

BAB IV

KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN EKSPOR UKM HANDICRAFT

Kebijakan merupakan bentuk sebuah langkah dalam menentukan suatu usaha yang akan digunakan kedepannya. Didalam bab ini, akan membahas tentang upaya dari pemerintah melalui kementerian perdagangan agar dapat meningkatkan pendapatan ukm tersebut di era MEA. Pembahasan dimulai dari strategi kementerian perdagangan untuk meningkatkan ekspor melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor. Pembahasan dilanjutkan upaya kementerian perdagangan dalam melakukan diplomasi ekonomi dan perdagangan bebas untuk meningkatkan ekspor ukm handicraft. Dilanjutkan dengan pembahasan kementerian perdagangan dengan kementerian perindustrian dalam mutu produk.

A. Kerjasama antar Lembaga dalam Meningkatkan Ekspor

Kerjasama ini diperlukan agar menciptakan interaksi yang bertujuan meningkatkan ekspor yang ada di dalam negeri. Kerjasama yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemerintah yang berhubungan. Terjadinya interaksi antar lembaga agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama.

Menurut laporan dari World Economic Forum (WEF) pada tahun 2010 Indonesia menjadi pasar potensial yang menduduki posisi ke 15, yang memiliki arti bahwa Indonesia

menjadi tempat potensial untuk pemasaran produk ukm negara lain. Namun demikian, UKM Indonesia belum memanfaatkan secara optimal, untuk itu diperlukan penanganan dalam menangani permasalahan tersebut. Perkembangan UKM di Indonesia mengalami pelambatan dikarenakan permasalahan yang ada di dalam negeri, mulai dari keterbatasan infrastruktur, ketanagakerjaan, korupsi, dan perizinan yang terlalu birokratis. Selain itu dipengaruhi juga adanya pungutan liar yang masih banyak terjadi. Penyebab itulah yang menyebabkan produk UKM mengalami kalah dalam daya saing terhadap produk impor. Kementerian perdagangan bekerja sama dengan instansi pemerintah yang lain agar terciptanya

1. Kerja Sama Kementerian Perdagangan dengan Kementerian Perindustrian

Kementerian perdagangan melakukan kerja sama dengan kementerian perindustrian karena mempunyai fokus yang sama dalam meningkatkan dan pengembangan ukm. Tantangan industri dalam negeri untuk melakukan penetrasi ke pangsa pasar ekspor adalah dengan meningkatkan daya saing produk, terutama dari sisi kualitas dan harga. Kementerian perindustrian merupakan anggota Komite Penugasan Khusus Ekspor (PKE), terus berupaya meningkatkan kualitas produk ukm dan menyiapkan fasilitas pembiayaan ekspor sebagai salah satu strategi mendorong peningkatan ekspor produk industri nasional.¹

¹ Kemenperin, Genjot Ekspor Produk Industri melalui Fasilitas Pembiayaan, diakses dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18741/Genjot-Ekspor-Produk-Industri-Melalui-Fasilitas-Pembiayaan> pada tanggal 12 April 2018

Pemerintah Indonesia meluncurkan program penugasan khusus ekspor melalui Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI). LPEI bertujuan untuk menyediakan dukungan pembiayaan kepada pelaku usaha yang melakukan ekspor. Adapun bentuk fasilitas pembiayaan ekspor tersebut meliputi pembiayaan, penjaminan, dan asuransi. peluang ekspor tidak hanya terbatas pada industri besar, pelaku industri kecil dan menengah (IKM) juga memiliki potensi ekspor yang perlu dioptimalkan. Beberapa produk IKM nasional telah unggul di pasar global seperti makanan dan kerajinan. Produk IKM mempunyai banyak jenis dan cukup kompetitif. Selain itu jumlah unit usaha yang banyak, peran IKM juga harus dapat dimaksimalkan. Tantangan selanjutnya pelaku IKM perlu memahami prosedur dan mekanisme yang harus dilalui supaya produknya bisa diekspor ke luar negeri. Selain itu penyebaran IKM yang berlokasi di beberapa wilayah membutuhkan peran dan fasilitasi dari aparat pemerintah daerah untuk mendorong kegiatan ekspor. “Untuk solusinya, Kemenperin telah melakukan beberapa langkah strategis termasuk optimalisasi pemanfaatan fasilitas nonfiskal yang salah satunya berupa pelatihan guna peningkatan pengetahuan dan kapasitas pelaku IKM.”²

2. Kerja sama Kementerian Perdagangan dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM)

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menargetkan peningkatan

² Ibid

sumber daya manusia (SDM) di bidang perkoperasian dan UKM mencapai 44.427 orang. Peningkatan dilakukan dengan berbagai program pelatihan dan pembinaan di daerah. Ada 14 program pelatihan yang akan dilaksanakan oleh kementerian. Pelatihan yang dilakukan, antara lain pemasyarakatan kewirausahaan yang menysasar 4.000 orang, pelatihan kewirausahaan untuk 5.000 orang, pelatihan *technopreneur* yang diharapkan bisa diikuti oleh 400 orang dan pelatihan perkoperasian bagi 2.000 orang, pelatihan perkoperasian berbasis syariah kepada 420 orang, pelatihan *vocational* untuk 2.100 orang, pelatihan melalui magang bagi 500 orang dan pelatihan melalui beasiswa kepada 100 orang. Di luar itu, kementerian juga akan melakukan pelatihan bagi PPKL dan pendamping 1.050 orang, pelatihan bagi aparatur 660 orang, pelatihan TOT bagi fasilitator 1.500 orang, pelatihan kewirausahaan sosial 1.000 orang, pelatihan usaha mikro 1.200 orang dan pelatihan bagi UMKM sebanyak 24.497 orang.³

Kementerian Koperasi juga bekerjasama dengan PT Telkom untuk mendukung program digitalisasi UKM dengan mendirikan 509 kampung digital diberbagai daerah. Pemasaran via digital ini diyakini akan meningkatkan penjualan produk UKM, untuk selanjutnya diikuti dengan peningkatan produksi dan produktifitas UKM pun bisa naik.⁴ Kemenkop mempunyai

³ Septian Deny. (2018 April 12). Kementerian Koperasi siap cetak 44 ribu wirausaha baru di 2016. Diambil kembali dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2407160/kementerian-koperasi-siap-cetak-44-ribu-wirausaha-baru-di-2016>

