

WAHYUDI WIBOWO



SENARAI PEMIKIRAN PEREKONOMIAN INDONESIA:

MENGELOLA TANTANGAN MENUJU INDONESIA TANGGUH,
TUMBUH, DAN BERKEADILAN



DAFTAR ISI

SEKAPUR SIRIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
PROLOG.....	1
I. Pembangunan Berkeadilan Sosial.....	4
Sistem Ekonomi Pancasila: Demokrasi Ekonomi dan Keadilan Sosial	5
Pemenuhan Hak Kesehatan Penyandang Disabilitas di Era JKN....	10
II. Indonesia di Kancah Global	16
Bringing Unique Varieties of Indonesia's Processed Foods to the World Markets	17
Expanding the Capabilities of Indonesia's Creative IT Services Sector	29
ACFTA, Ancaman atau Peluang?	43
Kesepakatan Seoul dan Indonesia	47
ASEAN Economic Community: Wishful Thinking?	50
Breaking the Prophecy of Crisis.....	54
III. Perguruan Tinggi dan Daya Saing Bangsa	57
Nationalism of Young Indonesians	58
Don't Push Them All to Be Scientists	60
Universitas Riset dan Daya Saing Bangsa: Menilik Pengalaman Korea Selatan.....	63
INTERMESO	73
Korea, the Mountain of Life	74
IV. Daya Saing Sektor Industri.....	77
We Should Gain More from FDI.....	78

	Menangguk Untung dari Investasi Asing	82
	Bayang-Bayang Deindustrialisasi Dini	86
	Weighing Making Indonesia 4.0.....	89
	Menimbang Making Indonesia 4.0.....	93
V.	Pengembangan UMKM dan Industri Kreatif.....	99
	Juaranya UMKM Korea	100
	Menerobos Peluang Ekspor UMKM Jawa Timur	103
	K-Drama, Industri Kreatif Berbasis Budaya Populer.....	106
	Pengembangan Potensi UMKM Sektor Agribisnis di Jawa Timur: Studi Kasus Kampung Coklat, Kabupaten Blitar	118
	Industri Kreatif, Lahan Subur Kaum Milenial di Era Ekonomi Gig	138
VI.	Tantangan Ketahanan Energi, Ketenagakerjaan, dan Persaingan Usaha	141
	Solution to Fuel Price Dilemma: Leave Oil Before It Leaves Us .	142
	Perlindungan Buruh Industri di Tengah Bencana Covid-19.....	146
	Omnibus Bill: Not to Forsake Labor Productivity	150
	Dilema Fleksibilitas Pasar Tenaga Kerja.....	153
	Kartu Prakerja dan Pemulihan Ekonomi	156
	Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital	159
	EPILOG	163
	DAFTAR PUSTAKA.....	170
	TENTANG PENULIS	177

Senarai Pemikiran

Perekonomian Indonesia:

Mengelola Tantangan Menuju Indonesia Tangguh,
Tumbuh, dan Berkeadilan

deepublish / publisher

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Wahyudi Wibowo

Senarai Pemikiran Perekonomian Indonesia:

Mengelola Tantangan Menuju Indonesia Tangguh,
Tumbuh, dan Berkeadilan

 deepublish

Cerdas, Bahagia, Mulia, Lintas Generasi.

**SENARAI PEMIKIRAN
PEREKONOMIAN INDONESIA: MENGELOLA TANTANGAN MENUJU
INDONESIA TANGGUH, TUMBUH, DAN BERKEADILAN**

Wahyudi Wibowo

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
www.shutterstock.com

Tata Letak :
Zulita Andan Sari

Proofreader :
Meyta Lanjarwati

Ukuran :
viii, 177 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
No ISBN

Cetakan Pertama :
Bulan 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2022 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

SEKAPUR SIRIH

Buku yang terbit di tengah situasi pandemi Covid-19 ini merupakan kumpulan refleksi pemikiran penulis sejak memulai profesi sebagai tenaga pengajar di perguruan tinggi. Bagian utama buku ini berisi kumpulan esai tentang beragam topik terkait perekonomian Indonesia, dengan rentang tahun penulisan sejak 2008 hingga 2021. Beberapa esai tersebut pernah dipublikasikan di media massa.

Pendekatan yang dipakai dalam esai-esai yang disusun umumnya adalah kritis-normatif. Sebagaimana acap digunakan penulis opini di media massa. Ini tidak terlepas dari harapan penulis bahwa esai-esai tersebut akan memantik diskursus publik akan suatu topik permasalahan ataupun gagasan kebijakan. Atau, paling tidak esai-esai tersebut dapat digunakan sebagai materi pengantar pada matakuliah Perekonomian Indonesia serta mendorong daya kritis mahasiswa dalam diskusi-diskusi di kelas.

Adapun topik-topik yang dipilih tidaklah lepas dari bidang minat penelitian penulis, yakni berbagai aspek dalam pembangunan ekonomi Indonesia, khususnya bidang perdagangan dan investasi. Topik-topik tersebut banyak berasal dari diskusi-diskusi di kelas Perekonomian Indonesia (Indonesian Economic Policy), serta keterlibatan penulis dalam proyek-proyek penelitian pada lembaga pemerintah maupun internasional.

Untuk memudahkan pembaca, esai-esai dalam buku ini terbagi dalam beberapa bab: Pembangunan Berkeadilan Sosial, Indonesia di Kancan Global, Perguruan Tinggi dan Daya Saing Bangsa, Daya Saing Sektor Industri, Pengembangan UMKM dan Industri Kreatif, serta Ketahanan Energi, Ketenagakerjaan, dan Persaingan Usaha.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan yang diberikan pimpinan dan civitas akademika Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) atas terbitnya buku ini. Kiranya

penerbitan buku ini menjadi salah satu ejahwantah motto UKWMS” “*Non Scholae Sed Vitae Discimus*”, kita belajar bukan demi ilmu pengetahuan semata, melainkan juga demi kehidupan.
Selamat membaca!

Surabaya, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

SEKAPUR SIRIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
PROLOG.....	1
I. Pembangunan Berkeadilan Sosial.....	4
Sistem Ekonomi Pancasila: Demokrasi Ekonomi dan Keadilan Sosial	5
Pemenuhan Hak Kesehatan Penyandang Disabilitas di Era JKN....	10
II. Indonesia di Kancah Global	16
Bringing Unique Varieties of Indonesia’s Processed Foods to the World Markets	17
Expanding the Capabilities of Indonesia’s Creative IT Services Sector.....	29
ACFTA, Ancaman atau Peluang?	43
Kesepakatan Seoul dan Indonesia	47
ASEAN Economic Community: Wishful Thinking?	50
Breaking the Prophecy of Crisis	54
III. Perguruan Tinggi dan Daya Saing Bangsa	57
Nationalism of Young Indonesians.....	58
Don’t Push Them All to Be Scientists	60
Universitas Riset dan Daya Saing Bangsa: Menilik Pengalaman Korea Selatan.....	63
INTERMESO	73
Korea, the Mountain of Life	74
IV. Daya Saing Sektor Industri.....	77
We Should Gain More from FDI.....	78

Menanggung Untung dari Investasi Asing	82
Bayang-Bayang Deindustrialisasi Dini	86
Weighing Making Indonesia 4.0.....	89
Menimbang Making Indonesia 4.0.....	93
V. Pengembangan UMKM dan Industri Kreatif.....	99
Juaranya UMKM Korea	100
Menerobos Peluang Ekspor UMKM Jawa Timur	103
K-Drama, Industri Kreatif Berbasis Budaya Populer.....	106
Pengembangan Potensi UMKM Sektor Agribisnis di Jawa Timur: Studi Kasus Kampung Coklat, Kabupaten Blitar	118
Industri Kreatif, Lahan Subur Kaum Milenial di Era Ekonomi Gig.....	138
VI. Tantangan Ketahanan Energi, Ketenagakerjaan, dan Persaingan Usaha	141
Solution to Fuel Price Dilemma: Leave Oil Before It Leaves Us .	142
Perlindungan Buruh Industri di Tengah Bencana Covid-19.....	146
Omnibus Bill: Not to Forsake Labor Productivity	150
Dilema Fleksibilitas Pasar Tenaga Kerja.....	153
Kartu Prakerja dan Pemulihan Ekonomi	156
Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital	159
EPILOG	163
DAFTAR PUSTAKA.....	170
TENTANG PENULIS	177

PROLOG

Saat ini dunia sedang memasuki tahun ketiga krisis global akibat pandemi Covid-19. Memasuki tahun 2022 perkembangan perekonomian dunia masih diselimuti oleh risiko dan ketidakpastian yang besar. Munculnya varian Omicron dan tingkat penularannya yang tinggi di berbagai negara mengingatkan kita bahwa pandemi Covid-19 belum berlalu. Hadirnya varian baru virus yang lebih menular ini bahkan menempatkan negara dengan tingkat vaksinasi tinggi di bawah tekanan. Kita masih harus bersiap menerima perkembangan situasi makro-global yang baik ataupun buruk.

Kabar baiknya adalah bahwa tingkat *output* di banyak negara telah mengalami *rebound* pada tahun 2021, setelah penurunan yang tajam di tahun 2020. Kemudian, negara-negara maju serta banyak negara berpenghasilan menengah, seperti Indonesia, telah mencapai tingkat vaksinasi yang substansial untuk menekan pandemi.

Merujuk pada laporan World Economic Outlook (WEO) Edisi Januari 2022 yang dipublikasikan International Monetary Fund (IMF), perekonomian global diprediksi akan mengalami moderasi ke level 4,4% di tahun 2022 dan 3,8% di 2023. Sedangkan pertumbuhan ekonomi AS diperkirakan turun dari 5,6% di 2021, menuju 4,0% di 2022 dan 2,6% di 2023. Sementara itu perekonomian di kawasan Eropa akan turun berturut-turut sebesar 5,2%, 3,9%, dan 2,5%.

Dalam kurun periode yang sama, proyeksi pertumbuhan Tiongkok berturut-turut adalah 8,1%, 4,8% dan 5,2%. India diproyeksikan tumbuh tinggi sebesar 9,0% di 2021 dan 9,0% di 2022, dan kemudian mengalami moderasi menjadi 7,1% di 2023. Sementara itu, di kawasan ASEAN-5, pertumbuhan ekonomi diperkirakan justru berada dalam tren peningkatan.

Dalam periode 2021-2023, Indonesia diramalkan akan terus bertumbuh kuat sebesar 3,3%, 5,6%, dan 6,0%, kemudian Malaysia berturut-turut 3,5%, 5,7%, dan 5,7%. Dalam periode yang sama, pertumbuhan PDB Thailand akan berada pada angka pertumbuhan 1,3%, 4,1%, 4,7%, sedangkan Filipina pada 4,6%, 6,3%, dan 4,9%.

Perkembangan positif tingkat *output* di banyak negara tidak terlepas dari aktivitas perdagangan internasional yang meningkat pesat. Adapun seiring peningkatan tersebut, tingginya harga-harga komoditas menguntungkan banyak negara berkembang, termasuk negara kita.

Sekalipun demikian, bagi banyak negara berkembang, pemulihan perekonomian global masih dibayangi beberapa tantangan. Pertama, ketidakseimbangan makroekonomi global telah mencapai proporsi yang mengkhawatirkan. Pengeluaran pemerintah, defisit, dan utang di banyak negara selama masa pandemi telah mencapai rekor tertinggi relatif terhadap PDB. Hutang Amerika Serikat dan Jepang, misalnya, berada pada tingkat 100% PDB. Demikian pula pengeluaran pemerintah di negara-negara berkembang. Posisi utang luar negeri Indonesia sendiri pada 2021 mencapai 41% PDB. Risiko terkait yang mungkin timbul akibat peningkatan utang global ini adalah potensi suku bunga yang merangkak naik.

Kedua, dunia sedang menghadapi peningkatan ketimpangan pendapatan. Krisis akibat pandemi Covid-19 berpotensi menghapus kemajuan bertahun-tahun dalam penanggulangan kemiskinan di banyak negara berkembang. Ruang fiskal pemerintah menyempit drastis, memaksa banyak kelompok rumah tangga miskin di negara-negara berkembang kehilangan pekerjaan, subsidi, dan jaminan sosial yang selama ini menopang kehidupan mereka.


Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, penutupan sekolah dan disrupsi pada layanan kesehatan umum berpotensi menurunkan kualitas modal manusia di masa depan, terutama di antara kelompok anak-anak dan kelompok rentan sosial lainnya. Pada ujung lain, harga beberapa aset yang sedang *booming* seperti komoditas batubara, meningkatkan kekayaan kelompok penduduk yang lebih kaya, serta mendorong inflasi.

Di sektor perdagangan internasional, hambatan pasokan global telah memukul negara-negara berkembang dengan keras. Negara-negara

berkembang seringkali berada di ujung jalur pasokan global, tidak memiliki posisi tawar yang cukup dibanding negara-negara dengan sumber daya keuangan yang besar dan volume permintaan yang besar. Pelabuhan yang beroperasi di bawah kapasitas, penundaan pasokan terkait pandemi, dan ketersediaan kontainer yang tidak merata telah meningkatkan biaya pengiriman dan hambatan pasokan kendala ke tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Karenanya, kemajuan dalam vaksinasi adalah kunci untuk memulihkan mobilitas penduduk dan menggerakkan ekonomi. Selanjutnya, langkah penting yang harus dilakukan adalah mendorong terus inovasi teknologi digital di berbagai sektor. Revolusi digital yang berkembang pesat di berbagai sektor industri tidak hanya mendorong pemerataan kesempatan ekonomi dan pekerjaan, namun juga menawarkan kesempatan untuk memperkuat sistem perlindungan sosial, layanan kesehatan, dan pendidikan. Selain itu, memungkinkan akses yang lebih luas ke sektor keuangan. Inisiatif layanan publik digital juga membuka kemudahan akses layanan publik.

Kembali ke laporan WEO pada Januari 2022 di atas, di tengah situasi ketidakpastian ini IMF memberikan beberapa rekomendasi. Rekomendasi khusus dikeluarkan terkait kebutuhan mendesak terhadap kerja sama internasional untuk memperkuat kerangka kebijakan global yang komprehensif. Kerangka kebijakan global dimaksud mencakup kebijakan-kebijakan di sektor kesehatan, termasuk pemerataan vaksinasi, kebijakan moneter dengan didukung komunikasi yang efektif, kebijakan fiskal yang berkesinambungan, serta kebijakan antisipasi perubahan iklim.



