

## **BAB IV**

### **STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN JEPARA UNTUK MENINGKATKAN EKSPOR MEBEL PASCA PERDAGANGAN BEBAS ACFTA**

Dalam pengertiannya, strategi itu menyangkut perang, persiapan untuk perang. Akan tetapi pengertian tersebut berlaku hanya pada abad ke 18.<sup>43</sup> Dengan semakin kompleksnya perang dan masyarakat, strategi harus memperhitungkan faktor-faktor non militer, seperti ekonomi, psikologi, politik, dan teknologi. Dengan demikian, strategi tidak hanya merupakan konsep perang. Saat ini, strategi telah menjadi seni dan ilmu mengembangkan dan menggunakan sumber daya nasional.<sup>44</sup>

Strategi juga mengenai bagaimana kita melakukan sesuatu yang benar. Dikaitkan dengan ekspor industri mebel, strategi dan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Jepara harus berbeda sesuai dengan minat dan daya beli negara pembeli. Oleh karena itu, strategi dan promosi yang di terapkan harus berdasarkan pantauan/survei terhadap sebuah negara. Mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, promosi harus dilaksanakan secara koordinatif.

Perdagangan bebas ASEAN-CHINA Free Trade Area (ACFTA) telah mempengaruhi ekspor mebel Jepara. Hal tersebut membawa dampak yang negatif

---

<sup>43</sup> Habib Hasnan, *Kapita Selekta: Strategi dan Hubungan Internasional*, CSIS, Jakarta, 1997, hal 84.

<sup>44</sup> [www.dictionay.com](http://www.dictionay.com) diakses 26 Desember 2012.

dengan menurunnya nilai ekspor mebel, dan menurunnya nilai ekspor mebel tersebut jelas sangat merugikan bagi perekonomian Jepara. Dikarenakan Jepara merupakan salah satu kota mebel yang ada di Indonesia, dan ekspor mebel Jepara telah beredar di pasaran internasional. Dan yang paling utama, banyaknya tenaga kerja serta unit usaha yang bergerak di bidang industri mebel.

Dalam menghadapi ACFTA tersebut, pemerintah Jepara telah melakukan usaha untuk menanggulangnya, salah satunya ialah memproduksi mebel dengan berbagai motif mebel, baik mebel kebutuhan rumah tangga maupun mebel ukir yang penuh dengan nilai kesenian yang tinggi. Hal tersebut dilakukan agar mebel Jepara berbeda dengan mebel lainnya dan mampu memikat hati para konsumen untuk membeli mebel Jepara. Namun hal tersebut belum cukup untuk meningkatkan daya saing mebel Jepara, baik dari dalam maupun luar negeri terhadap mebel lainnya. Kemudian, pemerintah Jepara membuat rencana strategis untuk mengintegrasikan berbagai hal yang berhubungan dengan dunia industri mebel, yang kemudian langkah selanjutnya dilakukan adalah melakukan promosi untuk membawa produk mebel ke pasar internasional dengan menggandeng beberapa negara lain yang telah menjalin hubungan kerjasama dengan Jepara, guna menarik perhatian negara lain untuk melakukan kerjasama perdagangan di bidang industri mebel.

## **A. Promosi Industri Mebel**

Promosi dilakukan untuk mengenalkan sebuah produk kepada seseorang atau komunitas tertentu agar tertarik untuk memilikinya. Di bidang industri mebel, promosi merupakan suatu strategi yang harus dioptimalkan agar masyarakat luas, baik yang ada di dalam maupun di luar negeri, mengetahui keunggulan mebel di Jepara khususnya.

Kabupaten Jepara dengan beraneka ragam pariwisatanya, mampu mendorong laju pertumbuhan industri mebel di Jepara. Namun hal itu belum cukup untuk menjadikan mebel Jepara dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga pemerintah pun memiliki strategi untuk mengundang minat wisatawan agar mau membeli mebel Jepara. Walaupun hal tersebut terlihat sulit, dikarenakan perdagangan bebas ACFTA yang secara tidak langsung menghantam perekonomian dan perdagangan usaha kecil menengah. Tetapi pemerintah Jepara terus bertekad untuk meningkatkan kembali ekspor mebel yang merupakan industri utama yang dicari oleh wisatawan dan merupakan industri yang banyak digeluti oleh para tenaga kerja dan unit usaha yang ada di Jepara.

