Perdagangan Menurut Para Ahli, diakses dari

https://www.academia.edu/23214973/Pengertian_Perdagangan_Internasional_Definisi_Menurut_Para_Ahli pada tanggal 10 April 2018

⁸ Robert Jackson, Georg Sorensen, Pengantar Studi Hubungan

perbedaan perdagangan biasa dengan perdagangan internasional yang dapat dilihat pada alat pembayaran yang digunakan. Alat pembayaran yang digunakan merupakan bentuk kesepakatan kedua negara yang melakukan transaksi.

Ada dua tipe dasar perdagangan antar negara yang terlihat yakni pertama di mana negara penerima itu sendiri tidak dapat menghasilkan barang atau memberikan layanan yang dimaksud, atau di mana mereka tidak memiliki cukup. Kedua, di mana mereka memiliki kemampuan memproduksi barang atau memasok layanan, tetapi tetap mengimpornya.⁹ Alasan untuk mengimpor kategori produk ini umumnya terbagi dalam tiga klasifikasi: barang impor mungkin lebih murah daripada yang diproduksi di dalam negeri, lebih banyak jenis barang dapat dibuat melalui impor, barang yang diimpor dapat menawarkan kelebihan selain harga yang lebih rendah produksi dalam negeri - kualitas atau desain yang lebih baik, status yang lebih tinggi (misalnya, pelabelan prestise), fitur teknis, dll.¹⁰

Kementerian Perdagangan dalam melakukan suatu kegiatan yang memiliki interaksi dengan perdagangan yang ada di Indonesia, lalu membentuk pelaksana yang didalamnya terdapat bidang pengembangan ekspor nasional yang sering disebut Ditjen Pen. Pelaksana tersebut memiliki tanggung jawab terhadap ekspor yang ada di Indonesia. Ditjen Pen mempunyai tugas pokok menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang promosi, pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor,

⁹ Jim Sherlock, Jonathan Reuvid, Buku Pegangan dari Perdagangan Internasional Panduan untuk Prinsip dan Praktek Ekspor, GMB Publishing Ltd, United Kingdom, 2008, 3

¹⁰ *ibid*

serta pelaku ekspor. Struktur yang ada didalam Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor dipimpin oleh seorang jenderal dibantu oleh sekretaris direktorat jenderal. Direktur terdapat empat macam terdiri dari direktur pengembangan pasar dan informasi ekspor, direktur pengembangan produk ekspor, direktur pengembangan promosi dan citra, dan direktur kerjasama pengembangan ekspor serta seorang kepala balai besar pendidikan dan pelatihan ekspor Indonesia. Didalam struktur organisasi tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda.¹¹ Dalam melaksanakan tugas pokok, Ditjen PEN menyelenggarakan fungsi-fungsi sebagai berikut:

- a. Perumusan kebijakan di bidang peningkatan dan pengembangan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi.
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang peningkatan dan pengembangan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor dan penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi.
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang penyelenggaraan promosi dagang, dan kampanye pencitraan Indonesia;
- d. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang penyelenggaraan

¹¹ Kementerian Perdagangan, Report on Export Development 2016, diakses dari http://djpen.kemendag.go.id/dgnedreport/uploads/Annual_Report_DGNED_2016.pdf, pada tanggal 5 April 2018

- promosi dagang, dan kampanye pencitraan Indonesia;
- e. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang peningkatan dan pengembangan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi
 - f. Pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, dan
 - g. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri mendapatkan amanah (1) mewujudkan kestabilan harga dan keterjangkauan barang kebutuhan pokok dan barang penting (2) meningkatnya konsumsi produk dalam negeri, serta (3) mewujudkan tertib usaha di bidang perdagangan dalam negeri. Beberapa program utama yang diusung Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada tahun 2015- 2019 adalah:

- a. Pengembangan Kapasitas Logistik Perdagangan dan Sarana Distribusi Perdagangan dengan sasaran utama terbangunnya sarana perdagangan dalam rangka kelancaran distribusi barang kebutuhan pokok di wilayah indonesia termasuk wilayah;
- b. Peningkatan Kelancaran Distribusi Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting dengan sasaran utama terlaksananya kebijakan dan bimbingan teknis dalam rangka peningkatan kelancaran distribusi dan stabilisasi harga barang kebutuhan

- c. Pengembangan Kelembagaan dan Pelaku Usaha Distribusi Perdagangan dengan sasaran meningkatnya kemudahan dan kesempatan berusaha dalam perdagangan dalam negeri;
- d. Pemberdayaan Dagang Kecil, Menengah dan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri dengan sasaran utamanya meningkatnya kreativitas, kapasitas, dan kompetensi UMKM perdagangan serta penggunaan produk dalam negeri, dan
- e. Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri Daerah dengan sasaran meningkatnya dukungan daerah dalam rangka pencapaian sasaran prioritas nasional di bidang perdagangan dalam negeri

B. Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas)

Dewan Kerajinan nasional merupakan organisasi yang didalamnya terdapat pencinta dan peminat seni yang mengembangkan usaha kerajinan tangan serta memiliki upaya meningkatkan kehidupan pelaku bisnis yang sebagian merupakan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai wadah bertaraf nasional yang berfungsi membantu dan sebagai mitra pemerintah dalam membina dan mengembangkan kerajinan. Dekranas dibangun sejak 2004 atas Surat Keputusan Bersama 2 Menteri, yaitu Menteri Perindustrian dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor: 85/M/SK/3/1980 dan Nomor: 072b/P/1980, tanggal 3 Maret 1980 di Jakarta. Untuk mendukung kelancaran kegiatannya di tingkat daerah, dengan dipayungi Surat menteri Dalam Negeri Nomor : 537/5038/Sospol, tanggal 15 Desember 1981, dibentuklah organisasi dekranas tingkat daerah (dekranasda).

Dekranas memiliki tujuan, sebagai berikut: 1. Menggali, mengembangkan dan melestarikan warisan budaya bangsa serta membina penemuan dan penggunaan teknologi baru untuk meningkatkan kualitas dalam rangka memperkokoh jati diri budaya bangsa. 2. Menanamkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya seni kerajinan bagi kehidupan sehari-hari warga negara Indonesia yang bisa meningkatkan martabat manusia. 3. Memperhatikan dan memperjuangkan kepentingan perajin dan peminat dengan mendorong semangat kewiraswastaan mereka. 4. Membantu pemerintah merumuskan kebijaksanaan di bidang industri kerajinan dan program peningkatan kualitas sumber daya manusia. 5. Memperluas pangsa pasar hasil kerajinan.¹²

¹² Dekranas, diakses dari <https://dekranas.id/tentang/>, pada tanggal 12 April 2018