⁴ Kemenkop. (2018 April 12). Digitalisasi UKM Keharusan Agar tak Ketinggalan Kereta. Diambil kembali dari

program KURBE, merupakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) berbasis ekspor. Ada tiga jenis KURBE yang disediakan pemerintah. Pertama adalah KURBE mikro dengan maksimal plafon hingga Rp5 miliar,” ujar Agus. Kedua, KURBE kecil dengan maksimal plafon Rp25 miliar. Ketiga, KURBE menengah dengan maksimal plafon Rp50 miliar. Kebijakan KURBE ditujukan untuk memberikan stimulus kepada UKM guna meningkatkan ekspor nasional, meningkatkan daya saing produk ekspor UKM berbasis kerakyatan, serta meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk ekspor.⁵

3. Kementerian Perdagangan kerja sama dengan Kementerian Luar Negeri

Indonesia mendukung integrasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Global Value Chains melalui kerja sama antara UMKM lokal dan investor asing dengan memastikan adanya transfer teknologi, pengembangan kapasitas, dan peningkatan kualitas produk.⁶ Global Value Chains merupakan cara untuk menghubungkan produsen lokal yang berasal dari negara berkembang menuju pasar internasional.

<http://www.depkop.go.id/content/read/menkop-digitalisasi-ukm-jadi-keharusan-biar-tak-ketinggalan-kereta/>

⁵ Kementerian Koperasi. (2018 April 12). Kemenkop Dorong Produk UKM Masuk ke Pasar Global,. Diambil kembali dari <http://www.depkop.go.id/content/read/kemenkop-dorong-produk-ukm-masuk-ke-pasar-global/>

⁶ Kementerian Luar Negeri. (2018 April 12). Integrasi UMKM dalam Global Value Chains serta Penguatan Konektivitas Maritim untuk Kesejahteraan Indonesia dan Kawasan. Diambil kembali dari <https://www.kemlu.go.id/id/berita/Pages/Delhi-Dialogue-VIII.aspx>

Langkah ini dilakukan perusahaan yang ingin melakukan ekspor ke luar negeri. Daya saing yang ada didalamnya tergantung perkembangan model bisnis yang menghubungkan dari produsen asal ke GVC.

B. Strategi Kementerian perdagangan untuk meningkatkan ekspor

Dalam rangka meningkatkan ekspor ukm, kementerian perdagangan membuka AEC (*ASEAN Economic Community Centre*) yang bertujuan memberikan informasi peluang pasar untuk setiap produk pada segenap pemangku kepentingan, yang melibatkan pejabat pemerintah daerah, pelaku bisnis, akademisi dan masyarakat umum. Kementerian Perdagangan juga akan terus mengupayakan promosi produk andalan tersebut.⁷ Kementerian perdagangan sangat menyadari, jika MEA diterapkan persaingan akan mengalami pergeseran dari sisi harga menjadi ke kualitas dan desain produk. Dikarenakan, masyarakat di ASEAN rata-rata sudah masuk dalam kategori kelas menengah secara ekonomi, sudah memiliki daya beli yang tinggi. Produk yang dicari dan diinginkan bukan lagi yang harganya sangat terjangkau tetapi yang memiliki bentuk yang unik dan berkualitas.

Kemampuan sumber daya manusia yang ada di Indonesia masih sangat kurang disebabkan oleh ketidaksesuaian antara keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan. Salah satu penyebab menghambat pertumbuhan daya saing tenaga kerja Indonesia dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. Solusi yang diberlakukan oleh pemerintah yaitu memberi peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan kejuruan. Pemerintah memilih hal itu dikarenakan salah satu referensi

⁷ Kementerian Perdagangan, Warta Ekspor, *Ekspor Indonesia di Era MEA* Edisi Februari 2016,4

untuk mencetak lulusan terampil dan siap bekerja di ASEAN. Keterampilan tenaga kerja pada dasarnya cukup kompetitif dibandingkan dengan negara-negara anggota ASEAN lainnya. Indonesia mendapat penghargaan ASEAN *Skills Competition* (ASC) yang melombakan penguasaan kompetisi keterampilan dalam berbagai bidang. Hal yang diperlukan tenaga kerja adalah manajemen keterampilan sosial individu (*life skills atau transferable skills*). Selain itu, tenaga kerja Indonesia memerlukan peningkatan kemampuan dalam bahasa Inggris, dan penguasaan teknologi informasi.⁸

Indonesia ikut dalam MEA agar dapat memberikan kesempatan pada masyarakat untuk memanfaatkan potensi ekonomi yang lebih besar, dan mendorong inovasi serta mempunyai keterampilan dalam membuat produk dengan berbagai bentuk memanfaatkan benda yang berada disekitar, berpikir secara efisien untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh, peluang pasar yang lebih besar melalui transaksi jual beli lebih dari satu negara.

Indonesia diharapkan dapat mendorong pengembangan *National Qualification Frameworks* (NQF) dan *Regional Quality Assurance Framework* (RQAF), yang bertujuan mendapatkan pengakuan kualifikasi di ASEAN. Langkah membangun RQAF dan NQF di Indonesia ini menghadapi beberapa tantangan. Indonesia juga perlu menjalin kerja sama yang erat dengan berbagai pihak, termasuk pihak swasta. Kontribusi swasta dapat membantu Pemerintah dalam memecahkan permasalahan mengenai ketrampilan tenaga kerja yang ada di Indonesia. Kemampuan swasta untuk mengelola teknologi industri dan informasi menjadi bahan/pengetahuan rujukan untuk memperkaya wawasan sekolah-sekolah kejuruan di Indonesia. Program pelatihan guru dengan melibatkan swasta, dan program magang

⁸Kementerian Luar Negeri, Masyarakat ASEAN “Membidik Peluang MEA”, Edisi 7 Maret 2015, 20

berkesinambungan bagi siswa sekolah kejuruan akan semakin memuluskan langkah Pemerintah untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja di Indonesia.⁹

Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Komitmen Cetak Biru MEA dalam upaya menghadapi pasar bebas ASEAN. Dalam cetak biru MEA, terdapat 12 sektor prioritas yang akan diintegrasikan oleh pemerintah. Sektor tersebut terdiri dari tujuh sektor barang yaitu industri agro, otomotif, elektronik, perikanan, industri berbasis karet, industri berbasis kayu, dan tekstil. Kemudian sisanya berasal dari lima sektor jasa yaitu transportasi udara, kesehatan, pariwisata, logistik, dan teknologi informasi. Sektor- sektor tersebut pada era MEA akan terimplementasi dalam bentuk pembebasan arus barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja.