I.
**Pembangunan
Berkeadilan Sosial**

Sistem Ekonomi Pancasila: Demokrasi Ekonomi dan Keadilan Sosial

Sebenarnya telah banyak diketengahkan berbagai kajian terkait kelahiran ideologi negara Pancasila beserta nilai-nilai luhur bangsa yang terkandung di dalamnya. Tulisan ini tidak bermaksud untuk menambahkan kajian baru terhadapnya. Namun beranjak dari kajian-kajian terdahulu, tulisan ini hendak melihat peluang-peluang reaktualisasi nilai-nilai Pancasila, khususnya terhadap apa yang disebut dengan Sistem Ekonomi Pancasila (SEP), yang tidak lain adalah sistem perekonomian Indonesia yang didasari oleh sila kelima: Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Semangat reaktualisasi Pancasila hari-hari ini dipandang perlu digaungkan untuk mengisi keadaban publik kita. Pancasila acap disalahpahami bahkan dipandang ketinggalan jaman. Apalagi menghadapi tantangan globalisasi dan pengaruh ideologi luar. Tentunya semangat ini berangkat dari pemahaman bahwa Pancasila adalah ideologi yang terbuka dan dinamis, yakni ideologi yang mampu menerima serta mengembangkan penafsiran-penafsiran baru yang relevan dengan dinamika kehidupan masyarakat.

Membahas topik di atas bisa dimulai dari apa yang melatari lahirnya sila kelima Pancasila. Para pendiri bangsa pada waktu itu melihat bahwa sebuah bangsa baru Indonesia yang merdeka harus dibangun dengan tujuan untuk menciptakan keadilan sosial bagi seluruh rakyat, bukan bagi kepentingan satu golongan semata. Karenanya sistem perekonomian yang hendak dibangun merupakan antitesis dari sistem perekonomian kolonial

yang berbasiskan kekuatan modal (asing) dan eksploitasi atas sumber-sumber daya ekonomi, baik kekayaan sumber daya alam maupun tenaga kerjanya. Sistem ekonomi Indonesia merdeka dibayangkan sebagai sistem ekonomi yang berdaulat dan membawa kesejahteraan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Lebih lanjut dalam SEP diidealkan terdapat peranan yang saling mengisi di antara negara dan swasta. Peran pemerintah adalah penting, tidak hanya sebatas regulator namun diamanatkan menguasai sektor-sektor perekonomian strategis. Akan tetapi pemerintah tidak mengendalikan penuh sebagaimana dalam sistem ekonomi terpusat. Di pihak lain swasta mendapat peran yang luas dalam perekonomian, namun tanpa mendominasi. Ini untuk menghindari tumbuhnya *free fight liberalism* sebagaimana terjadi dalam sistem ekonomi liberal, di mana kelompok bermodal kuat mengalahkan yang lemah.

Dengan demikian SEP dimaksudkan untuk membangun demokrasi ekonomi, di mana penguasaan sektor-sektor produksi diselenggarakan secara berkeadilan, sehingga menghindari praktik monopoli oleh segelintir pemodal. Inilah prinsip yang mendasari asas kekeluargaan, bahwa perekonomian Indonesia adalah milik seluruh rakyat dan diselenggarakan oleh seluruh golongan. SEP adalah sistem perekonomian yang bercorak kerakyatan, sebagaimana sering diungkap oleh Prof. Mubyarto.

Nah, sejauh mana SEP telah terwujud? Sejarah perekonomian Indonesia sejak masa kemerdekaan hingga sekarang, terus mengalami berbagai tantangan dan tarik menarik kepentingan baik dari dalam maupun luar negeri. Harus diakui implementasi SEP belumlah secara tuntas terejawantah dalam strategi dan kebijakan ekonomi yang bersifat kerakyatan.

Sebagai contoh, indikator utama untuk mengukur keberhasilan perekonomian Indonesia adalah pertumbuhan ekonomi. Ini tidaklah berbeda dengan indikator yang digunakan negara-negara dengan sistem ekonomi liberal. Pertanyaan kritisnya adalah apakah bila perekonomian tumbuh pesat maka kesejahteraan rakyat akan meningkat dengan inklinasi yang sama? Bagaimana bila kue pertumbuhan itu hanya dinikmati oleh sejumlah kelompok? Tidakkah ini menimbulkan problem lain yang disebut ketimpangan sosial? Lebih lanjut, apakah proses mencapai pertumbuhan ekonomi tersebut melibatkan seluruh lapisan masyarakat?

Dalam beberapa periode terakhir, selain mengupayakan pengentasan kemiskinan, pemerintah menaruh perhatian pada isu ketimpangan pendapatan. Statistik mencatat bahwa sepanjang Orde Baru, Indeks Gini stabil di kisaran 0,32-0,36. Namun mulai tahun 2000, selepas krisis ekonomi, Indeks Gini meningkat terus dan sejak 2014 mencapai angka 0,41. Baru-baru ini sedikit terkoreksi. Ini mengkonfirmasi pandangan bahwa hasil-hasil pertumbuhan ekonomi lebih banyak mengalir ke kelompok berpenghasilan tinggi.

Survey Credit Suisse Global Wealth di tahun 2016 melaporkan bahwa 49,3% penguasaan aset di Indonesia berada ditangan 1% penduduk terkaya. Ini menempatkan Indonesia di peringkat keempat negara-negara dengan problem ketimpangan terparah setelah Rusia, India, dan Thailand. Per 2006, UMKM yang notabene merupakan 99,9% dari total pelaku usaha di Indonesia tercatat hanya menikmati 37,6% dari kue pendapatan nasional, sedangkan usaha besar yang jumlahnya hanya 0,1% menikmati kue sebesar 46,7%.

Prinsip demokrasi ekonomi

SEP adalah sistem perekonomian yang bernafaskan kerakyatan. Secara tekstual, penjabaran prinsip ini dikemukakan dalam Pasal 33 UUD 1945, yang berisi amanat pembangunan sistem perekonomian sebagai berikut: (1) perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; dan (3) bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pemerintah mendapat peran besar dalam menata demokrasi ekonomi.

Dalam khazanah ilmu ekonomi, penjabaran SEP yang demikian dapat ditafsirkan sebagai varian dari sistem ekonomi negara kesejahteraan ala Keynesian. Keynesianisme menaruh perhatian yang besar terhadap penciptaan kesempatan kerja penuh, namun berdasarkan prinsip persaingan bebas. Yang jelas SEP bertolak belakang dengan sistem ekonomi neoliberal.

Prinsip keadilan sosial

SEP merupakan perekonomian yang bertujuan untuk mengentaskan masyarakat dari kemiskinan dan menghilangkan ketimpangan, kesenjangan, eksploitasi dan ketergantungan, melalui partisipasi rakyat dalam kegiatan ekonomi sehingga tercapai suatu kondisi masyarakat yang berkeadilan sosial (Rahardjo, 2004). Keadilan sosial seperti apa yang dimaksud? Mukadimah UUD 1945 menjelaskan bahwa negara Indonesia bertujuan mewujudkan kesejahteraan umum. Pasal 34 UUD 1945 menjelaskan peran negara meliputi memenuhi hak setiap warga negara untuk mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak, serta memelihara fakir miskin dan anak terlantar.

Konsepnya mirip dengan sistem jaminan sosial (*social security*) dalam negara kesejahteraan (*welfare state*). Di negara-negara berkembang ini berupa sistem perlindungan sosial (*social protection*) dan di masa krisis berupa jaringan pengaman sosial (*social safety net*).

Bagaimana keadilan sosial di atas hendak dicapai? Di sinilah negara hadir dan bertindak. Dalam kaitan ini perlu diingat salah satu dalil sistem ekonomi pasar. Sistem ekonomi pasar secara inheren merupakan proses yang melahirkan ketimpangan. Proses ini terjadi karena interaksi antara pembentukan pendapatan dan akumulasi aset, yang menjurus pada penguasaan aset pada sejumlah kecil pelaku ekonomi.

Bagaimana mengatasinya? Satu-satunya cara adalah melalui intervensi dari luar sistem ekonomi pasar, yakni oleh negara. Namun dapatkah intervensi dilakukan total di mana negara menguasai semua aset untuk kemudian melakukan redistribusi? Solusi ini pernah dipraktikkan di sejumlah negara. Tapi sejarah menunjukkan sistem ekonomi terpusat tidaklah berhasil. Masyarakat tidak menjadi kreatif dan produktif. Sementara aparatur negara seringkali inkompeten mengurus ekonomi, atau bahkan korup.

Beberapa waktu belakangan berkembang wacana agar pemerintah melakukan redistribusi aset melalui program reformasi agraria. Bentuk intervensi ini mungkin diperlukan, walau beberapa pihak mempertanyakan efektivitasnya. Problem utamanya adalah apakah redistribusi aset akan sejalan dengan peningkatan produktivitas, atau malahan akan menimbulkan praktik menyimpang di lapangan?

Intervensi lain dalam bentuk redistribusi pendapatan melalui kebijakan fiskal dapat dipandang lebih rasional. Di sisi penerimaan diterapkan sistem pajak progresif dan di sisi pengeluaran digulirkan program yang mendorong pemberdayaan bagi kelompok kurang mampu. Bagaimana hal terakhir ini sebaiknya dikerjakan? Pemberdayaan bagi kelompok kurang mampu hendaklah tidak bersifat karitatif seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT). Model ini cenderung menimbulkan ketergantungan dan bersifat temporer, serta membuka ruang penyalahgunaan kekuasaan. Program yang disarankan adalah yang berfokus pada pembangunan SDM dan infrastruktur.

Pembangunan SDM yang meliputi peningkatan kualitas pendidikan, pelatihan, kesehatan, dan gizi merupakan solusi jangka panjang mengatasi masalah kesenjangan akses ekonomi. Program pembangunan infrastruktur juga diperlukan karena memiliki dampak luas. Infrastruktur yang baik akan meningkatkan produktivitas ekonomi serta mengurangi ketimpangan antar daerah.

Menatap harapan

SEP sebagaimana digariskan dalam UUD 1945 adalah sistem demokrasi ekonomi khas Indonesia yang merupakan perwujudan dari falsafah Pancasila. Prinsip demokrasi ekonomi dalam SEP membawa nafas ekonomi kerakyatan yang menjabarkan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan hasil-hasilnya harus membawa keadilan sosial.

SEP hendaknya dihidupi tidak hanya di tingkat konsepsi ideologis apalagi jargon politik semata, namun harus dibumikan dalam strategi dan kebijakan pembangunan yang bermuara pada demokrasi ekonomi dan keadilan sosial. Mengembangkan SEP tidaklah berarti anti asing ataupun globalisasi, namun mengupayakan pertama-tama yang terbaik bagi kesejahteraan rakyat banyak.

Artikel ini dipublikasikan pada buku Pancasila Rumah Bersama (2017).

Pemenuhan Hak Kesehatan Penyandang Disabilitas di Era JKN

Indonesia telah meratifikasi Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas (Convention on the Rights of Persons with Disabilities, CRPD) pada 2011 dan mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas. Namun, hingga saat ini kelompok penyandang disabilitas masih mengalami permasalahan dalam mengakses layanan kesehatan di era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Permasalahan ini dipotret dalam beberapa studi, antara lain Haryono, Kinasih, dan Mas'udah (2013) serta Sempulur (2016).

Padahal jumlah penyandang disabilitas di tanah air tergolong besar. Menurut data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada tahun 2018, terdapat 31,2 juta penyandang disabilitas di Indonesia, atau 12,29% dari total populasi. Adapun jenis disabilitas yang paling banyak dialami adalah kesulitan melihat (36,09%), kesulitan mendengar (14,11%), dan kesulitan berjalan atau naik tangga (17,95%).

Berdasarkan jumlah, penyandang disabilitas pada kelompok usia produktif (15-64 tahun) mencapai 19,8 juta jiwa atau 11,12% dari total penyandang disabilitas. Jumlah penyandang disabilitas pada kelompok lansia (> 65 tahun) adalah yang tertinggi, yaitu mencapai 57,26% dari total penyandang disabilitas. Berdasarkan wilayah tempat tinggal, proporsi penyandang disabilitas yang tinggal di perkotaan dan di perdesaan relatif seimbang. Namun pada kelompok usia anak serta usia produktif, proporsi penyandang disabilitas di wilayah perkotaan sedikit lebih banyak daripada di perdesaan.

Lebih lanjut, sebaran penyandang disabilitas di wilayah Indonesia tidaklah merata. Penyandang disabilitas paling banyak berada di Pulau Jawa, yang mencapai 56,95% dari total penyandang disabilitas. Dari angka tersebut sekitar 85% berada di Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Sementara itu, provinsi dengan persentase penyandang disabilitas terendah adalah Kalimantan Utara, Papua Barat, dan Maluku Utara.

Sejak tahun 1998, pemerintah terus berupaya agar penyandang disabilitas memiliki peluang sama dengan warga negara lain atas kehidupan yang layak. Salah satunya bentuknya adalah melalui dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 1998 tentang Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Penyandang Cacat, di mana pada Pasal 5 yang berbunyi “Setiap penyandang cacat mempunyai kesempatan dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan.”

Namun demikian, pada realitanya penyandang disabilitas kerap mengalami kesulitan untuk mengakses fasilitas layanan kesehatan umum. Rendahnya akses penyandang disabilitas terhadap layanan fasilitas kesehatan umum, baik dalam sistem JKN ataupun bukan, dilaporkan dalam studi Kurniawan, Wardani, Angkasawati, Wahidin (2020). Selain itu, fasilitas kesehatan maupun bentuk-bentuk layanan kesehatan umum dirasakan masih kurang ramah disabilitas. Kondisi ini menyebabkan penyandang disabilitas kesulitan mengakses layanan kesehatan secara mandiri (Kompas, 2017; Sempulur, 2016).

Penelitian Haryono, Kinasih, dan Mas’udah (2013) juga menunjukkan kegiatan promosi kesehatan reproduksi perempuan bagi penyandang disabilitas belum menjadi prioritas program Puskesmas. Demikian pula tenaga kesehatan belum memiliki penguasaan teknik-teknik komunikasi kepada para penyandang disabilitas. Studi yang dilakukan Elkape pada akhir tahun 2021 juga menemukan sederet permasalahan aksesibilitas layanan JKN bagi kelompok penyandang disabilitas. Permasalahan-permasalahan ini meliputi aspek kepesertaan, kualitas layanan, serta cakupan manfaat JKN.

Demikian pula masih banyak tenaga kesehatan pada fasilitas-fasilitas kesehatan mitra JKN yang belum memiliki penguasaan teknik-teknik komunikasi kepada para penyandang disabilitas. Penyandang disabilitas

seharusnya memperoleh hak-hak yang sama dengan anggota masyarakat lainnya dalam mengakses layanan kesehatan, sebagaimana termaktub dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

Sebuah catatan penting terhadap kondisi di atas adalah sejak layanan Jaminan Kesehatan nasional (JKN) diperkenalkan di tahun 2014, layanan kesehatan bagi para penyandang disabilitas di Indonesia masih belum memadai. Fasilitas fisik dan layanan kesehatan di berbagai daerah rata-rata tidak ramah disabilitas. Kondisi ini menyebabkan penyandang disabilitas kesulitan mengakses layanan kesehatan secara mandiri.