### **A.1 Promosi Dalam Negeri**

Jepara memang dikenal sebagai kota mebel, namun masih banyak khalayak ramai yang masih menganggap Jepara hanya sebagai kota pariwisata. Dengan adanya

dengan ketidaktahuan masyarakat luas tentang mebel Jepara. Untuk menanggulangi hal tersebut, langkah yang pertama diambil jelas yaitu melakukan promosi dari dalam negeri dahulu. Hal ini dikarenakan agar mebel Jepara bisa lebih dikenal lagi dari dalam negeri dan permintaan dari dalam negeri tersebut nantinya mampu mendorong laju ekspor mebel ke luar negeri. Adapun promosi yang dilakukan oleh pemerintah Jepara untuk meningkatkan ekspor mebel dalam negeri yaitu:

### **1. Promosi Melalui Pameran, Event Bisnis dan Budaya**

Salah satu strategi yang sering digunakan pemerintah Jepara untuk mengenalkan produk industri, terutama mebel, dengan mengikuti pameran ataupun mengadakan pameran. Pameran ataupun Event Bisnis dan Budaya merupakan ajang untuk mengenalkan produk dan ajang untuk meningkatkan penjualan dengan menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Selain itu ada juga beberapa manfaat yang lainnya, antara lain:<sup>45</sup>

- Sebagai sarana mengenalkan produk baru.
- Mengenalkan produk dengan inovasi baru.
- Memperkuat citra perusahaan.
- Mengetahui informasi mengenai pesaing.
- Survey pasar melalui pameran.

---

<sup>45</sup> *Strategi Promosi Melalui Pameran.* Melalui <http://bisnisukm.com/strategi-promosi-melalui-pameran.html> diakses 28 April 2011.

- Meningkatkan kualitas SDM dan teamwork.

Melihat manfaat dari diselenggarakannya suatu pameran, maka pemerintah Jepara pun dengan sigap melakukan dan mengikuti berbagai pameran, mulai dari saat setelah perjanjian ACFTA diberlakukan.

#### **a. Tahun 2010**

Pemerintah Jepara menggelar Expo Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kota Jepara. Kegiatan tersebut dilakukan dengan memfokuskan untuk mengangkat dan meningkatkan ekspor mebel Jepara. Dan kegiatan tersebut diikuti oleh pengusaha mebel se-Jepara.<sup>46</sup>

#### **b. Tahun 2011**

CIFOR mengadakan suatu lokakarya yang dilaksanakan pada tanggal 8-9 Desember 2011 di Gedung JTTC di Jepara yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kebijakan untuk menyesuaikan diri dengan permintaan pasar mebel. Para peserta terdiri dari para pemangku kepentingan industri mebel di Jepara: anggota APKJ, Dinas Kehutanan, Perhutani, ASMINDO dan FRK. CIFOR beserta mitra-mitranya, IPB dan Badan Litbang Kehutanan menyajikan presentasi hasil penelitian, presentasi dari Perhutani dan kantor kehutanan. Ada banyak masalah

yang dihadapi tidak hanya di industri mebel skala kecil tetapi juga usaha berskala besar. Yang paling umum di antaranya ialah akses pasar dan bahan baku. Usaha skala kecil juga memiliki masalah dengan modal dan sumber daya manusia, belum lagi kualitas produk dan ketidakseimbangan distribusi nilai tambah. Dengan adanya masalah ini, kami mengundang Perhutani dan Dinas Kehutanan untuk membahas kelangkaan kayu dan kenaikan harga tahunan. APKJ juga memberikan presentasi tentang pengalaman dari tiga pameran yang difasilitasi oleh CIFOR. Anggota APKJ telah mengembangkan keterampilan bernegosiasi dan berkomunikasi yang diperlukan saat berinteraksi langsung dengan pembeli, dan belajar bahwa komitmen terhadap produksi dan kualitas merupakan aset dalam menyesuaikan diri dengan pasar. Pada akhir lokakarya, anggota APKJ menuliskan harapan mereka serta harapan dari asosiasi dan proyek.<sup>47</sup>

### **c. Tahun 2012**

Pemkab Jepara mengadakan suatu pameran yang berjudul Jepara Expo. Aneka produk mebel seperti, seni ukir, anyaman rotan, dan berbagai produk mebel lainnya. Pameran tersebut digelar untuk membuka peluang investasi di kota Jepara. Ekspor mebel Jepara kini sudah merambah ke 105 negara seperti Amerika, Dubai, India dan masih banyak lagi.

Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jateng Ihwan Sudrajat menambahkan, peluang investasi di kota Jepara masih terbuka luas. Dengan banyaknya potensi unggulan yang dimiliki membuat sejumlah investor berminat untuk berinvestasi serta menanamkan modalnya. Hal ini tentunya dapat meningkatkan pendapatan dan mengembangkan perekonomian di kota Jepara.<sup>48</sup>

## **2. Promosi Melalui Media Massa**

Ada beberapa cara yang bisa digunakan untuk memasarkan produk agar cepat di kenal luas di publik. Diantaranya dengan promosi yang gencar melalui media massa. Ada dua jalur yang bisa ditempuh, yang pertama jalur advertising (pemasangan iklan) dan yang kedua jalur pemberitaan (liputan). Pemerintah Jepara mungkin harus lebih gencar lagi meningkatkan promosi melalui media massa. Hal tersebut dikarenakan media mempunyai peranan yang penting dan strategis bagi kegiatan periklanan ataupun liputan. Karena lewat media adalah suatu pesan dapat diwujudkan dan disampaikan sehingga dapat ditangkap panca indera konsumennya. Media dalam hal ini mempunyai makna sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan pengiklan kepada konsumen dalam bentuk cetak maupun audio visual. Promosi melalui media massa tersebut sangat berpengaruh

---

<sup>48</sup> <http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2012/10/11/132504/Jepara-Tawarkan->

dalam memberikan kemudahan bagi pemerintah untuk mempromosikan mebel Jepara, baik dari Jepara itu sendiri maupun bagi kota-kota lainnya.

Oleh karena itu, pemerintah Jepara harus lebih teliti dan sigap lagi dalam memposisikan diri untuk menjadi sumber berita yang dicari media. Walaupun promosi yang dilakukan melalui pameran, ataupun melalui event bisnis dan budaya telah banyak dilakukan pemerintah Jepara, tetapi promosi melalui media massa pun harus lebih ditingkatkan lagi. Tidak menutup kemungkinan nantinya, promosi mebel yang dilakukan pemerintah Jepara akan bisa dikenal masyarakat dunia dengan sangat cepat. Dan dari pemberitaan tersebut, mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Jepara.

## **A.2 Promosi Mancanegara**

Setelah sukses dengan promosi yang dilakukan di dalam negeri, pemerintah Jepara pun tidak ingin menyia-nyiakan kesempatan untuk segera melakukan promosi ataupun kunjungan ke luar negeri hanya untuk memperkenalkan mebel Jepara. Hal ini merupakan tujuan utama pemerintah Jepara mengingat pangsa pasar terbesar mebel Jepara berada di luar negeri dan hal tersebut sangat menjanjikan bagi perkembangan mebel dan perekonomian Jepara. Kadis Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jepara Edy Sujatmiko mengemukakan, Pemkab Jepara terus berupaya mempromosikan mebel dan ukiran ke pasar lokal, nasional, dan luar negeri. Tiap tahun dana sebesar Rp 1 miliar dikeluarkan dari APBD Kabupaten Jepara untuk



kegiatan pengembangan industri mebel dan ukiran.<sup>49</sup> Adapun promosi yang dilakukan oleh pemerintah Jepara untuk meningkatkan ekspor mebel ke luar negeri, baik itu promosi melalui pameran, event bisnis dan budaya, antara lain yaitu:

**a. Tahun 2011**

Puluhan pengusaha mebel berasal dari Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, mengikuti pameran tingkat internasional yang diselenggarakan di Jakarta pada 11-14 Maret 2011. Pengusaha mebel yang mengikuti Interational Furniture and Craft Fair Indonesia 2011 di Jakarta, mencapai 33 pengusaha skala kecil dan menengah, ditambah beberapa pengusaha besar. Sebagai bentuk dukungan terhadap puluhan pengusaha mebel yang mengikuti pameran mebel internasional itu, Pemkab Jepara telah memberikan subsidi sewa tempat pameran kepada pengusaha kecil dan menengah sebesar Rp400 ribu per meter persegi dari harga per meter sebesar Rp1,6 juta. Pada pameran tersebut, Jepara mendapatkan jatah tempat seluas 1.900 meter persegi. Dari luas 1.900 meter persegi tersebut, seluas 1.000 meter persegi disediakan untuk pengusaha mebel tingkat menengah dan kecil. Sisanya untuk pengusaha besar yang saat ini mampu mandiri.

---

<sup>49</sup> *Mebel Jepara Diminati Asing*. Melalui

[http://www.jepara.com/kead/2011/12/21/02282881/Mebel\\_Jepara\\_Diminati\\_Asing](http://www.jepara.com/kead/2011/12/21/02282881/Mebel_Jepara_Diminati_Asing) diakses 21

Ketua Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia (Asmino) Komda Jepara, Akhmad Fauzi, mengatakan, anggotanya akan mendapatkan bonus sekitar 20 persen dari harga sewa tempat pameran secara normal. Hal ini untuk mendorong para pengusaha mebel Jepara rutin mengikuti pameran agar dikenal di dalam negeri maupun di luar negeri.

Beliau menyatakan pentingnya pengusaha mebel proaktif melalui strategi jemput bola untuk pemasaran produk dan bukan hanya menunggu pesanan seperti tahun-tahun sebelumnya. Dengan diikutinya pameran internasional tersebut, Akhmad Fauzi menyatakan optimistis bisa menarik minat pembeli maupun ekspor akan bertambah. Sejumlah pengusaha mebel dari expo tersebut ada yang ditunjuk mengikuti pameran di Italia, Prancis, Spanyol, dan berbagai negara lainnya yang memang berpotensi untuk pasar mebel Indonesia terutama untuk Jepara yang memiliki kekhasan dalam industri mebelnya.<sup>50</sup>

Sejumlah pengunjung melihat berbagai produk kebutuhan rumah tangga pada pameran Furniture dan Interior 2011 di JCC, Senayan, Jakarta. Berbagai kebutuhan rumah tangga seperti tempat tidur, mebel, lemari, serta produk interior lainnya digelar 13 hingga 18 Desember 2011.

## **b. Tahun 2013**

Tahun 2013 mendatang pengusaha mebel Kabupaten Jepara akan mengikuti pameran yang sangat mempengaruhi besarnya ekspor ke luar negeri melalui ajang 'International Furniture and Craft Fair Indonesia' (IFFINA: yang akan digelar di Jakarta, Maret 2013 mendatang). IFFINA merupakan bagian dari agenda pameran mebeltingkat internasional yang direncanakan akan rutin digelar di beberapa Negara, seperti di Malaysia, Singapura, Vietnam, Thailand, Filipina, China, hingga Eropa dan Amerika.

Ketua AS Ketua Asmindo Komisariat Daerah (Komda) Kabupaten Jepara, Akhad Fauzi mengatakan gelaran International Furniture and Craft Fair Indonesia (IFFINA) yang diadakan di Jakarta pada 11-14 Maret 2013 mendatang ditargetkan mampu mendatangkan 3.500 pembeli atau buyer dari luar negeri maupun domestik. Asmindo sangat optimistik mampu mendapatkan order pesanan dari sebanyak 3.200 – 3.500 buyer, meningkat dari pada capaian tahun sebelumnya yang hanya memperoleh pesanan dari raih 3.000 buyer.