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor memiliki kebijakan yang ingin meningkatkan daya saing ekspor non migas, selain itu mendorong untuk meningkatkan keanekaragaman pasar tujuan ekspor, meliputi promosi perdagangan, diplomasi perdagangan, fasilitasi perdagangan, dan pengamanan perdagangan internasional. Kementerian Perdagangan bekerja sama dengan kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah untuk menginternasionalisasi umkm yang ada di Indonesia. Terdapat potensi pasar global yang dapat diciptakan peluang bagi produk UKM bisa menjadi *production base* dikawasan dengan ditopang pasar domestik yang besar, penduduk usia muda/produktif, investasi yang meningkat dan sumber daya alam yang besar. Tetapi, dilihat dari hambatan baik internal maupun eksternal dimulai dari keterbatasan yang melekat pada umk yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang memenuhi syarat, sumber daya yang produktif, rendahnya kemampuan dalam riset, legalitas yang semuanya harus segera

⁹ Kementerian Luar Negeri, Masyarakat ASEAN “Membidik Peluang MEA”, Edisi 7 Maret 2015, 21

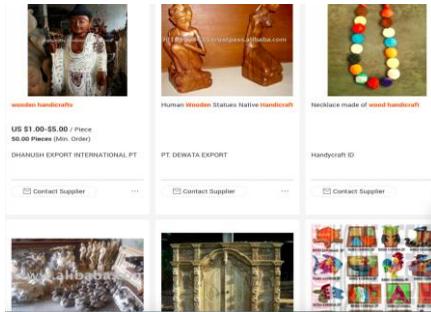
dibenahi.

Hambatan selanjutnya berasal dari eksternal seperti tidak stabilnya pasokan dan harga bahan baku, tariff barrier, kurang meratanya infrastruktur, dsb. Perlunya solusi untuk menyelesaikan hambatan yang ada. Kemenkop dan UKM melakukan berbagai langkah strategis, mulai dari hulu berupa penguatan kapasitas, berupa pengembangan infrastruktur dan hilir berupa promosi dan pembukaan dan perluasan akses pasar. Optimalisasi sinergi juga dilakukan di birokrasi, yaitu antar Kementerian dengan upaya fasilitasi perluasan pasar ekspor, peningkatan kapasitas UKM potensial ekspor, dan promosi terpadu.¹⁰ Selain itu, terdapat juga upaya kementerian perdagangan dalam mempromosikan handicraft dengan cara diplomasi ekonomi yang dimana pemerintah melakukan suatu kegiatan kemudian hasilnya pemerintah membuat sebuah laman www.asephi.com. Didalam laman berisikan kegiatan yang dilakukan, selain itu informasi acara yang diselenggarakan.

Pemerintah juga melakukan suatu bentuk kerja sama dengan marketplace dari China dalam memasarkan produk kerajinan yang diproduksi di Indonesia. Marketplace disini yakni Alibaba. Banyak produk yang dapat kita temukan di dalam laman tersebut. Selain itu, produk juga di pasarkan ke New York melalui Etsy. Didalam lamannya terdapat kerajinan yang diproduksi dari Indonesia. Etsy merupakan laman khusus untuk kerajinan. Marketplace yang ada dalam negeri yakni Qlapa, Craftline, Kuka, Inacraft-mall.com, kerajinan.id. Untuk Qlapa laman ini dapat menghubungkan pembeli dengan penjual secara online, telah melakukan kerjasama dengan pengrajin lokal (Jogja, Bandung, Bali, Solo, dan masih banyak lagi). Laman ini mempunyai fitur yang dapat memungkinkan penjual mendapatkan pesanan kostumisasi dari pelanggan, selain itu

¹⁰ Kemendag. (2018 April 10). Annual Report 2016. Diambil kembali dari http://djpen.kemendag.go.id/dgnedreport/uploads/Annual_Report_D_GNED_2016.pdf

menggunakan sistem preorder. Pembayaran dilakukan dengan rekening bersama. Untuk Craftline laman yang berfokus dalam penjualan produk kerajinan tangan, pembayaran dapat dilakukan melalui Paypal, kredit card, e-banking, transfer antar bank dan C-Wallet. Untuk Ku Ka laman ini ingin memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha lokal untuk berhijrah ke toko digital dengan layanannya sehingga dapat menarik pasar lebih luas, tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri. Untuk Kerajinan.id laman yang berisi tentang berita seputar kerajinan dalam negeri, selain itu terdapat cara membuat kerajinan tangan dan di dalam laman nya kita dapat mempromosikan produk kerajinan yang dibuat.



Gambar 4. 1 Ekspor Handicraft Alibaba luar negeri



www.craftline.co.id

Gambar 4. 2 Craftline-Ekspor dalam negeri



Gambar 4. 3 Qlapa- Ekspor dalam negeri

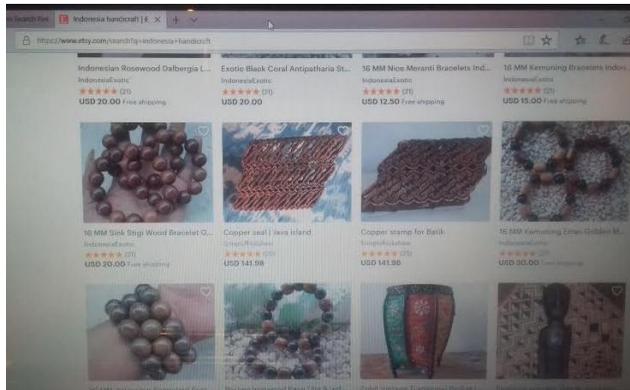
KuKa

PASAR KREATIF ORANG INDONESIA

Gambar 4. 4 KuKa-Ekspor dalam negeri

kerajinan.id
MEMBANTU PENGRAJIN

Gambar 4. 5 Kerajinan.id- informasi pengrajin dan tata cara pembuatan



Gambar 4.6 Ekspor Handicraft Etsy Luar negeri

Diplomasi lama didasarkan pada terciptanya kepercayaan, perolehan kredit. Diplomatis modern harus menyadari bahwa ia tidak dapat lagi mengandalkan sistem kepercayaan. Dia harus menerima fakta bahwa antagonisnya tidak akan menyukai fakta yang salah dan mereka tidak merasa malu jika duplikat mereka terbuka. Mata uang lama telah ditarik dari peredaran yang kita hadapi dalam mata uang baru.¹¹