Hal yang lebih memprihatinkan, berdasarkan studi SMERU Institute (2020) penyandang disabilitas di Indonesia cenderung memiliki tingkat kesejahteraan yang lebih rendah daripada warga nondisabilitas. Hal ini terlihat dari angka kemiskinan warga penyandang disabilitas yang lebih tinggi daripada warga nondisabilitas.

Saat angka kemiskinan Indonesia telah berhasil mencapai satu digit pada 2018, proporsi penyandang disabilitas yang hidup di bawah garis kemiskinan masih sekitar 14,97%. Bahkan, besar kemungkinan tingkat kemiskinan penyandang disabilitas yang sebenarnya jauh lebih tinggi daripada angka tersebut. Hal ini karena warga penyandang disabilitas memiliki beban pengeluaran yang lebih besar daripada warga nondisabilitas, sementara perhitungan garis kemiskinan nasional belum memasukkan tambahan beban pengeluaran penyandang disabilitas tersebut.

Lebih rendahnya tingkat kesejahteraan penyandang disabilitas juga ditunjukkan oleh sebaran penduduk berdasarkan kuintil pendapatan. Pada kuintil pendapatan terbawah (miskin), proporsi warga penyandang disabilitas lebih besar daripada proporsi warga nondisabilitas. Sebaliknya, pada kuintil pendapatan tertinggi (kaya), proporsi warga penyandang disabilitas lebih kecil daripada proporsi warga nondisabilitas. Selain itu, proporsi penyandang disabilitas makin sedikit dengan makin tingginya kuintil (makin kaya), sedangkan pada warga nondisabilitas terjadi sebaliknya. Hal ini erat kaitannya dengan akses terhadap pekerjaan yang terbatas.

Sederet realita yang dialami penyandang disabilitas sebagaimana diungkap di atas tentunya tidaklah mencerminkan semangat yang tertera dalam UU Kesehatan Pasal 139 (2), di mana disebutkan, “Pemerintah wajib

menjamin ketersediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan memfasilitasi penyandang cacat untuk dapat tetap hidup mandiri dan produktif secara sosial dan ekonomis.”

Sebagaimana diketahui, fasilitas layanan kesehatan umum yang meliputi layanan promotif, preventif, kuratif, maupun rehabilitatif adalah amat penting bagi penyandang disabilitas. Karenanya pemerintah perlu memperhatikan dan mempertimbangkan hadirnya kebijakan-kebijakan yang tepat bagi pemenuhan hak-hak penyandang disabilitas atas kesehatan.

Perlindungan hak kesehatan bagi penyandang disabilitas

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menggunakan berbagai definisi untuk menjelaskan variasi kondisi orang berkebutuhan khusus, antara lain: *disability* yaitu keterbatasan kemampuan untuk menampilkan aktivitas yang sesuai dengan batas normal, *impairment* yaitu ketidaknormalan fungsi struktur anatomi, dan *handicap* yaitu keterbatasan individu yang dihasilkan dari *impairment* atau *disability* yang membatasi atau menghambat pemenuhan peran yang normal pada individu (Di siningrum, 2017).

Pada tanggal 13 Desember 2006 Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa telah mengeluarkan Resolusi Nomor A/61/106 mengenai Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD, Konvensi tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas). Resolusi tersebut memuat hak-hak penyandang disabilitas dan menyatakan akan mengambil langkah-langkah untuk menjamin pelaksanaan konvensi tersebut. Pasal 25 konvensi tersebut menyebutkan bahwa negara-negara penanda tangan konvensi mengakui bahwa penyandang disabilitas memiliki hak untuk menikmati standar kesehatan tertinggi yang tersedia tanpa diskriminasi.

Pemerintah Indonesia telah meratifikasi konvensi CRPD tersebut pada tanggal 30 Maret 2007 di New York. Penandatanganan tersebut menunjukkan kesungguhan Indonesia untuk menghormati, melindungi, memenuhi, dan memajukan hak-hak penyandang disabilitas. Dalam upaya melindungi, menghormati, memajukan, dan memenuhi hak-hak penyandang disabilitas, Pemerintah Indonesia telah membentuk berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan terhadap penyandang disabilitas, termasuk di antaranya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009

tentang Kesehatan yang memuat mengenai Kesehatan Lanjut Usia dan Penyandang Cacat pada Bagian Ketiga yaitu Pasal 138-140.

Selain itu, konvensi CRPD juga telah diadopsi dalam UU Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, serta peraturan turunannya, yakni PP Nomor 70 Tahun 2019 yang mencakup Rencana Induk Penyandang Disabilitas (RIPD). RIPD yang merupakan rencana 25 tahunan ini mengamanatkan pemerintah pusat (K/L) untuk membentuk Rencana Aksi Nasional Penyandang Disabilitas (RAN-PD) dan bagi pemerintah daerah untuk membentuk Rencana Aksi Daerah Penyandang Disabilitas (RAD-PD).

Dalam upaya melindungi, menghormati, memajukan, dan memenuhi hak-hak penyandang disabilitas, Indonesia telah membentuk berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan terhadap penyandang disabilitas, termasuk di antaranya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan yang memuat mengenai Kesehatan Lanjut Usia dan Penyandang Cacat pada Bagian Ketiga yaitu pasal 138-140.

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) inklusif

Para penyandang disabilitas sangat membutuhkan akses layanan kesehatan dalam rangka menjaga kondisi kesehatan mereka agar lebih produktif dan kompetitif dalam rangka pemenuhan standar kualifikasi tenaga kerja yang dibutuhkan dunia industri. Selaras dengan hal ini kelompok penyandang disabilitas membutuhkan akses penuh terhadap jaminan sosial kesehatan sebagai hak konstitusionalnya sebagaimana diatur dalam UU Nomor 40 tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (UU SJSN) maupun UU Nomor 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (UU BPJS).

Pekerjaan yang produktif dan layak memungkinkan para penyandang disabilitas mewujudkan aspirasi mereka, meningkatkan kondisi kehidupan mereka dan berpartisipasi secara lebih aktif dalam masyarakat. Pemerintah perlu memastikan perspektif disabilitas dalam semua aspek kebijakan dan peraturan ketenagakerjaan, penerapan dan penegakan peraturan perundangan dan kebijakan disabilitas yang efektif serta memberikan peluang kerja dan pelatihan yang sama merupakan, di antaranya, faktor-

faktor yang berkontribusi pada pengurangan kemiskinan dan pada inklusi penyandang disabilitas secara sosial dan ekonomi di Indonesia.

Seturut konteks di atas, UU BPJS dalam implementasinya diatur dalam Peraturan Presiden tentang Jaminan Kesehatan Nasional (Perpres JKN), yang menyatakan bahwa kepesertaan disabilitas masuk dalam kelompok Penerima Bantuan Iuran (PBI) yaitu iuran yang dibayarkan oleh negara. Kementerian Sosial RI hingga Dinas Sosial di setiap Provinsi/Kota/Kabupaten bertanggungjawab melakukan verifikasi dan validasi data para disabilitas agar dapat terpenuhi hak kepesertaannya.

Melihat keterlibatan dan peran banyak pihak, maka diperlukan koordinasi dan pengawasan yang baik dan harus diatur dalam regulasi sebagai panduan untuk standarisasi pelayanan kesehatan bagi penyandang disabilitas di seluruh Indonesia. Dengan kata lain, pemerintah perlu terus mendorong agar sistem Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) semakin inklusif.

Apalagi tren global menunjukkan bahwa penyandang disabilitas cenderung memiliki kerentanan yang tinggi untuk mengalami eksklusi dalam pembangunan. Eksklusi tersebut tidak hanya melanggar prinsip keadilan sosial dari segi kesempatan untuk menikmati hasil pembangunan, tetapi juga kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan.

Pertimbangan-pertimbangan di atas kiranya perlu terus mendapat perhatian serius dari pemerintah. Presiden Joko Widodo dalam pidato pembukaan presidensi G20 Indonesia pada tanggal 1 Desember 2021, penanganan kesehatan yang inklusif merupakan salah satu fokus target capaian pemerintah saat ini. Lebih lanjut ditegaskan oleh Presiden Joko Widodo dalam pidato Peringatan Hari Disabilitas Internasional, tanggal 3 Desember 2021, “Komitmen dan layanan terhadap penyandang disabilitas merupakan ukuran terhadap kemajuan peradaban sebuah bangsa.”

Artikel ini diadaptasi dari Laporan Penelitian Aksesibilitas Layanan Kesehatan Penyandang Disabilitas di Era Jaminan Kesehatan Nasional (Studi Kasus di Enam Wilayah) pada tahun 2021, yang dilakukan tim peneliti Lembaga Analis Kebijakan dan Advokasi Perburuhan (Elkape) bekerja sama dengan BPJS Kesehatan dan Bappenas RI.



II.
**Indonesia di Kancah
Global**

Bringing Unique Varieties of Indonesia's Processed Foods to the World Markets

The processed food sector is one of the mainstay sectors for Indonesia. It comprises 38.29 percent of GDP of non-oil and gas manufacturing in 2020 (BPS Statistics, 2020). This figure made it the largest contributing sector to national GDP (6.85%). In the period of 2017-2019, the processed food sector grew by 8.3 percent in average, higher than the average GDP growth of 5.09 percent. Amid the Covid-19 pandemic, the sector is projected to continue growing by 7 percent in 2021.

Processed foods sector is also one of the primary export sectors of Indonesia. The sector provides the highest export value in manufacturing industry. Its exports gained a steady increase of 5.49% over the past five years. In year 2020, the sector exports value was CAD 9,783 million. Its top export markets were United States, the Philippines, Malaysia, Cina, and Netherlands. In that year, processed food exports to United States market alone reached CAD 1,527 million, or 15.61% of the total exports. Meanwhile, exports of processed food to Canada was ranked at 19th with a total value of CAD 90 million (GAPMMI, 2021).

Major processed food exports from Indonesia include agri-food products such as processed coconut, mango, bananas, nuts, spices, coffee, tea, palm oil, cinnamon and cloves. Processed food represents 39 percent of total agriculture products exported in 2018, with around CAD 1.4 billion

and are also growing fast at a rate (CAGR) of 7% over the past five years (2014-18). The top-three destinations were Thailand (CAD 228.4 million), Iran (CAD 122.7 million) and Vietnam (CAD 115.6 million).

During the period 2014-2018 Indonesia engaged in fairly consistent export of HS 20 products to the world markets. In 2018, the value exported was CAD \$323 million. Of this amount, USA was the largest export market with a value of CAD \$68 million, whilst Canada only accounted for 1% (CAD \$3 million) of the export market of HS 20 products from Indonesia for 2018 (ITC Trade Map, 2020).

In 2018, Indonesia exported a total value of CAD 1.1 billion of HS 08 products (CAGR of 8.1% over 2014-18) with Thailand being the major importer in 2018 to the value of CAD 228 million (21% of HS 08 exports product by Indonesia). Canada was ranked 37th among the export markets of HS 08 products from Indonesia with a value of CAD \$2.4 million in 2018. Canada import of HS 08 products was significantly lower than the top 10 importers. HS 0810 was the highest category of imports with a value of CAD \$5.6 million in 2018.

Canada, the tenth largest importing country in the world, is a big market for global processed food industry. In year 2020, the country imported CAD 30,784 million of world's processed food products. Processed food products, such as edible fruits and nuts (HS2 08) and edible vegetables (HS2 07), are in the list of its main import commodities. Top processed food imports in Canada include starch and vegetable fat and oil manufacturing, frozen food manufacturing, seafood product preparation and packaging, fruit and vegetable canning, pickling and drying, animal slaughtering and processing, and chocolate and chocolate confectionery manufacturing. Meanwhile, top exporters of processed foods to Canadian market are United States, Cina, Italy, Thailand, Brazil, Mexico, India, Vietnam, New Zealand, and France.

It is also noteworthy that Canada is known as a market with high standards on food safety. Exporters of food products must meet international standards on food safety management systems, such as HACCP, ISO 22000:2005, ISO 22000:2009, GFSI, BRCGS, and FSSC22000. In addition, in the product registration processes exporters must able to show appointment letter, certificate of analysis, technical sheet information, certificate free of

sales, artwork & label, also sample product. Canada also has tight NTM measures for food products, especially in the requirements for product labelling and product identity.

In year 2020, Canada imported processed foods from Indonesia with a total value of CAD 225,187 thousand or only 0.73% of the total imports market. When compared to its ASEAN neighboring countries of Thailand and Vietnam, which are among top processed food exporters to Canada, Indonesia's export is far left-behind. Thailand's processed food export to Canada reached CAD 761,848 thousand or 2.47% of total imports market share. Meanwhile, Vietnam exported processed foods with a value of CAD 457,029 or 1.48% of total imports market share.

However, Indonesia has some competitiveness in certain commodities such as starch and vegetable fat and oil manufacturing, sugar manufacturing, chocolate and chocolate confectionery manufacturing, flavoring syrup and concentrate manufacturing, non-chocolate confectionery manufacturing, animal slaughtering and processing, coffee and tea manufacturing. Indonesia also has great varieties of unique food products. Indonesian cuisines in general vary greatly by region and each has different tastes. Beef rendang, for example, is known as one of the most delicious foods in the world.

Another advantage of Indonesia is its rich diversity of spices. The country has long been known as the Land of Spices. Number of spices and herbs in Indonesia is estimated at least 7,000 species. Pepper, nutmeg, vanilla, cinnamon, cloves, cardamom and ginger from Indonesia are traded in the international market. Pepper and nutmeg are among the superior export products from the country. According to FAO report in 2016, Indonesia ranked the 1st in the world's vanilla and clove producers and ranks the 2nd in pepper and pepper commodities. Germany, USA, Netherlands, Pakistan, Bangladesh, Canada, Belgium, India, Spain, Egypt, Peru and South Korea are among the export market destinations for Indonesian spices.

Challenges for SME food producers

The structure of the Indonesian economy shows that 99.99 percent of businesses belongs to SMEs segment. This sector also absorbs 96.92 percent of the total workforce in the economy. Moreover, the contribution of SMEs to national GDP reaches 60.51 percent in 2019. Furthermore, SMEs contributed to 60.03 percent of total investments. However, with regards to export performance SMEs shared relatively small at only 15.65 percent of the total exports of non-oil and gas sector. These figures highlighted the important roles of SMEs in Indonesia.