Kegiatan yang akan digelar di Jakarta tahun depan tersebut merupakan pameran mebel yang terbesar, karena selain tidak hanya diikuti oleh seluruh pengusaha mebel tanah air, juga diikuti oleh pengusaha dari luar negeri. Luas area yang digunakan untuk pameran mencapai seluas 20.000 meter persegi, dan khusus pengusaha mebel dari Jepara mendapatkan bagian seluas 2.600 meter

Dalam pameran yang akan digelar tahun depan tersebut Pemkab Jepara tidak lepas tangan dalam merangkul pengusaha kecil dan menengah. Karena tahun sebelumnya pengusaha kecil dan menengah mendapatkan bantuan dari Pemkab Jepara berupa subsidi harga sewa tempat pameran. Seperti halnya pameran sebelumnya, para pengusaha mebel kabupaten jepara, khusus kelas menengah dan kecil, mendapatkan tempat pameran dengan luas sekitar 1.000 meter persegi, dengan harga sewa yang lebih murah karena mendapatkan subsidi dari pemerintah kabupaten Jepara, sedangkan selebihnya mandiri. Hal tersebut merupakan upaya Pemkab Jepara untuk meningkatkan ekspor mebel Jepara. Dengan adanya pameran tersebut para pengusaha mebel Jepara diharapkan rutin untuk mengikuti supaya lebih dikenal, baik untuk calon pembeli dalam negeri maupun mancanegara.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) kabupaten Jepara, nilai ekspor kerajinan mebel Jepara selama 2011 mencapai US\$ 111,65juta, atau mengalami kenaikan tipis jika dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai senilai US\$111, 5 juta.<sup>51</sup>

Padatnya rangkaian promosi mebel Indonesia yang melibatkan para pengusaha mebel Jepara, tentunya membuat promosi tersebut berjalan dengan

---

<sup>51</sup> *Asmindo Jepara targetkan peroleh order pemesanan dari 3.500 buyer. Melalui*

sangat baik, dengan harapan para konsumen dari luar negeri tersebut bisa dan mau melakukan kerjasama untuk mengimpor produk-produk mebel dari Jepara tersebut. Hal ini sangat membantu laju pertumbuhan perekonomian Jepara, dimana banyaknya unit usaha kecil menengah yang bergerak di bidang mebel yang memperkerjakan banyaknya tenaga kerja. Sehingga promosi yang dilakukan pemerintah Jepara tersebut bisa mendorong pertumbuhan ekspor mebel Jepara.

## **B. Melakukan Kerjasama Internasional**

Menurut K.J. Holsti, konsep kerjasama internasional adalah sebagian besar transaksi atau interaksi negara dalam sistem internasional sekarang ini bersifat rutin dan hampir bebas dari konflik. Berbagai jenis masalah regional, nasional, dan global bermunculan dan memerlukan perhatian dari berbagai negara. Banyak kasus yang terjadi sehingga pemerintah saling berhubungan atau melakukan pembicaraan mengenai masalah yang dihadapi dan mengemukakan berbagai bukti teknis untuk menyelesaikan permasalahan tertentu, beberapa perjanjian yang memuaskan semua pihak ini yang disebut kerjasama.<sup>52</sup>

Pemerintah Jepara sebelumnya telah melakukan kerjasama internasional dalam bidang mebel kepada negara Jepang dan Amerika Serikat sebagai pembeli potensial. Namun hal tersebut tidak lah cukup untuk menanggulangi dari perdagangan bebas ACFTA yang telah menggerus ekspor mebel Jepara. Dan kerjasama internasional pun ditingkatkan guna menanggulangi perdagangan bebas tersebut, dengan harapan negara yang telah melakukan kerjasama kepada Kabupaten Jepara tersebut tidak berpengaruh besar terhadap perdagangan bebas yang terjadi. Berikut adalah kerjasama yang dilakukan pemerintah Daerah Jepara kepada beberapa negara yang ada di Eropa dan Asia.

a. Kerjasama Jepara-Jerman

German Internasional Cooperation (GIZ) dan Kadin Jepara membentuk Usaha Menengah Kecil Masyarakat (UMKM) Center di kompleks Jepara Trade and Tourism Center (JTTC), Renging pecangaan. UMKM Center dibuka pertengahan November yang lalu setelah beraudiensi dengan Bupati Jepara Hendro Martojo. Audiensi diikuti pengurus Kadin Jepara, Dinas Industri dan Perdagangan, Bagian Perekonomian Setda Jepara, serta tenaga ahli pengembangan ekonomi local GIZ Klaus Peter Berkemeyer dan pendamping/tenaga ahli lokal Solichah. Kepada Bupati, Peter menjelaskan GIZ merupakan lembaga dibawah Kementerian Ekonomi Jerman yang memberikan dukungan dalam beberapa bidang, misalnya pendidikan, ekonomi, dan perubahan iklim. Kerja sama antar pemerintah ini sudah dimulai sejak 1976