Diplomasi memiliki unsur yaitu negosiasi. Negosiasi dilakukan untuk mengedepankan kepentingan negara. Tindakan diplomatik diambil untuk menjaga dan memajukan kepentingan nasional sejauh mungkin bisa dilaksanakan dengan sarana damai. Tujuan pokok yang bermanfaat untuk mencegah negara-negara lain bergabung melawan suatu negara tertentu.¹²

Modal yang didapatkan para UMKM, yakni

¹¹ Harold Nicolson, *Diplomacy then and now*, sage publication, British 2004, 335

¹² S.L. Roy, *Diplomasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta Utara, April 1995, 4 & 5

a. KURBE

Fasilitas kredit yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk ekspor. Melalui fasilitas kredit ini diharapkan kualitas dan nilai tambah produk ekspor lebih meningkat. KURBE menyediakan fasilitas pembiayaan ekspor yang lengkap dan terpadu untuk modal kerja (Kredit Modal Kerja Ekspor/KMKE) dan investasi (Kredit Investasi Ekspor/KIE). Dengan tingkat suku bunga 9% tanpa subsidi, penyaluran kredit ini bakal ditangani Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia/LPEI (Indonesia Exim Bank).¹³

Berjangka paling lama 3 tahun untuk KMKE dan/atau 5 tahun untuk KIE, batas maksimal KURBE Mikro adalah sebesar Rp 5 Miliar. Sedangkankan KURBE Kecil maksimal kredit yang bisa diberikan sebesar Rp 25 Miliar (dengan ketentuan maksimal KMKE sebesar Rp 15 Miliar) dan KURBE Menengah maksimal sebesar Rp 50 Miliar (dengan ketentuan maksimal KMKE sebesar Rp 25 Miliar). Sasaran utama KURBE adalah supplier/plasma yang menjadi penunjang industri dan industri/usaha yang melibatkan banyak tenaga kerja sesuai skala usahanya.¹⁴

b. Modal Ventura

Modal ventura merupakan salah satu sumber pendanaan yang mungkin diakses oleh perusahaan yang baru berdiri. Modal ventura adalah model pembiayaan berupa penyertaan

¹³ Marketeers. (2018 April 12). Paket Kebijakan Ekonomi XI : Dari Ukm Properti Hingga Dwelling Time,. Diambil kembali dari <http://marketeers.com/paket-kebijakan-ekonomi-xi-dari-ukm-properti-hingga-dwelling-time/>

¹⁴ Ibid

modal ke dalam suatu perusahaan swasta sebagai pasangan usaha (investee company) untuk jangka waktu tertentu. Investasi yang mempunyai bentuk penyerahan modal secara tunai yang ditentukan dengan sejumlah saham pada perusahaan pasangan usaha. Terdapat empat jenis pembiayaan modal ventura, yakni:

- 1) *Equity financing*, yaitu perusahaan modal ventura yang melakukan penyertaan secara langsung pada perusahaan pasangan usaha dengan cara mengambil bagian dari jumlah saham milik perusahaan pasangan usaha.
- 2) *Semi equity financial*, yaitu perusahaan modal ventura yang membeli obligasi konversi yang diterbitkan oleh perusahaan pasangan usaha.
- 3) Pendirian perusahaan baru, yaitu perusahaan modal ventura bersama-sama dengan perusahaan pasangan usaha mendirikan usaha yang baru.
- 4) Bagi Hasil. Pertumbuhan modal ventura dalam lima tahun terakhir cukup tinggi. Sumber dana modal ventura berasal dari dalam perusahaan sendiri yang berupa setoran modal pemegang saham, cadangan laba ditahan, laba ditahan, dan dari pihak luar, baik investor perseorangan, pinjaman dari lembaga perbankan, maupun dari lembaga asuransi dan dana pensiun.

c. PT Penanaman Modal Madani (PNM)

Pada tahun 1999 pemerintah mendirikan PT Permodalan Nasional Madani (Persero) atau PNM dengan mandat membantu pembiayaan dan peningkatan kapasitas para pelaku UMKM. Modal awal PNM berasal dari APBN. Sejak tahun 2009 PNM mendiversifikasi sumber pendanaannya melalui kerja sama dengan pihak

ketiga, yaitu perbankan dan pasar modal. Pada tahun 2014 total aset PNM tercatat sebesar 5 triliun rupiah. PNM memberikan jasa pembiayaan secara langsung kepada usaha mikro kecil (UMK) melalui kantor-kantor Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) dengan besaran pinjaman dari 1 juta rupiah hingga 200 juta rupiah. Di samping itu, PNM juga menyalurkan dana secara tidak langsung melalui Bank Perkreditan Rakyat/ Bank Perkreditan Syariah (BPR/BPRS), Koperasi, dan Lembaga Keuangan Mikro/Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKM/LKMS) lainnya, termasuk PNM juga menyalurkan pembiayaan modal ventura melalui anak perusahaan PT PNM Venture Capital dengan memberikan dukungan permodalan. PNM juga memiliki Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Penyaluran dana program kemitraan dilakukan dengan pola pembiayaan konvensional dan syariah. Dana program kemitraan ini dimaksudkan sebagai modal kerja, investasi, atau pembelian aktiva dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan. Dana kemitraan PNM disalurkan kepada mitra binaan, baik yang berbadan hukum maupun yang bersifat individual atau kelompok, termasuk di dalamnya lembaga keuangan mikro dan koperasi. Penerima manfaat dana kemitraan diprioritaskan bagi mitra binaan yang belum memenuhi persyaratan perbankan (*non-bankable*), tetapi memiliki usaha prospektif yang sudah berjalan minimal 1 tahun. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang baru berdiri tidak dapat mengakses pendanaan dari PNM. PNM memberikan layanan nonpembiayaan berupa jasa manajemen atau *capacity building* kepada UMK melalui unit

Pengembangan Kapasitas Usaha (PKU) dan kepada lembaga keuangan mikro/lembaga keuangan makro syariah (LKM/LKMS), antara lain BPR/BPRS, koperasi (KSP/USP), dan BMT. Jasa manajemen memiliki kegiatan berupa pelatihan, konsultasi, dan pendampingan

1) *Crowd Funding*

Kesulitan mengakses sumber pendanaan formal menimbulkan beberapa model pendanaan alternatif, seperti *crowd funding*. *Crowd funding* secara garis besar dapat digambarkan sebagai pendanaan ramai-ramai (patungan) terhadap satu proyek. Satu proyek, baik komersial maupun sosial dapat didanai oleh ratusan bahkan ribuan orang. Keberadaan *crowd funding* masih dalam tahap dini di Indonesia sehingga pendataan terhadap *crowd funding* itu belum sistematis seperti perbankan dan modal ventura. Beberapa *crowd funding* yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut.