Turning into the situation in the processed food sector. Processed food sector was one the largest sector among the manufacturing SMEs in 2019. It comprised of 36.2 percent of the total population. The BPS survey also reported the presence of 1.59 million units of business in the processed food sector that employ 3.26 million workforces. In 2019, there were 1,648 SMEs (0.1%) engaged in export sales. Their export market orientation varies by percentage of export sales. Most of the SMEs, 84 percent, exported less than 25 percent of total sales. Those with export sales between 25 to less than 50 percent comprise of 0.72 percent, and those with more than 50 percent in export sales comprise of 14 percent. Most of the SMEs, 99.84 percent, relied on domestic sources for their raw materials.

Nevertheless, SME entrepreneurs in Indonesia confront common challenges in running their businesses and exporting, only they may differ on which challenge is the most pressing. A study by TPSA Project in 2018 found SME entrepreneurs in the coffee, footwear, and apparel industries have trouble gaining market knowledge, accessing affordable bank loans, obtaining quality inputs of raw material in a timely manner, and having the necessary practical business and management training. Furthermore, obtaining business licenses and registrations took a long time for them.

Around 20 percent of Indonesia's SMEs surveyed in the TPSA Project in 2018 are owned/led by women. Mainly these SMEs are in the processed food and apparel sectors. The food and apparel sectors have a big impact on poverty reduction. Supporting women-led SMEs helps the country to realize its Sustainable Development Goals, particularly the targets of gender equality, decent work and economic growth, and reduced inequality. In this

respect, women-led MSMEs faces some challenges, such as limited access to information about financial support, lack of business and entrepreneurial skills, lack of professional networks and limited government support and services at the local level.

Furthermore, the study of TPSA Project in 2018 discovered significant differences between SMEs led by males and those led by women. Women entrepreneurs are more educated. As a result, women entrepreneurs are more likely to seek export assistance, use the internet and social media to find information and doing marketing, also seek information from government and industry organizations. This is important because women-owned SMEs account for about half of the Indonesian SME markets. Based on the IFC survey in 2016, women hold 52.9 percent of micro-scale businesses, 50.6 percent of small-scale businesses, and 34 percent of medium-scale businesses.

However, there are challenges women faced in running the businesses and exporting. The major challenges are exacerbated by their double burden dual responsibility for home and business-and the prevalent societal norms for women to seek spousal permission to engage in activities outside the home. Women in Indonesia should not deal with these discriminatory social norms and family constraints. Apparently, women have less time to locate and build connections with business networks via which they can obtain market knowledge, business service providers, sources of input supplies, customers, and business training as a result of these situations.

Additionally, while in principle SME entrepreneurs make decisions about the business regardless of gender, men are more likely to make decisions about specific aspects of women-led businesses than women are for men-led businesses. Regarding exports, for women-led SMEs, lack of access to international market information is admitted as main challenge. Other challenges include lack of knowledge on sanitary/phytosanitary regulations, international competition, market trends and demand, labeling, packaging, pricing, logistics and access to finance.

The challenges identified above seemingly in line with the findings of BPS survey of manufacturing SMEs in 2019. The survey found that around 75 percent of SMEs in the processed food sector admitted that challenges for

them are more related with product marketing, business financing, and tighter competition. Only 25 percent of SMEs experience difficulties in obtaining raw materials, the rests claiming not having any particular challenge. APF Canada survey in 2018 also confirmed these results. However, another challenge in human resource capability was recognized as major problem for SMEs.

During the Covid-19 pandemic, the Ministry of Cooperatives and SMEs recorded that at least 37,000 SMEs were heavily impacted. Approximately 56 percent of them was reported to have fall in their revenues, 22 percent experienced difficulty with access for financing, 15 percent had problems with products distribution, and 4 percent got problem with access to raw materials. This condition has brought consequences both to SMEs business sustainability and the economic growth.

Structure of processed foods sector in Indonesia

As explained earlier, the processed food sector in Indonesia in average grew faster than national growth, and even during the Covid-19 pandemic the sector is projected to continue grow by 7 percent in 2021. Prospects regarding the processed food sector in Indonesia remain broadly positive for a number of reasons, for instance rising middle-class with higher incomes and growing consumer confidence, young and growing population, increased urbanization, shift towards modern retail stores, growing Indonesian tourism industry, and growing awareness of healthy lifestyle products. Most products are consumed domestically and the market is considered to be highly competitive.

In addition, aggressive promotional activities by major food producers and increasing number of new food product variants also give influence to the growth of processed food industry. The consumption level of processed foods in Indonesia are also influenced by the urban lifestyle, which encourages people to consume more processed foods and beverages. Examples of the changes in urban lifestyle are snacking culture when people have social gathering or business meeting and arising tradition to give food packages as gifts. These new habits have provided new opportunities for foods producers.

Following its fast industry growth, there have been more new food producers, both local-and foreign-affiliated companies, in Indonesian market. Tighter competitions among food producers has induced improvements on food product development. One of the important improvements is in the packaging design which becomes more compliance with the food safety standards. Also, the packaging design is becoming more environmental-friendly.

The processed food industry in Indonesia is very competitive due to numerous new market players, big and small, especially for chocolate, confectionery and snack food products. Nestlé Indonesia has the highest market share in the food and beverage market, leading in the dairy and instant noodle categories, operating a joint venture with Indofood Sukses Makmur. Other players include Unilever Indonesia, Charoen Pokphand Indonesia and Mayora Indah. Besides, Indonesia's process food sector relies on imports for most of its ingredients.

Importance of digital literacy

Indonesia is a country with large number of internet users, rank 4th globally, that is in parallel with its rank of population. Out of 273 million of people lives in the country, 175.4 million (64%) are familiar with internet. More interestingly, there were a huge number of mobile connections in the country, that is at 338.2 million, or 124 percent of the total population. Active users of social medias were also many, reaching to 160 million. Moreover, the use of internet technologies is currently seen as a new necessity among businesses in Indonesia.

However, survey by BPS among manufacturing SMEs in 2019 revealed that only 11.94 percent of manufacturing SMEs adopted internet in running their businesses. Among the adopters, internet was used for marketing and advertising (27.90%), sales (25.34%), procuring raw materials (14.59%), getting loans from financial technology institution (9.04%), and searching information (23.14%). The internet adopter SMEs mostly resides in Java island (72.85%) and Sumatera island (12.37%).

Another survey by APF Canada in year 2018 also revealed about the same results. Most of SMEs respondents were unlikely to have an online

presence, with 99 percent reporting not having a website. Much of this is due to a lack of skills in digital business. Our survey confirmed this finding. All SMEs involved in our survey have access to the internet and at least having personal email account. Many of them are now getting use to use social medias and other digital platforms (Facebook, Instagram, WhatsApp, Google My Business) as marketing tools, especially amid the Covid-19 pandemic. However, only small number of them have their own website. Apparently, those with more exposure to overseas markets are using a company website as way to promote their business to the world.

Referring to the survey of APF Canada in 2018, of those SMEs that use internet in their businesses, 95 percent rely on mobile devices compared to 13 percent utilizing desktops. Internet access and infrastructure are both uneven throughout the country, with the capital city of Jakarta has the highest rate of Internet access. In spite of this, many of the survey respondents whose headquarters were based in Jakarta reported a low online presence. This may indicate a gap in the way internet technologies are being accessed, and for what purposes they are being used.

Social media platforms were not widely used by a majority of survey respondents in the APF Canada survey. WhatsApp was the most used platform by 30% of respondents. However, younger respondents (under 35 years old) use each platform more than older respondents. For example, 32 percent of younger respondents (under 35) reported using Facebook for business purposes compared to 18 percent for older respondents.

Moreover, according to the survey male respondents were more familiar with the use of digital platform than female respondents. Whereas 26 percent of male respondents used Facebook for business, only 22 percent of female respondents did. Impressively, respondents reported using the social media platforms for marketing purposes. For instance, of the 30 percent of respondents who use WhatsApp, 19 percent reported using it for marketing, with only 3 percent using it for networking. Note that only small percentage of respondents using LinkedIn.

Our own survey in year 2021 also reveals interesting facts regarding digital technology savviness of the SME respondents. Most of the SMEs with export potential (72%) has own company website. Among the women-

led SMEs with export potential, the figure is even higher, at 94 percent. However, with regards to the use of other internet marketing techniques, such as product offerings in B2B e-commerce platforms (e.g. Alibaba.com), almost all respondents know nothing about it. In the survey we actually find only one women-led SME which is familiar with the advantage of using B2B e-commerce platforms. Furthermore, in the interview session the SME admitted that all of its current overseas buyers are matched through B2B e-commerce platforms.

Looking forward

Looking at the trade statistics, there is great optimism that export performances in Indonesia's processed food sector will continue to improve. Even in the time of Covid-19 pandemic, the export performance is still promising at annually 7 percent. This of course will contribute to continued positive contribution of the sector to the national GDP. However, more attentions should be given to the SMEs contributions, as they experience several challenges.

In short, there are several key takeaways in this research. First, results of this research draw attention to the facts that processed foods are highly potential export products for Indonesia. However, SME businesses in the sector, which actually contribute to around 10 percent of the total output and absorb 75 percent of employment, face common barriers that inhibit its productivity and export market competitiveness. Factors such as lack of knowledge regarding international market potentials and the access requirements, human resources capability, and access to finance, all hinder the sector's export performances.

With regard to factors hindering SMEs' export performances, to overcome these will require a concerted effort by different levels of TSIs in the country. To realize the strengthening of the competitiveness of processed food products while increasing the performance of the Indonesian processed food sector, it turns out that the government has carried out many policy steps, but in its implementation it has not been optimal. Some steps and efforts made include the development of SMEs increasing their exporting capabilities.

Moreover, key to successfully penetrate the international markets is by applying the international food safety standards. With regards to this concern, the government pays high attention to the development of SMEs' exports, by giving them assistance to apply international food safety standards, and monitor the selection of packaging materials that are safe for protecting foods and beverages, and also support the environmental conservation.

Second, in terms of their exporting capabilities, the SMEs in the processed food sector can be differentiated into three groups: having export potential, on-the-right track, and not ready for export. Following their respective groups, supports and assistances from TSIs in this sector can be deployed accordingly.

Third, the processed food sector in Indonesia is one of the favorable sectors for women-entrepreneurs (67.63%). This sector also provides jobs to many female workers (78%).

Fourth, looking into the identified exportable processed food products of Indonesian SMEs, they fall into products with the following HS Codes of 1905, 1602, 2103, 1702, 2003, 403, 1604, 2101, 2106, 2202, 1902, 12113301, and 910. These food products apparently use the advantage of abundant food resource materials in the country. This again underline the comparative advantage of Indonesia as a tropical and ethnically-diverse country.

Furthermore, the following indicates key challenges to improve the exporting capabilities of SMEs in the processed food sector:

1. Limited comprehensive approaches for skills development, especially in the areas of: identifying international markets potential and the requirements, international food safety standards, packaging and labeling standards.
2. Upgrading on food product standards and the packaging, also production capacity.
3. Limited literacy on ICT or digitalization: the use of company website, and other internet marketing techniques (including marketing through B2B e-commerce platforms).

4. Trade facilitation: strengthening linkages between the TSIs and SMEs, also through promoting more partnerships under CSR initiatives with larger corporations.
5. Logistics and organization efficiency: logistics facilitation to SMEs in the processed food sector is needed, especially for those located in rural areas or in the places far from seaports.
6. Limited diversification of both export market and export products: R&D training and facilitation for SMEs in the on-the-right track group.
7. Access to finance: getting export financing from export-import bank, likewise credit facilitation for importers of SMEs' food products can be introduced in order to enhance exports.
8. Strategic planning and coordination: strengthening linkages between the TSIs and SMEs, also through transfer of knowledge from larger corporations under the CSR initiatives.
9. Establishment of gender mainstreaming strategies: policies and assistances for women-led SMEs in the processed food sector to go global are suggested, given the facts that there are limited presence of women-led SMEs doing exports and that the sector opens more jobs to female workers.
10. Initiate coping strategies to overcome COVID-19: using the power of internet marketing, and joining virtual business matching and exhibitions.

In accordance with the above mention challenges, key recommendations in this study include:

- Strengthening supports and coordination from trade support institutions (TSIs) and other related institutions at different levels, including local agencies for industry and commerce and local agencies for SMEs development, to SMEs in the processed food sector.
- SMEs with export potential particularly would need supports in identifying potential export buyers, promoting products via tradeshows, business matching, and internet marketing, negotiating terms and conditions of trade with the buyers, also getting access to export financing.

- SMEs that belong to on-the-right track group, assistances are needed in the areas of R&D training and facilitation, product quality improvement, production capacity development, packaging, labeling, and other international standards of food safety, and getting relevant international certifications.
- For SMEs which not ready for export should be given assistances related with improving their overall capabilities in the production, marketing, human resources, and finance, so that they can be more competitive in the domestic market, becoming scaled-up, and later on will have more opportunities to go global.
- In line with those identified areas of improvement, TSIs can promote best practices that concern with the issues of gender equality and social inclusion, and environmental sustainability. In particular, mainstreaming policies and assistances for women-led SMEs in the processed food sector to go global are also suggested.
- Promoting the use of internet technologies for export marketing among the SMEs, such as the use of B2B e-commerce platforms and the company website, as a way to eliminate barriers to access international markets.
- Promoting more partnerships between SMEs and large corporations in the sector, under the CSR schemes, in order to provide more managerial and financial assistances to the SMEs.
- Providing logistics facilitation to SMEs located in the areas where expensive logistics costs hamper their competitiveness in international markets.

This article is an excerpt from the report of 2021 Women in Trade for Inclusive and Sustainable Growth Project (WITISG Indonesia's Processed Food Sector), a market research project which is funded by TFO Canada and co-organized by Directorate General for National Export Development (DGNED), Ministry of Trade Republic of Indonesia.

Expanding the Capabilities of Indonesia's Creative IT Services Sector

Indonesia has been transformed from being an economy with highly dependency on agriculture sector into a more balanced economy. In 2018, the share of agricultures was around 12.8 percent of GDP and the sector employed 30.2 percent of the total workforces. The manufacturing sector contributed approximately 39.7 percent of GDP and employed 21.9 percent of the workforces. Meanwhile, the services sector, in which tourism is a major source of revenue, contributed about 43.4 percent and employed 47 percent of the workforces.

Since the year 2014 there has been the emergence of a new economic sector in Indonesia, namely creative industries. Ever since the creative industries hold tremendous potential of economic value. In 2018 the overall creative industries were able to contribute CAD 95.46 million to GDP, or representing 7.16 percent of national productivity, and opened 19.1 million jobs. In the respective year, the sector also recorded an export value of CAD 27.71 million.

The creative industries itself actually comprises of 17 industries, including architecture, interior design, visual design, product design, fashion, film, animation, and video, advertising, photography, craft, culinary, music, applications and game development, publishing, advertising, tv and radio, performing arts, also fine arts. In this regard, the two industries which closely related to IT services are film, animation and video industry and application and game developer industry. These two industries are known as creative IT services sector.

