



Lembaga Penelitian, Publikasi & Pengabdian Masyarakat
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

*Problematika,
Tantangan dan Strategi*

MASYARAKAT ASEAN



Editor:
Ali Muhammad
Dian Azmawati

**PUSAT STUDI
ASEAN**
Universitas
Muhammadiyah
Yogyakarta



MASYARAKAT ASEAN

*Problematika,
Tantangan dan Strategi*

Editor
Ali Muhammad
Dian Azmawati

**Kutipan Pasal 72:
Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta
(UU No. 19 Tahun 2002)**

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)



masukannya. Meskipun saran sangat kami sangat kami hargai untuk perbaikan ke depan. Semoga bermanfaat.

Tamanirto, 1 Desember 2018

Editor

Ali Muhammad, Ph.D. & Dian Azmawati, MA

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I: Pengantar: Tantangan dan Strategi Masyarakat Asean	1
BAB II: Membangun Budaya Perdamaian Kawasan Asean Sebuah Tantangan Masa Kini.....	11
BAB III Strategi Asean Memberantas Kejahatan Transnasional di Asia Tenggara.....	23
BAB IV Strategi Asean dalam Mendorong Terwujudnya <i>Asean Tourism Single Destination</i> Tahun 2025	41
BAB V Efektivitas Rezim Asean <i>Single Aviation Market</i> dalam Menunjang Keberhasilan Masyarakat Ekonomi Asean	65

BAB VI	Strategi Asean Menurunkan Disparitas Ekonomi Negara-negara Anggota	85
BAB VII	Tantangan Arsitek Indonesia (IAI) dalam Menghadapi Era Masyarakat Ekonomi Asean.....	101
BAB VIII	Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean	113
BAB IX	Identitas Asean: Relevansi dan Implementasi	131
BAB X	Strategi Asean dalam Pengarusutamaan Gender dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender di Asia Tenggara..... <i>(DINAK & TAKDIR)</i>	169
BAB XI	Komitmen Asean dalam Manajemen Penganggulangan Bencana: Masalah Dan Dilema....	213
BAB XII	Analisis Interaksi Dari Fluktuasi Mata Uang Terhadap Kinerja Ekspor dan Impor di Negara Asean-5	231
DAFTAR PUSTAKA		261
INDEKS		299

BAB I

PENGANTAR: TANTANGAN DAN STRATEGI MASYARAKAT ASEAN

Ali Muhammad

SEJAK kerja sama ASEAN memasuki tahap baru dengan terbentuknya Komunitas ASEAN tahun 2015 yang lalu, berbagai isu penting dalam ketiga pilar Masyarakat ASEAN— yakni, pilar politik-keamanan, pilar ekonomi, dan pilar sosial-budaya—perlu terus dikaji lebih mendalam. Bab ini akan mengantarkan berbagai tema yang diangkat atau dibahas di buku ini. Buku yang terdiri dari dua belas bab ini berasal dari hasil penelitian kolaborasi dosen dan mahasiswa UMY terhadap problematika di ketiga pilar tersebut. Penulis berasal dari berbagai latar belakang disiplin ilmu, baik ilmu hubungan internasional, ilmu hukum maupun ilmu ekonomi.

Diawali dengan tulisan Martinus Sardi, bab kedua akan membahas pilar politik keamanan ASEAN. Secara khusus, Martinus Sardi akan memfokuskan gagasannya tentang upaya membangun budaya perdamaian di kawasan Asia

BAB VIII

STRATEGI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Dinar Rifai Ramadhan dan Takdir Ali Mukti⁷

Pendahuluan

DALAM penelitian ini penulis akan membahas strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi AEC. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas berbagai hambatan dalam perkembangan UMKM. Perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing terhadap produk impor. Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat

⁷ Dinar Rifai Ramadhan, SIP adalah sarjana Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Takdir Ali Mukti, SIP, MSI adalah dosen Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

pungutan. Sehingga, dalam hal tersebut dibutuhkan beberapa tindakan dan strategi yang harus dilakukan oleh UMKM yang dibantu dengan beberapa kebijakan pemerintah.

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara melakukan studi kepustakaan berbagai literatur, jurnal, kliping-kliping, koran, makalah, serta penelusuran situs-situs di internet dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah tersebut yang dianggap relevan. Hasil dari penelitian ini akan menjelaskan mengenai pentingnya peran pemerintah dalam mendukung perkembangan UMKM di Indonesia. Perkembangan tersebut dapat dilihat dalam bentuk peningkatan SDM dan peningkatan daya saing dalam pasar bebas. Perkembangan UMKM tersebut kemudian menghasilkan peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja yang lebih luas.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

UMKM sendiri menurut Undang Undang republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, di bagi menjadi 3 kriteria, yaitu

1. Kriteria Usaha Mikro, yaitu:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

ASEAN Economic Community (AEC) merupakan program kerja sama negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia, di bidang ekonomi. Program kerja sama yang rencananya dilaksanakan pada tahun 2015 ini berbeda dengan program-program yang telah dilaksanakan sebelumnya. Pasalnya, *ASEAN Economic Community* ini menekankan pada pasar tunggal yang terbuka sesuai *blueprint* yang berisi empat patokan AEC. Intinya, jika *ASEAN Economic Community* berhasil dijalankan, maka negara-negara ASEAN akan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Arus ekspor-impor barang dan jasa maupun investasi antar negara ASEAN akan lebih terbuka, sementara tarif dan non-tarif sudah tidak diberlakukan lagi.

Dengan diberikannya kemudahan untuk bertransaksi antar negara di Asia Tenggara, sebagai konsumen, kita akan mempunyai lebih banyak pilihan produk-produk berkualitas yang berasal dari kesembilan negara ASEAN. Namun, yang perlu kita perhatikan adalah bagaimana produsen lokal Indonesia mampu bersaing dengan negara-negara ASEAN tersebut.

Keterbukaan pasar ini akan membawa dampak positif jika kita mampu menghasilkan produk berkualitas yang menembus pasar ASEAN. Namun, jika masyarakat Indonesia cenderung menjadi konsumen, maka hal tersebut tidak akan membawa dampak positif bagi perekonomian negara kita. Indonesia memiliki jumlah masyarakat yang terbesar di antara negara-negara ASEAN lainnya, dan saat ini sedang ramai investasi besar-besaran di dalam maupun ke luar negeri. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyatakan selain menarik minat investasi dari negara-negara tetangga yang tergabung dalam ASEAN, pemerintah juga akan memfasilitasi investasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun swasta nasional di negara-negara ASEAN tersebut.

Untuk kawasan ASEAN, investasi perusahaan Indonesia banyak dilakukan di Vietnam. Diperkirakan nilai investasi Indonesia ke Vietnam mencapai sekitar USD500 juta dan secara akumulasi, termasuk periode sebelum lima tahun terakhir, diperkirakan mencapai USD2 miliar. Oleh karena itu, saat pertemuan bilateral dengan PM Vietnam di sela-sela mengikuti KTT ASEAN, Presiden Jokowi menyampaikan harapannya agar investasi pengusaha Indonesia ke Vietnam meningkat dan mendapat dukungan dari pemerintah Vietnam. BKPM akan memanfaatkan kantor perwakilannya di luar negeri yang dapat membantu mempertemukan perusahaan Indonesia dengan mitranya di luar negeri. Sebagai contoh, Kantor Perwakilan BKPM di Sydney membantu memfasilitasi investasi yang dilakukan oleh Japfa Comfeed (Santorji) untuk membeli peternakan Sapi di Australia sebesar USD35 juta.