a. KitaBisa (kitabisa.com)

KitaBisa adalah website untuk menggalang dana (fundraising) secara online untuk berbagai macam kebutuhan, mulai dari program yayasan/NGO, inisiatif komunitas, gagasan mahasiswa, bantuan bencana alam, hingga patungan untuk pribadi yang membutuhkan.

b. GandengTangan

GandengTangan memiliki konsep yang berbeda dari situs *crowd funding* lainnya. GandengTangan memiliki platform sebagai *crowd lending*, yaitu pemrakarsa proyek meminjam uang dari *crowd*, tetapi setelah

proyek tersebut direalisasikan dan berjalan serta mendapatkan keuntungan, inisiator diharapkan untuk membayar kembali dana awal yang telah dikumpulkan dari *crowd* tersebut

2) Pendanaan lainnya

Alternatif pendanaan lainnya pada prinsipnya merupakan praktik meminjamkan uang kepada individu yang tidak berhubungan dan tanpa melalui perantara keuangan tradisional, seperti bank atau lembaga keuangan tradisional lainnya. Pinjaman ini berlangsung secara online pada website perusahaan pinjaman *peer-to-peer* menggunakan platform pinjaman yang berbeda dan berbagai alat kredit untuk menghitung credit rating. Peminjam tidak memerlukan kartu kredit ataupun sejarah kredit untuk mendapatkan pinjaman, tidak seperti di bank tradisional. Pinjaman muncul dalam akun peminjam dalam waktu 24 jam, jika peminjam baru pertama kali melakukan pinjaman, tetapi jauh lebih cepat jika peminjam adalah peminjam lama. Peminjam bebas memilih pinjaman untuk setiap waktu antara 10 dan 30 hari. Prosedur pengajuan pinjaman juga tidak sulit, semua dilakukan secara transparan dan melalui sistem online.

Kementerian Perdagangan membentuk pelaksana dalam pengembangan ekspor yakni Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor (Ditjen Pen). Bagi Ditjen PDN, tahun 2016 bukan periode yang mudah untuk dilewati. Stabilisasi harga dan pasokan barang kebutuhan pokok di pasaran masih menjadi permasalahan yang dialami perekonomian Indonesia di sepanjang tahun tersebut. Selain itu, peningkatan dan

penguatan daya saing pasar domestik, isu-isu persaingan di kancah global terkait dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan perjanjian internasional lainnya, senantiasa menjadi “pekerjaan rumah” yang diupayakan dan dituntaskan melalui kerja keras, cerdas, dan tepat sasaran.

Nilai total ekspor tahun 2016 mencapai 144,4 miliar yang terdiri atas US\$ 13,08 miliar ekspor migas dan US\$ 131,34 miliar ekspor non migas. Nilai total ekspor tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 3,95% dibandingkan dengan nilai ekspor tahun 2015 sebesar US\$ 150,36 miliar. Adapun nilai ekspor non migas tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,34% dibandingkan ekspor non migas. Neraca perdagangan Januari-Desember 2016 menunjukkan surplus sebesar US\$ 8,8 miliar yang terdiri dari surplus nonmigas sebesar US\$ 14,4 miliar dan defisit neraca migas sebesar US\$ 5,6 miliar. Surplus perdagangan tahun 2016 merupakan yang tertinggi dalam 5 tahun terakhir. Adapun nilai ekspor non migas tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,34% dibandingkan ekspor non migas tahun 2015.

Kementerian Perdagangan membentuk pelaksana dalam pengembangan ekspor yakni Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor (Ditjen Pen). Telah dibuat strategi untuk mengembangkan ekspor, yakni pengembangan pasar ekspor, diversifikasi produk ekspor, pengembangan citra Indonesia. Pengembangan pasar ekspor dengan mengurangi ketergantungan pasar tujuan ekspor ke negara-negara tertentu, membuka pasar ekspor ke targer pasar-pasar baru(pasar alternatif), negara yang berada dikawasan Amerika Latin, Afrika, Eropa, Timur Tengah, dan Asia Tenggara. Diversifikasi peoduk ekspor dilakukan untuk meningkatkan komoditi diluar 10 produk utama terhadap total ekspor non migas. [Kementerian perdagangan menerapkan bentuk promosi, sebagai berikut:](#)

1. Pameran Dalam Negeri

Tabel 4. 1Pameran Dalam Negeri

No	Nama Promosi	Tanggal	Lokasi	Produk
1	International Furniture and Craft Fair Indonesia (IFFINA)	10 Maret	JCC Saayan	Handicraft
2	Jogja International Furniture and Craft Fair Indonesia (JIFFINA)	13-16 Maret	Jogja Expo Center	Kerajinan & mebel
3	DNACRAFT	20-24 April	JCC	Handicraft
4	Pameran Tenun, Craft & Batik Nusantara 2016	4 – 8 Mei	Grand Ballroom Dyandra Convention Center Surabaya	Handicraft
5	DeKranas	1-3 Juni	JCC	Handicraft
6	Pesona Kreatif Indonesia	2-5 Agustus	Lobby Kementerian Perindustrian	Handicraft, aksesoris, hadiah
7	Wasiat Agung Negeri Nusantara (Warisan)	25-28 Agustus	Cendrawasih, JCC	Handicraft
8	Nusantara Innovative Craft Exhibition(NICE)	4-7 Agustus	SKA Co & Ex Pekanbaru	Handicraft
9	Fashion and Craft Festival Surabaya	14 - 18 September	Grand City Surabaya	Handicraft
10	Bandung Art Craft	16 - 18 September	Plaza TSM Bandung	Handicraft
11	Trade Export Indonesia (TEI)	12-16 Oktober	Jakarta International Expo Kemayoran	Multi Product
12	The 9th Resources of Indonesian Craft Trade Fair (CRAFTINA)	26-30 Oktober	Hall A & B Jakarta Convention Center	Handicraft