The creative IT services are among the fastest growing in the creative industries. In year 2018 film, animation, and video industry grew by 10.18 percent, which is ranked second after the television and radio industry. Meanwhile, the applications and game development industry was ranked sixth at 7.8 percent of growth. The impressive performances of the two industries are contributed by talented animators and game developers who have shown capabilities to provide quality services in the international markets. Across the creative IT services, it is the animation and video game industries which should take much attention.

Over the last five years, from 2015 to 2019, the Indonesian animation industry has grown tremendously by 153 percent with an average increase of 26 percent annually. In 2015 the animation industry in Indonesia scored a gross revenue of CAD 20.44 million. The amount of income continues to grow from year to year and reached CAD 51.87 million in 2019. However, in the third quarter of 2020, the Indonesian animation industry has posted gross revenue amounted to CAD 43.93 million or a decreased by minus 15 percent from the previous year, which underlines the impacts of Covid-19 pandemic to the sector (LIPI, 2020).

In general, there are two models of revenue generation for creative IT services industry, namely outsourcing services and IP creation. The animation industry's revenue sources over the last five years were dominated by animation services revenue from domestic market. The animation services export revenue was the second source of revenue. Meanwhile revenue from IP creation works was relatively small compared to the other sources of revenue. By far, the volume of revenue from IP has continued to grow along with growth in total revenue, although the proportion have not changed much. The export destination countries for animation services include the USA, Korea South, Malaysia, Singapore, Japan, Canada, UK and Cina.

The increasing revenue of Indonesian animation industry is a positive indication for future growths and sustainability. However, compared to the performance of other countries, the Indonesian animation industry is relatively lacked behind. For example, Malaysia's performance in this regard is eight times greater than the total revenue performance of Indonesian animation industry.

Turning now to the video game industry. The development video game industry in Indonesia is closely related to the development of global game industry. Though Indonesia was not part of the early development of global game industry, that is the era of arcade games that emerged in the 1960s-1970s and console games in the 1980s-1990s, Indonesia has its contribution in the later era.

The video game industry in Indonesia entered its early stage in the 1990-2000s. That is following the availability of local video game programmers, who were quite proficient at that time but were not accommodated in a mature domestic industry. That time many of them individually doing contracts in a small part of video game development from abroad. These talents of programmer later on developed into early companies in domestic video game industry. It was the embryo of the development of video game industry in Indonesia which first based on global-local relationships of outsourcing activities from large global companies (Kemkominfo, 2020). After around two decades of development, in year 2017, the applications and video games industry recorded an output of CAD 1.66 million. This industry also absorbs 44,733 workforces.

The development of video games industry in Indonesia cannot be separated from the rapid development of gamers in the country, which exponentially grew in last five years. In 2015, there were 42.8 million of video game players in Indonesia with a market value of CAD 404 million. The figure rose to CAD 1.38 billion in year 2020, or up by nearly 350%. Even so, as a country with the largest video game market share in Southeast Asia, and sixteenth in the world, unfortunately the contribution of the video games by local developers is limited. It is estimated that local game developers hold only 0.4 percent of the total market share.

Exports of creative IT services from Indonesia were delivered through both outsourcing services and IP creation works. In this regard, collaboration with global partners has brought many advantages. Not only it is an important source of revenue, but also encourage domestic creative IT industries to advance their technical and managerial capabilities, that is to meet the demand and requirements of the global markets.

Based on the trade services statistics of International Trade Center, in 2019 Indonesia exported CAD 288,638 thousand of personal, cultural, and recreational services (EBOPS 11) to the world. In addition, the country also exported CAD 230,813 thousand of charges for the use of intellectual property (EBOPS 8). On the other hand, the country also imported those services from other countries. In 2019, Indonesia import of personal, cultural, and recreational services was amounted to CAD 129,703 thousand, while for the charges for the use of intellectual property the country imported relatively huge at CAD 2,392,175 thousand.

Creative IT services are produced by creative IT studios, which are production facilities specializing in the creation of creative IT products. In 2020, the study of LIPI identified the presence of at least 155 animation studios, which employ around 24,000 animators. Meanwhile, studios for applications and video games are recorded at 12,441 units and are host for 44,733 workers. There are several hubs of animation and gaming studios in Indonesia. They are located in several cities such as Jakarta, Bogor, Bandung, Malang, Yogyakarta, Surabaya.

The creative IT services sector is not a self-contained industry. Rather, it is supported by and also providing supports to other sectors in the economy. For example, creative works by animation studios are used mainly in television, film-making, also computer software industries. As a labor-intensive industry, the animation industry also absorbs a large number of artists in the processes of creating visual characters. Thus, the development of creative IT services sector in Indonesia provides a range of new opportunities. Therefore, the government of Indonesia recognizes the sector as a new powerhouse to national economic development and is committed to support its growth.

Indonesia is a country with rich of traditions and cultural heritages. Throughout the archipelago, for centuries of people have been creating folk tales and visualizing gods and goddess, heroes, or infamous characters featured in such tales. This is a source of endless inspirations for the growing number of talents in the animation and video games industries.

The growing of numerous TV stations and cable TV broadcasts represent potential buyers in the local market for animation industry.

Likewise, development in the global market has opening the window for the industry to gain experienced in working with international clients. Many of Indonesian animation studios are part of the global animation networks.

Furthermore, the emergence of creative cities in Indonesia, such as Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Malang, and Surabaya, acts as a pool to attract animators and game programmers living and working in the cities. The growing number of education institutions, high school to undergraduate levels, opening animation and programming courses as well provide necessary supports to the creative IT businesses. In addition, such events of animation awards, workshops, exhibitions, and gaming competitions, provided by both government and non-government institution have encouraged the flourish of the creative IT services sector.

Creative IT services: an emerging global industry

In the literature, creative industries are defined as industries that require creativity, skills and talents, with wealth potential and job creation through the exploitation of intellectual property. It also provides a definition of employment from creative industries as areas of social and economic activity established in-or closely allied with intellectual or artistic intellectuals, innovation and originality/conservation, teaching and celebrating cultural heritage, as well as language and which have the ability to offer jobs and generate income for original creators and also for others involved in education and training, production, distribution, documentation and support for creative products or cultural experiences, either in a non-profit capacity or for commercial gain.

Hence, the term creative industries in the contemporary practice carries with it a perceived economic potential of production, employment, and income to meet the rising demand of consumers on creative products and services. It is a huge industry which comprises of architecture, interior design, visual design, product design, fashion, film, animation, and video, advertising, photography, craft, culinary, music, applications and game development, publishing, advertising, tv and radio, performing arts, also fine arts. In started around the year 2000, when the global creative economy worth CAD 2.82 trillion and grew by 5% annually. In view of the fact that

the world's GDP that time was at CAD 42,35 trillion, then the whole creative economy stood for 6.7% of the global economy.

While a large piece of the global creative economy has been driven by developed countries, primarily USA, UK, the European Union, and Japan, recently more and more developing countries are being engaged in the global industry. That is seize the opportunities of increasing global demand on creative products and services, also at the same time to make use of the incredible assets of unique local cultures, arts, and traditions in each of the country. By engaging in the global creative economy, developing countries can aspire to promote their national pride and gain from the economic benefits.

This recent development is captured in the statistics of international flows of cultural goods and services in 2004-2017. All developing countries, led by Cina and India represented an increasing portion of the global flows of cultural goods. Just lately in 2017, Cina was the lead exporter of cultural goods (CAD 35.46 billion), followed by the USA (CAD 34.58 billion), whilst USA remains the top importer of these goods (Deloumeaux, 2019).

In the past, trade barriers, the scarcity of preferential treatment measures and the limited human and financial capacity continue hampering the penetration of developing countries for markets for cultural goods and services in the developed countries. However, recent developments in digital distribution platforms, exchange of networks and innovative exporting strategies are helping developing countries to enter the global markets of cultural goods and services.

Nowadays there has been shifts in the consumer consumption on music, audio visual, and games. For example, in the global music industry, for the first time in 2015, the revenues generated from digital forms overtook the sales generated by physical media. Global digital revenues representing 54% of the total music industry revenues in 2017 (IFPI, 2018).

In short, the rapid growth of the global markets for unique products has made creative industry become a major sector and grow rapidly. Moreover, digital technology and global networking have made creative economy as one of the world's most rapidly growing sectors. This development is supported by the transformation of creative cities all around the world.

Creative cities are cities that fosters and thrives on creativity, it is a place where creative talents can have abundant opportunities to live, work, and create. For examples, London, New York, Mumbai, Shenzhen, and Bandung are part of this development and members to the Creative Cities Network of UNESCO.

Turning more specifically into the creative IT services, in 2020, the global animation market was worth CAD 341 billion. Animation is a big business, with consumers increasingly expecting higher quality graphics in gaming, better visual effects in movies and a more immersive consumption experience wherever they go. Meanwhile, the market capitalization of the world gaming industry was worth CAD 196.72 billion and its value was predicted to continue increasing every year. North America is set to remain the top-grossing gaming market worldwide despite strong growth in the Asian region. These figures out the huge potential of creative IT services in the world market.

Canada, the tenth largest importing country in the world, is a big market for global creative IT industries. In year 2018, the country imported CAD 325.28 million of world's audiovisual and related services (EBOPS 11.1). In addition, in the respective year, imports of licenses to reproduce and/or distribute audio-visual and related products (EBOPS 8.4) reached CAD 1.31 billion. Top supplying countries for the audiovisual services were USA, EU, UK, Sweden, France, Cina, and Russia. For the license of audiovisual services, Canada only imported from USA and EU.

Salary of creative IT service workers in Canada is relatively high. For example, average salary for video game programmer in Canada is CAD 58,593 per year. This ranges from a new employee (CAD 45.975), junior programmer with 1-4 years of experience (CAD 57.869), senior programmer with 5-9 years of experience (CAD 72.179), and senior programmer with 10-19 years of experience (CAD 88.292). These facts open for collaboration opportunity with video game developers in emerging markets like Indonesia, due to discrepancies in the production costs.

Structure of Indonesia's creative IT services sector

Basically, actors in the ecosystem of creative IT industries in Indonesia are known as follows:

1. Developers, creative studios involve in creation, development, and production of comics, animations or video games.
2. Publishers, distribution companies of comics, animations or video games. In some cases, the role of publisher can be taken by developer who do self-publishing.
3. Distribution networks, integrated distribution channels that linking creative products to end consumers, such as the Appstore and Playstore for digital products, OTT platforms, and retail distributor for game products other than digital.
4. Payment gateway, digital platform of payment service for creative products.

There are two business models commonly applied by creative IT studios in Indonesia. The first one is outsourcing service or sub-contract business model. In this model, a creative IT studio serve as content developer for the client. The outsourcing service model involves contracting with external company, domestic or foreign, either for partial or full project. Hence, the creative concepts and idea are mostly from and own by the client. In this outsourcing service, creative studio does not need big financial capital, and bear low business risks. Another advantage of this business model is allowing the creative studio to get revenues faster.

On the other hand, reasons for client to establish an outsourcing service contract are lower production cost, need of specific quality, or lack of talents. Creative IT services sector is a labor-intensive industry. In general, every eleven minutes of animation work need to be done in three months by around fifty employees. Therefore, creative IT projects need many workers and outsourcing is the solution to overtake the deadline. Outsourcing business model can enhance client's performance because it is more efficient and the client can focus on its core competencies, maybe in R&D or marketing of the creative products.

Moreover, creative IT industries also need highly skilled talents. Outsourcing of works are possible because the required codified knowledge

can be easily transferred to other regions through codification and the use of manuals. Codified knowledge is usually obtained by on-the-job training or technical training. Overall, outsourcing is the solution to make animation industry more efficient. For example, in developing countries like Indonesia, the production costs related to wages is much cheaper than in developed countries. It is the reason why creative IT studios in developed country shift the job to studios in developing country via outsourcing mechanism.

Problems in outsourcing business model can be caused by poor management in the project timeline. Sometime the pre-production process is the crucial process that needs longer time. On the other hand, problem happens when clients late in doing the payment. Other problems are related with limited number of qualified talents creative IT industry. Lack of talents in creative IT studio often causes rejection to project offers. The average rejected projects per year are two until three projects. Hence, the biggest problem in outsourcing business model is lack of resources, such as employee, production and operations tools. On the other side, this is an opportunity and challenge for creative IT companies in Indonesia to scale up their technical and managerial capabilities. The high costs of software and production technology are also a problem. The creative IT industry is both labor-and capital-intensive industry.

The second business model available for IT services companies is intellectual property (IP) creation. IP here is regarded a masterpiece, design, and creative invention which should be protected by law. Therefore, creative products such as visual characters, story lines, music, game software are included in the category. Different from the first model, in the IP creation model, creative studios need to do high efforts in the research and development (R&D). That is to increase the success rate of the creative products in the market. Keep in mind, in this model there is no guarantee for the market success. Every creative studio has to offer creative products to the markets through several distribution channels.

Furthermore, in the IP creation model, once it is fully protected can act as a lucrative intangible asset for the owner. For example, a creative IT studio can produce comics, animations, or video games under own IP rights. The studio then has the option to distribute the creative products through

self-publishing or through the help of a publisher. If the creative product turns to be successful in the market, then for every sales of the product the studio will gain from the transaction. Furthermore, as an IP holder, the studio can gain from other sources of revenue. For example, through licensing and merchandizing of any related products.

However, doing IP creation model usually will cost the studio a lot of investment. Costs related to the investment are on the research and development, pre-production, production, and testing. All of these come with risks of not being success in the market. Note also that creative IT services sector is both labor intensive and capital intensive. In every creation of creative product, there are a lot of manhours to count, also relatively big investment in devices and production technologies.

Next, based on the results of our survey all creative IT studios think they are in fair competition with other players in the industry. Even collaborations in co-productions or sub-contracting are quite common among the studios. However, they are actually competing in the costs of production. Those who can manage the most efficient costs of production will likely to win greater market share.

Last but not the least, survey of Kemkominfo among video games studios in 2020 reveals an important finding. Around 67 percent of the studios shared common experiences of fail to complete a project. Reasons to the failure are due to lack of financing (35.29%), lack of manpower (29.41%), lack of technical capabilities (27.06%), and others (8.24%). This of course depicts a serious problem in the sector.

The process of developing comics, animations or video games are unique compare to other digital products. Although technically they are produced in similar way as in computer programs or applications, but these products require creative processes through the touches of arts and design. Thus, comic, animation and video game industries are always parts of the creative industry ecosystem.

Creative industries anywhere in the world would need supports from the nearby communities. Creative IT studios, for instance, need to be close with especially youth communities. Not only that these youth communities are main consumers to creative IT services, so they need to know their

preferences and aspirations, but the youths may also be source of talents for the studios. Moreover, interactivity with the communities is believe to encourage new ideas. Therefore, efforts toward social engagement are both ways beneficial.