Programnya difokuskan pada pengembangan ekonomi lokal di kabupaten Jepara, khususnya pendampingan UMKM dalam transfer teknologi dan pengembangan struktur lembaga pendukungnya. Program nyatanya berupa inisiasi pembentukan UMKM Center yang mempunyai layanan pengembangan aktivitas, dan Sumber Daya Manusia (SDM) serta konsultasi dan fasilitasi informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Menurut Peter kerja sama ini sangat membantu dalam mengembangkan rangkaian workshop pengembangan kapasitas usaha mikro dan kecil sehingga terjadi perubahan mindset pengusaha serta memberi pandangan bahwa bisnis kecil yang sekarang dimiliki dikembangkan menjadi lebih besar. Kerja sama GIZ dengan Kadin Jepara direncanakan minimal sampai tahun 2013. Disadari bahwa pendampingan UMKM merupakan program jangka panjang sehingga memerlukan proses dan waktu lebih. Rangkaian workshop yang akan dilaksanakan merupakan workshop aplikatif, dilanjutkan pendampingan sehingga diharapkan UMKM yang mengikuti bias mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dalam kegiatan bisnisnya.<sup>53</sup>

#### b. Kerjasama Jepara-Aljajair

Pemerintah Aljajair menjalin kerjasama dengan pemerintah kota

---

<sup>53</sup> GIZ dan Kadin Bentuk UMKM Center. Melalui <http://www.suaramerdeka.com/v2/index.php/read/cetak/2011/10/15/162782/GIZ-dan-Kadin-Bentuk->

Jepara. Langkah kerja sama itu ditandai dengan kehadiran Perdana Menteri Aljajair Ahmed Ouyahia beserta sejumlah menteri kabinet Presiden Bouteflika, saat menghadiri pembukaan Pameran FIA (Foarfoire Internationale de' Alger) yang diselenggarakan di Aljajair. PM Ahmed Ouyahia ditemui oleh Dubes Indonesia untuk Aljajair Niam Salim. Dalam pertemuan dengan Dubes Niam Salim, PM Ahmed Ouyahia membahas tentang kerja sama antara kota Jepara dengan Aljajair dalam bidang industri mebel. Dubes RI Niam Salim sangat mendukung kerjasama tersebut dikarenakan sebagian besar pengusaha yang menjual mebel di Aljajair mengimpor mebel dari Jepara, karena menurut pengusaha-pengusaha mebel di Aljajair mengungkapkan bahwa mebel Jepara sudah terbukti bagus kualitasnya dan kuat. Selain itu, PM Ahmed Ouyahia tertarik untuk mengembangkan kerja sama pariwisata. Dubes RI Niam Salim memberi apresiasi dengan rencana kerja sama tersebut, mengingat potensi pariwisata yang dimiliki Jepara menjadi acuan untuk perkembangan mebel Jepara.<sup>54</sup>

Jadi, kerjasama internasional yang dilakukan pemerintah Jepara dalam mempromosikan industri mebel, kini telah merambah luas di pasaran dunia. Tidak hanya di Jepang dan Amerika saja yang merupakan pembeli potensial, negara lain pun tidak ingin ketinggalan. Hal tersebut memang tidak terlepas

---

<sup>54</sup> *Hadiri International Expo, Dubes Niam Salim Bertemu PM Aljazair.* Melalui <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/05/31/hadiri-international-expo-dubes-niam-salim->



dari peran pemerintah Jepara yang dengan strateginya selalu rajin mempromosikan industri mebel Jepara. Dan dari hasil kerjasama dan promosi yang dilakukan pemerintah Jepara, ekspor mebel pasca perdagangan bebas ACFTA tidak mengalami perkembangan yang sangat pesat pada saat sebelum diberlakukannya ACFTA. Hal ini terlihat pada akhir tahun 2011, ekspor mebel Jepara hanya mampu mencatat angka penjualan sebesar US\$111,65juta.<sup>55</sup>