2. Pameran Luar Negeri

Tabel 4. 2Pameran Luar Negeri

No	Nama Promosi	Tanggal	Lokasi	Produk	Penanggung Jawab
1	Instore Promotion in Skopje	Maret	Ramstore Mall, Skopje, Macedonia	Kerajinan, makanan dan minuman, batik, perhiasan	IIPC Budapest
2	Lagos Indonesia Solo Exhibition	4 - 8 April	Lagos, Nigeria	Handicraft, makanan dan minuman, farmasi, tekstil, perhiasan	IIPC Lagos
3	Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware	19 - 23 April	BITEC, Bangkok	Handicraft, hadiah	Atdag Bangkok
4	ITALIA 80th International Handycraft Fair	23 April-1 Mei	Firenze -Italia	Handicraft	KBRI Roma
5	Indonesian Day Bazaar 2016 - Budapest	13 - 15 Mei	Milevaris Park	Kerajinan, perhiasan, dekorasi rumah, batik, tas,	IIPC Budapest
6	Indonesian Day Bazaar 2016 - Budapest	17 - 19 Mei	Central Market Hall Budapest	Kerajinan, perhiasan, dekorasi rumah, batik, tas	IIPC Budapest
7	Indonesian Day Bazaar 2016 - Croatia	21-22 Mei	Cvijetni Centar, Zagreb	Kerajinan, perhiasan, dekorasi rumah, batik, tas	IIPC Budapest
8	Instore Promotion in Ljubjana	Juni	Ljubjana, Slovenia	Makanan dan minuman, kerajinan, batik, perhiasan	IIPC Budapest
9	12th International Fukuoka Gift Show (IFGS)	6 - 9 Juni	Marine Messe Fukuoka	Handicraft, mode, hadiah	Atdag Tokyo
10	Home & Gift Trade Fair	17-20 Juli	North Yorkshire, Inggris	Kerajinan, hadiah	Atdag London
11	DECOREX	5 - 9 Agustus	Midrand, Johannesburg	Mebel dan handicraft	IIPC Johannesburg
12	Autumn International Fair	4 - 7 September	NEC Birmingham	Kerajinan, mebel, mode, perhiasan, rumah dan hadiah	Atdag London
13	The 76nd Tokyo International Gift Show	7 - 9 September	Tokyo Big Sight	Hadiah dan Kerajinan	Atdag Tokyo
14	Vancouver Gift Expo	18 - 19 September	PNE, Vancouver, Kanada	Handicraft, dekorasi, mebel, perhiasan, pakaian	IIPC Vancouver
15	Instore Promotion in Praha	November	Palladium, Praha, Ceko	Makanan dan minuman, kerajinan, batik	IIPC Budapest

Tren ekspor produk kerajinan yang berada di kawasan Asia Tenggara dalam kurun waktu lima tahun terakhir terus meningkat sebesar 27,83 persen dengan nilai ekspor pada 2015 sebesar 74,24 juta dollar AS. Sejumlah negara menjadi pasar utama produk kerajinan, seperti Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, Jerman, dan Inggris. Hingga 2014, Indonesia menjadi penyuplai utama kerajinan dunia dari ASEAN dan peringkat 12 dunia.¹⁵ Tahun 2016, pameran tersebut diikuti oleh 4.387 peserta dari 96 negara, antara lain Indonesia, Jerman, Perancis, Italia, Belanda, Spanyol, Portugal, Swiss, Turki, Inggris, Tiongkok, Thailand, Korea Selatan, Malaysia, Pakistan, Filipina, Vietnam, India serta negara-negara di Afrika dan Amerika Selatan.

Nilai ekspor produk kerajinan Indonesia ke seluruh dunia pada Januari-Oktober 2016 mencapai US\$ 615,7 juta atau Rp8,198 triliun (kurs Rp13.315). Angka ini mengalami peningkatan sekitar 5% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2015.¹⁶ Nilai total ekspor yang diperoleh pada tahun 2016 mencapai 144,4 miliar yang terdiri atas US\$ 13,08 milyar ekspor migas dan US\$ 131,34 miliar ekspor non migas. Nilai total ekspor tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 3,95% dibandingkan dengan nilai ekspor tahun 2015 sebesar US\$ 150,36 miliar. Adapun nilai ekspor non migas tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,34% dibandingkan ekspor non migas. Neraca perdagangan Januari-Desember 2016 menunjukkan surplus sebesar US\$ 8,8 miliar yang terdiri dari surplus nonmigas sebesar US\$

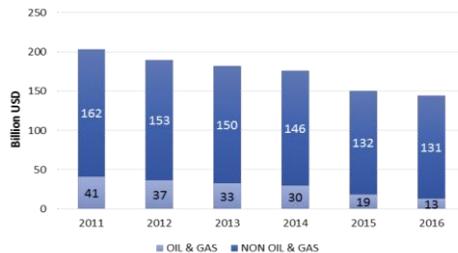
¹⁵ Aprillia Ika. (2018 April 12) INACRAFT 2016, Momentum Indonesia Menaikkan Nilai Ekspor Kerajinan. Diambil kembali dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/04/21/061500626/INACRAFT.2016.Momentum.Indonesia.Menaikkan.Nilai.Ekspor.Kerajinan>

¹⁶ Lidya Julita Sembiring. (2018 April 12). Ekspor Kerajinan Indonesia 2016 tembus 8,19 Triliun. Diambil kembali dari <https://economy.okezone.com/read/2017/02/11/320/1615812/ekspor-kerajinan-indonesia-2016-tembus-rp8-19-triliun>

14,4 miliar dan defisit neraca migas sebesar US\$ 5,6 miliar. Surplus perdagangan tahun 2016 merupakan yang tertinggi dalam 5 tahun terakhir. Adapun nilai ekspor non migas tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 0,34% dibandingkan ekspor non migas tahun 2015.¹⁷ Selain sebagai sumber penerimaan devisa negara, ekspor kerajinan tangan penting untuk memperkenalkan produk Indonesia ke tingkat global.¹⁸

A. Hasil Yang Diperoleh Setelah Strategi Diterapkan

Grafik 4. 1 Nilai Ekspor 2011-2016



Keterangan: Nilai Ekspor 2011-2016

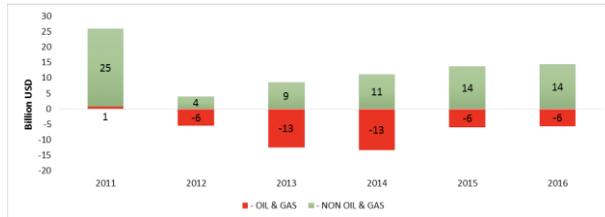
Dari diagram Nilai ekspor untuk non migas menunjukkan terdapat peminat di pangsa pasar yang cukup tinggi, perlunya pengananan lebih lanjut agar dapat meningkatkan nilai ekspor tersebut. Neraca perdagangan juga menunjukkan pembeli banyak melakukan transaksi non minyak dan gas, karena produk yang ada di Indonesia memiliki berbagai macam

¹⁷ ibid

¹⁸ Detik. (2018 Maret 17). Kerajinan Kayu dan Anyaman Paling Laris di Pasar Ekspor. Diambil kembali dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2561900/kerajinan-kayu-dan-anyaman-paling-laris-di-pasar-ekspor>

bentuk. Diperlukan peningkatan kualitas, dengan harga bersaing agar pembeli melirik untuk meningkatkan pembelian.