The above philosophy is made real in the creative cities like Bandung. Common space facilities like Bandung Creative City Forum or Common Room in Bandung can be seen as one of the best examples as a space for everyone and every issue. The organization perfectly fits the definition of a creative hub, namely a place, either physical or virtual, which brings creative people together. It is a convenor, providing space and support for networking, business development and community engagement within the creative, cultural and tech sectors.

The creative hubs used to be seen as an attempt to provide independent, collective alternatives in terms of ideas, open discussion, spaces and approach to community building, which is essential for the process of creative ideation. They were also largely an attempt of contemporary artists to first of all provide a location for their peers to perform and display their works. These hubs in Indonesia started to experience a significant growth between 2005 and 2010, that time took place in the cities of Yogya, Bandung, Surabaya and Jakarta.

Nowadays, more creative hubs are undergoing in many other cities, with some adding co-working space as well. Events such as arts performance, arts festival, creativity competition, as well as seminar and training are open for public to participate. In the events, artists and professionals from creative studios are often joining as resource person or just participant. More information regarding the current development of these creative hubs across creative cities in Indonesia can be collected from Indonesia Creative Cities Network (ICCN).

All of the creative IT studios involved in the survey shared the same voice regarding this social engagement issue. They believe community is good source for talents and ideas. Therefore, they are willing to voluntarily participate in any activities with the community. The social engagement activities can take form of seminar, sharing of experience, training, workshop, or coaching clinic. The activities take place anywhere, at creative

hubs, schools, or cafes. Surely the community takes benefit from these activities in multiple ways. It is a way for the youth people to meet and learn in person from the people in the creative professions, it is also providing ways for them to meet and collaborate with others.

Furthermore, as part of the digital transformation in the country, the government has launched several national programs among others are Go Digital Vision 2020, e-smart IKM and 100 Smart City Movement. These programs aim to develop local startups, support small to medium enterprises (SMEs) as well as to prepare and embrace internet of things (IoT). These supports have helped many small businesses, including the startup businesses in the creative IT services, to be more productive.

Looking ahead

Looking at the current figures of Indonesian creative IT services sector, as one of the fastest growing sectors in the country also as a sector that absorb so many workforces, there is a high hope that this sector will contribute more to the national economic development. The Covid-19 pandemic, unfortunately, has halted some of the opportunities, but not so much weaken the sector. Still, there are many things to do if we would expect this creative sector to grow at its fullest potential.

There are several key takeaways in this research. First, our research suggests that in terms of exporting capabilities, SMEs in the creative IT services sector have some competitiveness in the global markets of comics, animations, and video games industries. However, they need to work in a supportive ecosystem in order to maximize their potentials.

Second, results of this research draw attention to the facts that SME businesses in the creative IT services sector face common barriers that inhibit its productivity and competitiveness in the global markets. Factors such as lack of financing, lack of skilled workforces, also lack of supports for research and development facilities and ICT infrastructures, all hinder the sector's export performances.

Third, any available opportunities from the global markets should be used in the efforts of expanding the capabilities of local players. Hence partnerships with global players, supposedly from the centers of global

creative IT industries must be encouraged. This will bring important advantages in terms of project financing and transfer of knowledge.

Fourth, government incentives and facilitations are needed, in the consideration that creative IT services studios are all SMEs that need measurable supports to compete in the global markets.

Fifth, mainstreaming gender policies are needed in order to alleviate gender gaps in the sector. Affirmative actions to promote more participation of women in creative IT services sector are suggested.

The following indicates key challenges to improve the exporting capabilities of SMEs in the creative IT services sector:

- ✓ Access to finance: small-scale creative studios experience low working capital and limited access to alternative financing; while in case of medium-scale creative studios, problem appears in getting credit financing for R&D project investment, and so one of the solutions is to co-finance the project with global partners through share the IP ownership mechanism.
- ✓ Limited workforces and skills-match: a common problem for small-to medium-scale studios, which is much related with the availability of schools and training institutions in the related fields of expertise.
- ✓ Limited ICT infrastructures: particularly related with high-speed internet access, and the availability of cloud computing services.
- ✓ Limited work facility: availability of more co-working space for small-scale studios, and collective studio for medium-scale studios
- ✓ Publishing and distribution networks: this is a major disadvantage in the sector, very few creative studios or local companies with expertise and experience as publisher or distribution networks, likewise no investment in market research for both domestic and international markets
- ✓ Legal and IP protection: some of the creative studios in the sector are not registered, lack of awareness on IP protection.
- ✓ Gender gaps: less women to study and work in creative IT services sector
- ✓ Coping strategies to Covid-19 pandemic: less productivity, cash flow problem

In accordance with the above mention challenges, key recommendations in this research include:

- Providing competitive development grants and incubation programs to supports R&D projects
- Introducing student internship programs at creative IT services studios
- Tax incentive policy to encourage exports of creative IT services
- Tax credit or deduction for projects with high jobs opening
- Affirmative scholarship for women to study in the creative IT related majors
- Providing more creative IT industry production facilities (co-working spaces, collective studios, creative hubs)
- Providing creative IT industry research facilities for joint R&D and market research projects
- Providing creative IT industry platform for self-publishing and distribution networks
- Facilitating e-sport competition, creative innovation awards
- Facilitating matchmaking (business matching) between local creative studios with foreign counterparts
- Providing training and advanced course from international experts
- Advocating problems related to developer kits

This article is an excerpt from the report of 2021 Women in Trade for Inclusive and Sustainable Growth Project (WITISG Indonesia's IT Services Sector), a market research project which is funded by TFO Canada and co-organized by Directorate General for National Export Development (DGNED), Ministry of Trade Republic of Indonesia.

ACFTA, Ancaman atau Peluang?

Akhir-akhir ini kalangan industriawan nasional tengah dicemaskan oleh hantu ACFTA (*ASEAN-Cina Free Trade Agreement*) yang berjalan mulai hari pertama 2010. Asosiasi-asosiasi industri menyuarkan protes dan kekhawatirannya akan ancaman dominasi produk-produk Cina di pasar domestik. Kalangan media mengingatkan bahwa perjanjian perdagangan bebas ini berpotensi menghancurkan industri nasional. Ada yang menudingnya sebagai kegagalan diplomasi perdagangan RI. Gagasan yang mengemuka adalah desakan agar pemerintah melakukan renegotiasi atau bahkan menunda pelaksanaan ACFTA. Di tengah keriuhan itu pemerintah menegaskan kembali komitmennya untuk melaksanakan perjanjian yang ditandatangani sejak 2004 itu. Sejatinya, bagaimana kita perlu mencermati ACFTA ini?

Adalah benar pendapat yang menyatakan bahwa perjanjian ini berpotensi membawa dampak buruk bagi Indonesia. Argumennya jelas, sesuai perjanjian semua pihak bersepakat menurunkan item-item tarif impor yang selama ini menjadi instrumen perlindungan produk-produk domestik. Maka dapat diprediksi produk-produk Cina yang terkenal murah akan semakin membanjiri dan menguasai pasar domestik Indonesia. Akibatnya, produk-produk nasional terutama tekstil, makanan, kosmetik, petrokimia, elektronika, furnitur, besi baja, hingga alas kaki, akan terhempas dari persaingan di negeri sendiri. Dampak lanjutannya adalah kebangkrutan industri nasional dan PHK massal. Perlu diketahui, berdasarkan data BPS sejak 2008 neraca perdagangan kita dengan Cina cenderung defisit. Pada 2008, defisit itu mencapai USD 3,65 miliar. Namun demikian, perlu disadari

bahwa kondisi ini merupakan akibat dari kelemahan pemerintah dalam menetapkan arah dan kebijakan pembangunan industri nasional.

Arah dan kebijakan industri nasional semenjak masa Orde Baru (Orba) hingga periode pemerintahan selanjutnya tidak bergeser dari sebatas upaya pemenuhan kebutuhan pasar domestik. Industri nasional tidak didorong untuk berkompetisi secara global. Pada masa Orba kalangan industriawan nasional seakan menikmati *privilege* sebagai penguasa pasar domestik yang besar. Namun demikian kebijakan reformasi perekonomian nasional yang berjalan beriring dengan agenda liberalisasi perdagangan dunia mengubah keadaan tersebut sejak 10 tahun terakhir.

Perundingan-perundingan internasional berkait dengan skema perdagangan bebas dunia, sebenarnya telah dimulai sejak Uruguay Round (1986-94) dan dilanjutkan dengan Doha Round (2001-kini). Sekalipun demikian, kita belum melihat upaya-upaya yang terintegrasi dalam meningkatkan daya saing industri nasional. Pemerintah lamban dalam memperkuat basis infrastruktur industri seperti ketersediaan energi, pembangunan kawasan industri, jalan, dan pelabuhan. Kelemahan lain tampak dalam hal kebijakan perijinan, penghapusan pungli, insentif pajak dan stimulus pembiayaan industri. Karena itu, kekhawatiran dan ketidaksiapan yang hari ini disuarakan sebenarnya merupakan akibat masalah lama yang tak terselesaikan. Hal ini menunjukkan betapa kita tidak memiliki daya antisipasi terhadap era perdagangan bebas dunia. Bila ini berlanjut, kelak industriawan kita akan memilih beralih profesi menjadi importir dan distributor produk-produk negara maju.

ASEAN dan liberalisasi perdagangan

Perkembangan di dunia perdagangan internasional tidak terlepas dari gagasan liberalisasi perdagangan. Keyakinan dasarnya ialah hambatan-hambatan tarif maupun non-tarif dalam perdagangan antar negara merupakan sumber inefisiensi yang harus dihapuskan. Perdagangan haruslah sepenuhnya berlangsung melalui mekanisme pasar. Proteksionisme dianggap tidak hanya akan merugikan ekonomi suatu negara, namun juga perekonomian dunia. Dalam menghadapi iklim persaingan bebas negara-negara melakukan berbagai perjanjian bilateral maupun multilateral berupa

blok-blok ekonomi, seperti EU, NAFTA, ASEAN dan APEC. Sejauh ini, liberalisasi perdagangan membuat negara-negara industri maju menikmati bagian terbesar keuntungan sebagai akibat dari perluasan pasar.

Adalah tantangan bagi negara-negara berkembang untuk meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitifnya. ACFTA sendiri bertujuan memperkuat kerja sama ekonomi antara negara-negara ASEAN dengan Cina, dalam menghadapi kekuatan ekonomi AS, Eropa dan Jepang. Saat ini, pusat ekonomi dunia memang sedang bergeser ke Cina. ASEAN juga memiliki perjanjian perdagangan bebas dengan India, Selandia Baru, Jepang dan Korea Selatan.

Kebijakan stratejik

Sebagian kalangan menyarankan pemberlakuan hambatan non-tarif seperti persyaratan-persyaratan standar mutu produk sebagai penghalang laju produk-produk Cina. Bisa jadi ini merupakan kelemahan produk-produk Cina. Kebijakan ini dimungkinkan karena bertujuan melindungi masyarakat konsumen Indonesia dari produk-produk yang berkualitas rendah ataupun berbahaya. Namun demikian hal ini bukanlah langkah stratejik yang berdampak panjang.

Di tengah ancaman kehancuran industri nasional, adakah peluang yang dapat diraih? Berdasarkan studi Global Trade Analysis Project, ACFTA berpeluang meningkatkan ekspor negara-negara ASEAN sebesar 48% sedangkan bagi Cina sebesar 55,1%. ACFTA diharapkan mendorong pertumbuhan GDP sebesar 0,9% bagi negara-negara ASEAN dan 0,3% bagi Cina (Cordenillo, 2005). Pertanyaannya, mampukah produk-produk unggulan kita menembus megapasar Cina?

Tantangan terbesar kita ialah membangun daya saing global produk-produk Indonesia. Ini pekerjaan besar yang mensyaratkan sinergi antara pemerintah dan industriawan menuju Indonesia Incorporated, sebagaimana sukses Jepang dan Korea Selatan. Pemerintah berperan mengeluarkan arah dan kebijakan pembangunan industri nasional dengan tetap memberi ruang bagi kreativitas para industriawan. Ini meliputi identifikasi industri kompetitif unggulan, pengembangan infrastruktur dan standarisasi produk

nasional. Kalangan industri pun perlu didorong untuk mengubah mentalitas dari pemain lokal menjadi pemain global.

Selain itu, tak kalah penting adalah menggalakkan kembali kecintaan produk-produk nasional yang bermutu. Di masa lalu kita memiliki jargon ACI (Aku Cinta Indonesia). Di tengah krisis global ini, pemerintah AS pun merasa perlu untuk menghimbau warganya untuk “Buy Americans!”.

ACFTA hendaklah menjadi peluang perubahan bagi pemerintah maupun industriawan nasional. Kiranya komando Menko Perekonomian Hatta Rajasa mampu membawa sinergi yang diharapkan. Sementara itu, marilah kita sebagai masyarakat konsumen Indonesia menunjukkan dukungan dan kepercayaan kita dengan mengkonsumsi produk-produk nasional yang bermutu.

Artikel ini dipublikasikan pada *Radar Jogja*, edisi 30 Desember 2009.

Kesepakatan Seoul dan Indonesia

Pertemuan para pemimpin negara yang tergabung dalam G-20 di Seoul, Korea Selatan, telah usai. Apa saja konsensus yang dibangun dalam pertemuan tersebut dan sejauh mana akan berdampak bagi peningkatan pembangunan di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia? Di tengah suasana pesimistis akan tindak lanjut dari kesepakatan tersebut di mana negara maju tampak bertahan pada kepentingan masing-masing terutama dalam menghadapi isu hangat ‘perang mata uang’, adakah alasan untuk bersikap lebih optimistis?

Forum G-20, yang berisikan 20 perekonomian terbesar di dunia, dibentuk pada tahun 1999 sebagai upaya kerja sama internasional mengatasi dampak krisis keuangan global. Forum G-20 dinilai lebih strategis dibanding G-7 (negara-negara maju) ataupun G-24 (negara-negara berkembang), karena mewakili 90 persen pertumbuhan ekonomi global, 80 persen perdagangan internasional dan dua per tiga populasi dunia. Keanggotaannya, walau tak bersifat permanen, telah mewakili aspirasi negara-negara maju maupun berkembang di seluruh dunia. Forum ini dirasa kian kontekstual terkait dengan pergeseran peta kekuatan ekonomi global pasca krisis 2008 yang tak lagi ditentukan oleh sejumlah negara industri maju. Sejak 2008, diselenggarakan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) pemimpin negara-negara G-20.