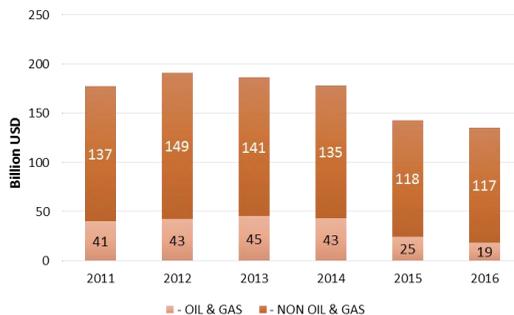
Grafik 4. 2 Nilai Impor 2011-2016



Keterangan: Nilai Impor 2011-2016

Nilai impor golongan bahan baku/penolong dan barang modal selama Januari – Desember 16 mengalami penurunan dibanding periode yang sama tahun sebelumnya masing-masing sebesar 5,73% dan 9,64%. Sebaliknya impor golongan barang konsumsi meningkat 13,54%.

Grafik 4. 3 Neraca Perdagangan Indonesia Tahun 2011-2016



Keterangan: Neraca Perdagangan Indonesia Tahun 2011-2016

Neraca perdagangan Indonesia mengalami inflasi tiap tahunnya, karena dipengaruhi permintaan pasar. Jika, perdagangan mengalami penurunan berarti permintaan mengalami pengurangan. Faktor lainnya bisa disebabkan para pembeli mengalami ketidakstabilan perekonomian, maka terjadi pengurangan pembelian. Selanjutnya faktor daya tarik suatu produk mengalami penurunan. Diharapkan pelaku perdagangan dapat membuat inovasi terbaru untuk produk atau jasa yang dibuat.

Tabel 4. 3 Daftar Ekspor Kerajinan Indonesia tahun 2015-2016 ke negara-negara Anggota ASEAN

NO	NEGARA	TAHUN		PERKEMBANGAN	
		2015	2016	US\$	%
1	THAILAND	8,683,600	8,711,900	28,300	0,33
2	MALAYSIA	48,324,300	57,802,400	9,478,100	19,61
3	SINGAPURA	5,808,200	7,222,100	1,413,900	24,34
4	PHILIPINA	5,204,000	6,268,400	1,064,400	20,45
5	BRUNEI DARUSSALAM	254,000	470,900	216,900	85,39
6	VIETNAM	8,235,100	5,647,600	(2,587,500)	(31,42)
7	LAOS	2,000	11,600	9,600	480,00
8	MYANMAR	149,700	335,000	185,300	123,78
9	KAMBOJA	483,800	45,000	(438,800)	(90,70)
JUMLAH		77,144,700	86,514,900	9,370,200	12,00

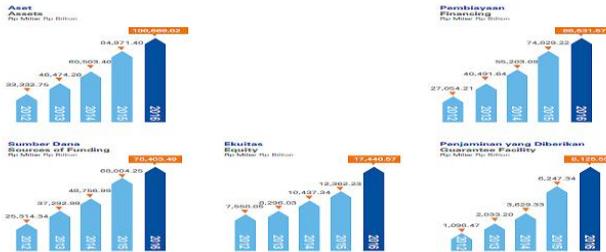
Sumber: Kementerian Perindustrian

Dari data tersebut di atas, menunjukkan bahwa ekspor kerajinan Indonesia ke negara - negara anggota ASEAN tahun 2016 sebesar 86.514.900 US\$ meningkat dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar 77.3144.700 US\$, naik sebesar

12.00 %. Hal ini menunjukkan Indonesia mampu memanfaatkan peluang di Era MEA. Namun demikian masih terjadi penurunan ekspor ke dua negara anggota ASEAN, yaitu ekspor ke Kamboja dan Vietnam. Menurunnya ekspor kerajinan Indonesia ke Kamboja tahun 2016 sebesar 438.800 US\$ atau turun sebesar 90.70% dibandingkan tahun 2015 akibat dari berbagai kendala yang dihadapi eksportir kerajinan Indonesia. Selain kendala jarak dan lokasi yang terbilang jauh dan mahal, masalah aturan pajak, pungutan liar, dan praktik korupsi disebut-sebut juga masih menjadi persoalan di sana. Untuk produk handicraft, peraturan pajak yang dikenakan terbilang lumayan besar. Total nilai pajak yang harus ditanggung malah bisa mencapai 46 persen. Belum lagi biaya pengiriman barang dari Indonesia ke Kamboja yang cukup mahal.

Adapun Menurunnya ekspor produk industri kerajinan Indonesia ke Vietnam tahun 2016 sebesar 2.587.500 US\$ atau turun 31, 42 % dibandingkan tahun 2015 terutama disebabkan kalah bersaing dengan produk Vietnam sendiri. Hal tersebut sebagai akibat beberapa faktor, antara lain : Peraturan ketenagakerjaan di kedua negara ini berbeda. Jam kerja normal di Vietnam itu 48 jam, sementara di sini 40 jam. Hal tersebut menunjukkan semangat kerja para pekerja Vietnam yang tinggi. Selain itu, kebijakan mengenai upah minimum di Vietnam sebesar US\$ 145 juga lebih rendah daripada Indonesia, yang ditetapkan sebesar US\$ 235 per bulan. Hal itu jelas membuat investor asing lebih melirik Vietnam daripada kita. Selanjutnya juga mengenai ketersediaan bahan utama, seperti rotan, logam, lem, dan veneer kayu. Vietnam sudah menyediakan banyak stok bahan-bahan pendukung itu untuk menunjang ekspor mebel dan kerajinan di negaranya. Sementara kita masih belum maksimal dan harus diimpor.