Secara umum pertemuan G-20 di Seoul berkomitmen atas beberapa isu penting terkait reformasi IMF, jaring pengaman sistem keuangan global, proteksi perdagangan, perubahan iklim, antikorupsi, serta agenda baru pembangunan ekonomi global yang disebut Kesepakatan Seoul (Seoul

Consensus). KTT G-20 tahun ini dianggap memiliki arti khusus bagi masa depan perekonomian negara berkembang. Pasalnya pertemuan ini berhasil memberi titik tekan bagi pentingnya pemerataan pertumbuhan ekonomi negara berkembang sebagai prakondisi stabilitas perekonomian global. Hal ini tampak dalam diadopsinya konsep Kesepakatan Seoul.

Bagi pengamat ekonomi internasional hal ini merupakan pergeseran dari paradigma neoliberal (lazim disebut Washington Consensus). Berbeda dengan model pembangunan neoliberal yang menekankan stabilisasi instrumen makro-ekonomi dan keuangan, privatisasi serta liberalisasi pasar dan arus modal, Kesepakatan Seoul bertumpu pada faktor-faktor fundamental seperti pembangunan infrastruktur, peningkatan investasi dan lapangan kerja serta pengembangan kualitas pendidikan yang selama ini merupakan titik lemah pembangunan di negara berkembang.

Kesepakatan Seoul dinilai berhasil merumuskan konsep kerja sama internasional dalam pembangunan ekonomi yang berangkat dari kacamata negara berkembang. Ini merupakan refleksi atas keberhasilan pembangunan ekonomi di Asia (The Asian Miracle), seperti dialami Taiwan, Hongkong, Korea Selatan, yang saat ini berlangsung di Cina dan India. Dalam hal ini, G-20 juga mengakui tak ada satu formula pembangunan yang sama untuk semua negara sebagaimana dalam Washington Consensus. Strategi pembangunan setiap negara harus didesain dan dilaksanakan sesuai kebutuhan dan keadaan spesifik negara tersebut.

Pilar-pilar prioritas

Arti penting Kesepakatan Seoul tercermin dalam beberapa pilar prioritas. Yakni peningkatan kerja sama pembangunan infrastruktur, investasi sektor riil, lapangan kerja, perdagangan, pengembangan sumber daya manusia, ketahanan pangan, pemanfaatan sumber daya alam dan ilmu pengetahuan bagi negara berkembang dan miskin. Selanjutnya kesepakatan ini dituangkan dalam rencana kerja beserta target-target jangka panjang yang terukur. Walau konsep kemitraan global yang diajukan dalam beberapa hal tidak bertolak belakang dengan semangat liberalisasi perdagangan dan arus modal, namun ia memberi jawaban bagi masalah-masalah utama pembangunan berkelanjutan di negara berkembang.

Lebih jauh, kesepakatan Seoul juga menjangkau butir-butir dalam Millenium Development Goals (MDG, diprakarsai PBB sejak 2000). MDG sendiri tak lepas dari kritik. Sebagian kalangan menilai MDG sebagai alat pembenar bagi ketimpangan pembangunan yang dihasilkan mazhab neoliberal. Mekanisme MDG mengatur redistribusi 0,7 persen produk domestik bruto negara-negara maju bagi proyek penanggulangan kemiskinan dan kelaparan, penyediaan pendidikan dasar, pemberdayaan perempuan, peningkatan kesehatan, dan pelestarian lingkungan hidup. Dalam hal ini pendekatan yang diajukan Kesepakatan Seoul ada pada perbedaan prioritas di mana bila suatu negara telah mencapai tingkat pembangunan yang cukup tinggi, akan lebih mudah untuk mencapai sasaran-sasaran MDG. Semangatnya adalah berbagi kail ketimbang memberi ikan.

Adalah naif untuk mengatakan keberhasilan pembangunan ekonomi kita ke depan akan bergantung pada kerja sama dalam G-20. Bagaimanapun konsensus yang dibangun di dalamnya telah membuka peluang baru yang perlu disinergikan dengan agenda pembangunan nasional. Apakah pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan kebijakan *pro-growth*, *pro-jobs*, dan *pro-poor*, mampu menerjemahkan peluang ini menjadi kinerja nyata? Sebagai contoh kerja sama strategis dalam G-20 dapat dimanfaatkan bagi pendanaan proyek-proyek infrastruktur yang merupakan faktor utama ketertinggalan pembangunan di Indonesia. Proyek-proyek ini bila berhasil digulirkan akan mampu menciptakan banyak sekali peluang investasi dan lapangan kerja dalam jangka panjang.

ASEAN Economic Community: Wishful Thinking?

Along with the sparkling cheers of the 26th SEA Games in Palembang, the 19th ASEAN Summit began in Bali on Nov. 17. Among other agenda items, the summit strengthened the commitment of the country leaders to pave the way toward an ASEAN Economic Community (AEC), scheduled to commence by 2015 for the founding members: Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore and Thailand, and by 2020 for the remaining member states: Brunei Darussalam, Cambodia, Myanmar, Laos and Vietnam. The AEC envisions the ASEAN region as a single market and production base. So far, however, what can we say about the current figures? Is there a prevailing sense of optimism or pessimism?

First of all, it is apparent that ASEAN has changed a lot over the last two decades or so. In conjunction with its traditional role to maintain political stability in the region, there has been a tendency to enhance economic integration among the member countries, which is often termed as regionalism. The Southeast Asian model of development has been characterized by an increasingly export-led and foreign direct investment (FDI)-led development strategy. ASEAN members' engagement with international trade and investment has enabled them to exploit their comparative advantages, achieve economies of scale and open access to foreign capital, technology and skills.

Economic integration, such as a single market with no discrimination for commodities and production factors, is expected to bring advantages

to the region. This is similar to the EU-style of regionalism but without macroeconomic or monetary integration. With that in mind, several independent studies were conducted, which elucidated the potential of an AEC to increase ASEAN's economic activities and competitiveness within the global landscape.

For example, the ASEAN Competitiveness Study by McKinsey in 2003 estimated that an integrated ASEAN would increase regional gross domestic product (GDP) by at least 10 percent, or nominally US\$50 billion, while reducing its operational costs by up to 20 percent. Seen from that best-case scenario, an AEC would seem to be a hugely positive initiative for the development of ASEAN economies; thus, we can expect a common commitment by all member states to produce the AEC. However, there are some difficulties in realizing it.

Let us first weigh the modalities of ASEAN to convey its vision. In general, ASEAN has been quite successful in promoting peaceful cooperation and shared development among its members. Following their developmental shift toward manufacturing, ushered in by ASEAN's five founding nations, ASEAN displayed an interest in achieving closer economic collaboration by signing a Preferential Trading Agreement (PTA) in the late 1970s.

Important subsequent developments occurred in the 1990s when ASEAN leaders decided to enjoy greater liberalization, by establishing the ASEAN Free Trade Area (AFTA) in 1992. They then concluded the supplementary ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS) in 1995 and established the ASEAN Investment Area (AIA) in 1998.

The origins of an AEC appeared at the ASEAN Summit in 2003. Advancing the trade liberalization under the AFTA, a fast-track scheme was developed to foster integration in 11 priority sectors, which together accounted for more than half of the total trade within ASEAN. Nonetheless, the slow pace of integration and the lack of effective implementation have been criticized. The tariff schedules are a significant exception, but the non-tariff barriers have yet to be dismantled and these include cumbersome customs procedures, diverse product standards and requirements, and a lack of connectivity in cross-border transportation and telecommunications.

As such, ASEAN is far from being a single production base in which manufacturing operations can be linked seamlessly across the region. In light of these problems, we can note here several key factors that are frequently cited. First, not all of ASEAN's 10 member countries are willing and able to move at the same pace. Unlike other economic regions, ASEAN is very diverse. It consists of high-, middle- and low-income economies. The structural differences among ASEAN members appear to create a reluctance to give up their national policies; for instance, in relation to the huge discrepancies between the member states in their average external tariff levels. Another example is the widely divergent stages in each member's services sector. Hence, there exist development gaps within ASEAN.

Second, for a long period of time, ASEAN countries have been inextricably linked to external markets. No wonder the volume of intra-ASEAN trade has remained so low, at 20-25 percent, for decades. Moreover, intra-ASEAN trade has grown at a much slower pace than ASEAN's total trade. These facts indicate that, in the eyes of ASEAN, the rest of the world is still far more important. That is, of course, due to the economies of scale.

This reflects some important factors. First, the economies are more competitive than complementary in structure. They are producing a narrow range of similar primary products and labor-intensive manufactured goods for export. Second, the intra-industry specialization and regional division of labor is not yet well developed, although there have been some recent improvements. It should be noted that FDI entering the region is closely associated with intra-industry trade, especially in the automotive and electronics industries. Third, the divergence effects of ASEAN's external FTA. ASEAN has actively developed a number of external FTAs with APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), CER (Closer Economic Relations; a free trade agreement between Australia and New Zealand), Japan, South Korea, India and recently Cina. In addition, many members are increasingly active in arranging bilateral FTAs with external countries.

Let us now conclude with some reflections. The tendency of ASEAN to be more externally oriented is actually a necessity to taking full advantage of its trading performance in regard to the existing demands and economies of scale. Looking at the current structure and divergent development stages

among the different ASEAN economies, it is likely that each country will still attempt to exploit its comparative advantages to increase specialization. In the future, this will lead to a more efficient and competitive region as a whole. However, in its current phase, to imagine ASEAN as a fully integrated economy is a kind of wishful thinking.

This conclusion may sound pessimistic; in part, it may result from the static effect of the analysis. But, at least for the foreseeable future, we can expect the second-best effects to occur. That would include a limited integration of highly interrelated industries in the region. Then gradually, that may generate a spillover effect to other industries. Perhaps in the future, we would consider it part of the ASEAN way.

Breaking the Prophecy of Crisis

In the popular movie Kung Fu Panda, Master Shifu had been presaged by a celestial message that he will be fought by his enemy whom still in jail. Despite listening more on the saying that “one often meets his destiny on the road he takes to avoid it”, he dispatches a messenger to precaution the prison guards. However, as the story continues, the messenger has carelessly leaved an apparatus, which the enemy then uses to escape. The wisdom of the movie has making a good illustration of what the scientist has called as self-fulfilling prophecy. Robert K. Merton (1968), a sociologist, conceptualizes it as the phenomenon of a prediction that directly or indirectly causes itself to become factual, due to positive interactions between believes and behaviors.

In the real world, how can we utilize the wisdom to respond to the recent warning of IMF which has called for attentions of the perilous possibility of sudden capital outflows in Indonesian financial market (The Jakarta Post, 06/11)? Within the same time, George Soros, billionaire investor, said before the Institute of International Finance in Vienna that the Greece debts crisis has just entered the second act (The Korea Herald, 06/11). The crisis will take place as Europe’s fiscal woes worsen and governments are pressured to restrain budget deficits, which might push the global economy into recession. Soros notified “the collapse of the financial system is real, and the crisis is far from over.”

In accordance, along the latest three months Bank of Indonesia has been struggling to defend the rupiah stability. At least, US\$2 billion of reserves has been used. However, this situation actually was not without any precaution. In the earlier month, president Susilo Bambang Yudhoyono had

warned his administration to be ready for the threat of huge capital flows, named as 'hot money', since the deepening of Europe's financial problem.

Nouriel Roubini, an economist, once said that his interpretation on financial crises is that they are not unplanned and unpredictable occurrences. His research over many crises throughout history and across economies shows that they are actually predictable events. According to him, crises are the inevitable result of a build-up of poor macroeconomic and financial policies, which coupled with vulnerabilities in assets bubbles, excessive risk-taking and leverage, credit booms, lack of proper supervision and regulation, greed, and risky investments by banks and financial institutions. Joseph Stiglitz (1998), a noble laureate, admitted this by saying "the most hotly contested policy issue of the 1990s was capital market liberalization, opening up to the free flows of short-term, hot, speculative money."

In this situation, unfortunately, recent studies confirmed that investors actually do not always behave rationally, rather they much follow the case of self-fulfilling prophecy. If most of the investors in the financial markets believe that the market will run in the worst scenario, then the crisis will come true. This parable of crises explains the contagion effects of financial crisis as happened in the Latin American Debt Crisis in 1980s and the Asian financial crisis in 1997.

Therefore, if the crisis is apparently possible to return, then what must be done on the table of the policy makers? Some experts recommended the necessity of imposing carefully targeted capital controls or speed-bumps effect. The recommendation comes after IMF, March 2010, voiced its acquiescence for taxes on capital inflows to help stem excessive currency appreciation. In this case, some countries have making their actions. Taiwan, November 2009, banned foreigners from parking their money in the time deposit. Brazil, October 2009, slapped a levy on foreign purchases of stocks and bonds. South-Korea and Indonesia are considering adopting measures to control the flow of hot money.

However, other suggested that such capital controls could raise negative reactions from the markets. The important point is to be consistent with the prudent fiscal and monetary policies. Moreover, earlier experiences in several types of controls found that they could only bring temporary upshot.

Amid the discussion of capital controls, we should also proceed beyond the market perception. The most important item is to set a contingency plan. It will let the market to read a strong signal that the authority has a rigid plan to defend the system, and thus discouraging any further speculative actions. In this sense, we could learn from the successful of Malaysia against speculative actions during the Asian financial crisis. At that time of crisis, the government imposed strong exchange control by banning the international trading of the Ringgit. The authority also restricted private international borrowing by requiring the capacity to service the debts. Additionally, Malaysia instituted a temporary prohibition against repatriation of earnings by foreign investors of any portfolio investment less than one year.

Hence, the advice is to embed such a contingency plan under the draft of financial system safety net act (RUU Jaring Pengaman Sistem Keuangan, JPSK). Here we likely to follow the recipe of Robert Merton, who implied that the only way to break the cycle of self-fulfilling prophecy is by redefining the propositions on which its false assumptions are originally based.

Busan, 13 June 2010



III.
Perguruan Tinggi dan
Daya Saing Bangsa

Nationalism of Young Indonesians

“I am Indonesian,” a young scientist once said, while introducing herself at a reputable international conference. She was one of the fortunate young Indonesians who had an opportunity to continue their studies abroad. Perhaps at that time she was struggling with her own testimony, considering the prejudices one may face as coming from a developing country — where its quality of education may be perceived as somewhat lagging. It may have been easier for her to simply identify herself as an international scholar, a title for which she was perfectly qualified.

However, as she explained later to the forum, she was actually conveying a message that she was representing the aspirations of many Indonesian people to stand as equals on the global stage. This is truly about how the young people of Indonesia embrace their spirit of nationalism. With the barrage of discouraging news Indonesia faces, could this story offer hope?

Behind this story, anyone studying Indonesian development may have noticed the current trend in our demographic structure, which includes in particular the emergence of a young and productive cohort. Young people between 15 and 39 years of age now dominate Indonesia’s demographic spectrum, accounting for around 43 percent (nearly half) the population.