Grifik 4. 4Ekspor Produk Industri



Keterangan: Modal Pembiayaan

1. Total Pembiayaan Indonesia Eximbank mencapai Rp88,53 triliun

Indonesia Eximbank terus berkomitmen dalam melaksanakan mandat mendorong Pembiayaan Ekspor Nasional (PEN) yang diimplementasikan dalam bentuk Pembiayaan, Penjaminan dan Asuransi serta layanan Jasa Konsultasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekspor Indonesia. Tahun 2016 Indonesia Eximbank memberikan perhatian lebih kepada sektor Usaha Kecil Menengah Ekspor (UKME).

Total pembiayaan Indonesia Eximbank pada tahun 2016 mencapai Rp88,53 triliun, tumbuh 18,31% dari tahun 2015. Pertumbuhan pembiayaan Indonesia Eximbank mampu tumbuh di atas pertumbuhan kredit perbankan nasional sebesar 7,87%. Indonesia Eximbank senantiasa mendorong peningkatan pembiayaan kepada sektor hilir (hilirisasi) yang menghasilkan produk dengan nilai tambah dan memberikan efek pengganda (*multiplier effect*) bagi perekonomian nasional. Porsi Pembiayaan ke sektor perindustrian (manufaktur) sebesar Rp42,50 triliun atau 48,01% dari total Pembiayaan. Selama tahun 2016, terdapat 5 (lima) proyek di luar negeri yang dikerjakan oleh badan usaha Indonesia dengan skema pembiayaan overseas financing. Pembiayaan ini diharapkan dapat mendorong kinerja ekspor, menciptakan

lapangan kerja, memperkuat citra badan usaha Indonesia, dan meningkatkan devisa.¹⁹

2. Pembiayaan UKME tumbuh 44,54% menjadi Rp10,50 triliun

Keberpihakan Indonesia Eximbank terhadap UKME tercermin dari pertumbuhan dan porsi pembiayaan yang disalurkan. Per 31 Desember 2016, pembiayaan UKME tumbuh signifikan sebesar 44,54% menjadi Rp10,50 triliun atau 11,86% dari total pembiayaan Indonesia Eximbank. Pada Tahun 2016, Pemerintah memberikan kepercayaan kepada Indonesia Eximbank untuk memfasilitasi segmen UKME yang dicanangkan dalam Paket Kebijakan XI mengenai penyediaan fasilitas Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor (KURBE). Fasilitas KURBE dapat digunakan untuk modal kerja (Kredit Modal Kerja Ekspor) dan investasi (Kredit Investasi Ekspor).²⁰

3. Jumlah Polis Asuransi sebanyak 351 buyers yang tersebar di 44 negara

Selama tahun 2016, jumlah nasabah penjaminan sebanyak 279 terjamin. Fasilitas penjaminan Indonesia Eximbank memberikan *level of confidence* bagi eksportir untuk melaksanakan sejumlah proyek di luar negeri. Selama tahun 2016, produk asuransi yang telah dipasarkan adalah asuransi atas risiko gagal ekspor (*Property Insurance, Marine Cargo Insurance* dan *Engineering Insurance*) dan asuransi atas risiko gagal bayar (*Trade Credit Insurance*) yang

¹⁹ ARA, lembaga pembiayaan ekspor indonesia laporan tahunan 2016, diakses dari <http://annualreport.id/annualreport/lembaga-pembiayaan-ekspor-indonesia-laporan-tahunan-2016> , pada tanggal 12 April 2018

²⁰ Ibid

diberikan kepada 74 tertanggung dengan jumlah penerbitan polis asuransi kepada 351 pembeli yang tersebar di 44 negara.

4. Aset

Total aset Indonesia Eximbank tahun 2016 tumbuh 18,47% menembus angka Rp100.669,02 miliar dari posisi tahun sebelumnya yang sebesar Rp84.971,24 miliar. Peningkatan aset antara lain didukung oleh pertumbuhan pembiayaan sebesar 18,31%, pertumbuhan giro dan penempatan pada bank lain masing-masing sebesar 46,03% dan 31,44% serta kenaikan perolehan aset tetap netto sebesar 60,90%.

5. Pembiayaan dan Piutang yang Diberikan

Posisi 31 Desember 2016, portofolio Pembiayaan Indonesia Eximbank mencapai Rp 88.531,57 miliar, meningkat 18,31% dari tahun 2015. Portofolio Pembiayaan Indonesia Eximbank terbagi dalam Pembiayaan Penugasan Umum, dan Pembiayaan Penugasan Khusus. Selama tahun 2016 total Pembiayaan Penugasan Khusus yang telah disalurkan (*disbursement*) mencapai Rp372,95 miliar, dengan outstanding posisi akhir tahun 2016 sebesar Rp49,08 miliar.

6. Ekuitas

Jumlah ekuitas tahun 2016 tercatat sebesar Rp17.440,56 miliar naik 41,08% dibandingkan tahun 2015 yang sebesar Rp12.362,23 miliar. Peningkatan ekuitas terutama disebabkan kenaikan kontribusi modal pemerintah berupa tambahan PMN sebesar Rp4.000,00 miliar pada 31 Desember 2016. Dana PMN tersebut terdiri dari Rp2.000,00 miliar yang digunakan untuk penugasan umum dalam rangka meningkatkan kapasitas usaha dan Rp2.000,00 miliar untuk Penugasan Khusus.

7. Penjaminan yang Diberikan

Penjaminan Indonesia Eximbank tahun 2016 tumbuh 30,06%, melambat dari pertumbuhan tahun sebelumnya (72,13%). Penjaminan yang diberikan oleh perbankan nasional relatif stagnan, hanya tumbuh 1,73% melambat dari tahun sebelumnya, yaitu 19,99%. Indonesia Eximbank juga berhasil menyalurkan penjaminan bagi eksportir dengan pertumbuhan sebesar 30,06% di tahun 2016, menjadi Rp8.125,56 miliar dari tahun 2015 yang sebesar Rp6.247,34 miliar. Pertumbuhan penyaluran penjaminan diikuti dengan peningkatan debitur dari 256 debitur di tahun 2015 menjadi sebanyak 279 debitur di akhir tahun 2016. Beberapa produk penjaminan yang disalurkan berupa penjaminan proyek (83,28%), penjaminan kredit bank (11,11%) diikuti dengan penjaminan kepada importir (3,99%), dan penjaminan kepabeanan (1,61%). Total nilai proyek yang dijamin oleh Indonesia Eximbank mencapai Rp415.754,43 miliar yang merupakan proyekproyek penunjang ekspor. Indonesia Eximbank mengambil porsi retensi sendiri sebesar 35,94%.²¹

²¹ Ibid