From an economic perspective this is no doubt a promising signal. It is not surprising, however, as the flourishing cohort is a product of the notably well-off 1970s-1990s period. During this time, with windfall profits from rising oil prices, Indonesia was one of the world’s fastest-growing economies. Over this period the infant mortality declined dramatically and there were several other improvements to the quality of life of many

Indonesians with the support of the national family planning program. It was also during this period that the government made notable progress in the quality of education. In general, a fairly sustainable development resulted in the fields of economics and education, nurturing the now young and productive generation.

Let's now turn our attention to the qualitative attributes of this young generation. Of course, an accurate profile should consider the differences between those who live in urban and rural areas. However, as a snapshot one can mention the soaring demand for higher education, a good quality of life and perhaps fashionable lifestyles.

Members of this young generation are connected to each other — wired or wirelessly. They refer themselves not only to domestic peers, but also to peers anywhere else in the world. They have competence in various fields and enough confidence to express their ideas, and obviously many of them dream high. However, what many are missing are opportunities to exercise and develop their potential.

The opening story proves two things: first, under a good and supportive environment this young generation is able to compete in the global forum. Second, in contrast to the common perception, notably, they also have a sense of patriotic identity in their concern and wish to see a big wave of transformation happen in their rich country. We must pay more attention to these two important factors for the future development of Indonesia.

Our founding father Sukarno once said our nationalism was nationalism for humanity, and that nationalism is dedicated to the lives and aspirations of the people. The nationalism that was once dedicated to independence and freedom from imperialist forces is now devoted to the common future and welfare of the nation.

The spirit of nationalism among the young is fertile ground for future development. Hence, the spirit and great potential of the rapidly expanding young generation should be more channelled more productively to support national development. We'd like to see this group become the leveraging generation of this nation, just as their predecessors were in the past. In this 66th commemoration of Indonesian independence, we'd like to address this concern to all leaders of the country.

This article was published in The Jakarta Post, 21 August 2011.

Don't Push Them All to Be Scientists

One letter from General Directorate of Higher Education (Dirjen Dikti) has become a hot controversy this month. The letter introduced a regulation that required undergraduate students to publish their articles in a scientific journal in order to obtain their diplomas. Likewise, students at master and doctoral programs are also required to publish their articles in national and international journals, respectively. The regulation has invited public attention as well as many comments in the media, with pros and cons being discussed. I would like to comment on two flaws of thinking that appeared in the new regulation.

Let's first begin with an understanding of the arguments provided by both opponent and proponent camps. The proponent's major reasoning is related to the fact that the number of scientific articles produced by our universities is very low. According to Dirjen Dikti, scientific articles produced by our universities are only one-seventh of the ones produced by our less populated but better-off neighbor, Malaysia.

This judgment must be based on studies that suggest the positive influence of research activities on economic development, such as Global Competitiveness Reports. Thus, the new regulation can be seen as an effort by the ministry to support national economic development.

Another optimistic view sees the regulation as an appeal for our universities to develop their high potential. Currently, there are about 3,000 universities in Indonesia with more than 4.6 million students. As the higher education curriculum maintains, students at all levels are trained to write at least one final assignment report during their study period.

On the other hand, the opponent view sees the new regulation as bringing more pain to students who will end up with nothing but junk paper. The regulation will create more barriers for the students, including redundant work and long queuing for publication in a limited number of available scientific journals. However, those publications may not be able to fulfill the internationally high standards of scientific articles.

Some deliver comments on the uniformed approach of the regulation, which seems to not take into account the diversity of resources and capacities of universities. Other critiques demand more explanations on the standard of writing and publication of the required scientific article.

All of the above arguments have their significance. Nevertheless, none of them touch on the principle of the role of higher education in society, especially in economic and social development discourses. In this sense, the new regulation contains two flaws of thinking.

First, the regulation assumes that the purpose of higher education is to produce only scientists. Second, higher number of scientific articles produced by our universities will result in better progress in terms of economic development.

The first flaw of the new regulation is apparent when we first understand that it is the work of scientists to produce scientific articles of either basic or applied knowledge based on their research activities. Professors and students do research, but universities actually have another mission — that is to educate students with some essential knowledge that can be acquired scientifically and to train them to be able to think in a scientific way.

These competencies are proved primarily by performance in exams and assignments. Here it is important to appreciate the role of university in preparing students to serve many professions, and not to prepare them to be scientists only. Hence, seen from this principle the regulation was wrong in requiring all university students to produce and publish scientific articles.

The next is about the second flaw. Of course, it is obvious that basic scientific knowledge produced in the universities can make a significant contribution to industrial innovation and economic development as experienced by major industrialized economies. However, although it is true that we have been left behind in the production of scientific articles,

we will not be able to translate them into industrial innovations in the way introduced by the new regulation. What we will find is thousands or millions of scientific-like articles, but only a few of them can meet the demand of industrial innovation. This is because the research of universities is not connected with the needs of industry.

The new regulation is so naive and deserves to be called off. It urges students to do the scientists' jobs at the cost of their parents, but the results are questionable and when they graduate, we know that most of them will never do research work again, nor will they require the competency. Instead, we certainly need a more comprehensive solution.

First, the Education and Culture Ministry should relax its uniformed approach on the higher education. That is to allow the existence of both teaching universities and research universities. Teaching activities are mostly found at undergraduate level, except for the case of dedicated research universities, while research work is the main activity of master and doctoral programs. This approach has been applied in Europe since 1999 through the Bologna Process. Similar approaches are also applied in the US, Australia and Korea.

Second, in broader sense the relevant government institutions need to team up interdepartmentally to connect universities with industries under the same concern of making the best use of scientific knowledge in terms of industrial innovation.

This article was published in The Jakarta Post, 3 March 2012.

Universitas Riset dan Daya Saing Bangsa: Menilik Pengalaman Korea Selatan

Keberadaan perguruan tinggi memiliki peran yang strategis di tengah-tengah masyarakatnya. Peran strategis tersebut meliputi tiga wacana besar yaitu universitas pengajaran (*teaching university*), universitas riset (*research university*) dan benteng peradaban (*bastion of civilization*). Secara tradisional ketiga peran tersebut tersirat dalam semangat Tri Dharma Perguruan Tinggi di Indonesia. Dalam perkembangannya wacana tentang universitas riset terutama dalam konteks kemitraan antara perguruan tinggi dan dunia industri kembali mengemuka seiring dengan misi untuk mewujudkan universitas riset berkelas dunia. Semakin banyak perguruan tinggi dan perusahaan nasional yang terlibat aktif.

Berdasarkan Global Competitiveness Report 2010-2011 kemitraan universitas-industri kita berada pada peringkat ke-26 dari 139 negara. Hal ini turut memberi andil bagi naiknya indeks daya saing global Indonesia ke posisi 44 setelah berada di peringkat ke-54 pada tahun sebelumnya (Kompas, 29 April 2011). Sebuah pencapaian yang cukup memberi harapan. Kendatipun demikian, di sisi lain pengembangan universitas riset di tanah air tampaknya belum memberi kontribusi signifikan bagi pembangunan nasional.

Setelah lebih dari empat dasawarsa pembangunan industri, Indonesia masih tergolong sebagai negara pengimpor teknologi maju, yakni melalui mekanisme lisensi teknis, investasi langsung asing, impor barang modal dan kegiatan perdagangan internasional (Thee, 2005). Tak heran bila ditinjau

lebih lanjut berdasarkan faktor tingkat perkembangan teknologi, daya saing negara kita berada jauh di posisi ke-91. Kondisi ini jauh berbeda dengan Korea Selatan yang juga mengembangkan industrialisasinya dalam kurun waktu yang sama. Korea Selatan dengan indeks daya saing global di posisi ke-22, berada pada peringkat ke-19 berdasarkan faktor tingkat perkembangan teknologi. Saat ini Korea telah tumbuh menjadi salah satu kekuatan ekonomi utama dunia dan termasuk dalam negara industri maju. Kepemimpinan Korea dalam beberapa sektor industri seperti semikonduktor, elektronik dan teknologi informasi telah diakui dunia.

Hal tersebut merupakan hasil dari investasi di berbagai bidang inovasi industrial yang dikembangkan sejak tiga dekade terakhir. Salah satu faktor kunci pengembangan inovasi industrial di Korea adalah keterlibatan perguruan tinggi dalam wujud peran universitas riset. Bercermin dari keberhasilan pengalaman Korea, tulisan ini hendak mengulas beberapa pendekatan yang dapat dilakukan untuk mendorong efektivitas peran perguruan tinggi dalam proses percepatan pembangunan nasional.

Studi-studi bidang ekonomika menjelaskan kontribusi penting penemuan (*invention*) dan inovasi industrial (*industrial innovation*) terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pencapaian dalam penemuan dan inovasi industrial adalah suatu proses sistematis yang dibentuk oleh akumulasi riset-riset ilmiah (R&D). Penjelasan teoritis dan bukti-bukti empiris mengenai hal ini dapat kita peroleh misalnya dalam Grossman dan Helpman (1992) serta Guellec dan Potterie (2001) yang memaparkan hasil-hasil studinya terhadap negara-negara industrialis yang tergabung dalam OECD.

Namun demikian, seperti dijelaskan oleh Grossman dan Helpman (1992) faktor inovasi industrial memiliki relevansi yang rendah terhadap pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang. Hal ini merupakan lingkaran persoalan di negara-negara berkembang. Negara-negara dengan tingkat pembangunan ekonomi yang rendah umumnya mengalami keterbatasan pada ketersediaan sumber daya manusia (SDM) terdidik, investasi modal, kewirausahaan serta iklim usaha yang menunjang seperti perijinan dan perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Keterbatasan-keterbatasan tersebut lebih lanjut akan menjadi kendala bagi kegiatan-

kegiatan R&D yang berorientasi komersial. Akibatnya harapan akan dihasilkannya penemuan dan inovasi industrial menjadi rendah dan pada akhirnya menghambat laju pertumbuhan ekonomi di negara-negara tersebut. Tak pelak kesenjangan pembangunan antara negara-negara industri maju dan negara-negara berkembang pun semakin lebar. Lantas, adakah jalan keluar terhadap lingkaran persoalan ini?

Solusi komprehensif terhadap persoalan di atas adalah kompleks, namun langkah prioritas dapat dilakukan dengan memutus mata rantai persoalan melalui intervensi kebijakan pemerintah. Kebijakan dimaksud adalah dalam bentuk tersedianya kerangka hukum, mekanisme insentif dan alokasi anggaran yang mendorong tumbuhnya penemuan dan inovasi industrial. Model pengembangan strategisnya adalah pelibatan peran aktif tiga unsur utama yakni pemerintah, kalangan industri dan perguruan tinggi. Tanpa mengenyampingkan keberadaan institusi riset publik, peran perguruan tinggi adalah penting karena merupakan pusat bagi pelatihan tenaga-tenaga riset yang mendukung berkembangnya kreativitas dan inovasi ilmiah. Potensinya yang besar tampak paling tidak tampak dari profil perguruan tinggi di Indonesia yang di tahun 2005 berjumlah 2.300-an institusi, terdiri dari 86 PTN dan 2.200-an PTS, dan mendidik lebih dari 3,5 juta mahasiswa.

Universitas riset

Sekalipun penemuan dan inovasi industrial di negara-negara maju didominasi oleh peran korporasi, namun pemerintah dan perguruan tinggi juga memiliki peran yang signifikan. Berdasarkan hasil survei tahun 2005, negara-negara industri maju yang tergabung dalam OECD rata-rata mengalokasikan dukungan sebesar 78,1% dari total anggaran riset perguruan tinggi. Negara-negara industri maju melihat dengan jelas peran perguruan tinggi dalam membentuk massa kritis (*critical mass*) yang dibutuhkan bagi penemuan dan inovasi industrial (Weber dan Duderstadt, Ed. 2004). Dengan demikian peran universitas riset sebenarnya memiliki aspek yang penting bagi pembangunan di negara-negara maju.

Lebih jauh, persoalan khusus bagi negara-negara maju saat ini adalah melihat kembali keseimbangan dua peran penting perguruan tinggi di tengah-tengah masyarakat, yakni peran pengajaran dan penelitian.

Salah satu studi kasus yang menjadi rujukan adalah yang perkembangan di perguruan-perguruan tinggi Eropa (Bologna Process, 1999). Sejak dua dasawarsa terakhir pendidikan tinggi di Eropa menyadari kebutuhan untuk memisahkan program studi umum dan program studi di tingkat pascasarjana.

Perguruan tinggi yang ingin mengembangkan kompetensi universitas riset perlu lebih banyak mengalokasikan sumber dayanya dalam kegiatan-kegiatan penelitian multidisipliner di tingkat pascasarjana di mana sebagai konsekuensinya akan mengurangi kegiatan pengajaran di tingkat sarjana. Di sisi lain, perguruan tinggi yang ingin mengembangkan kompetensi universitas pengajaran akan lebih berfokus pada proses pendidikan di tingkat sarjana atau pendidikan profesi. Jelas sesuai pertimbangan ini tidak semua perguruan tinggi akan mencapai status perguruan tinggi kelas dunia (*world-class university*). Sebuah sistem pendidikan nasional yang matang diperlukan untuk menciptakan iklim yang sehat bagi keseimbangan peran pengajaran dan penelitian.

Secara konseptual, ekosistem pengembangan inovasi industrial terdiri dari berbagai unsur, yaitu penyedia SDM, penyedia modal, penyedia pengetahuan dan teknologi, serta pembuat kebijakan. Interaksi berkelanjutan di antara pihak-pihak tersebut akan menghasilkan peneliti-peneliti dan produk-produk R&D yang berkualitas. Produk R&D dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu penemuan ilmiah dasar dan inovasi industrial yang bersifat terapan. Pemanfaatan penemuan-penemuan ilmiah dasar menjadi inovasi industrial yang memiliki manfaat ekonomis seringkali merupakan proses panjang yang membutuhkan investasi waktu dan biaya yang besar.

Sebuah ekosistem yang berkelanjutan akan terwujud ketika setiap pihak memperoleh manfaat. Ketika berinvestasi dalam kegiatan R&D, perusahaan cenderung memikirkan aspek komersial dari produk R&D tersebut. Sementara itu, para peneliti universitas seringkali tidak melihat secara konkrit aspek komersial dari hasil penelitian mereka. Para akademisi cenderung memperlakukan produk penelitiannya sebagai karya intelektual. Telah disinggung di atas bahwa sebagian besar penemuan ilmiah tidaklah bersifat aplikatif. Bahkan seringkali penerapannya adalah bersifat khusus bagi perusahaan atau sektor-sektor industri tertentu. Karenanya universitas dan pihak industri harus memiliki kerangka kemitraan jangka panjang agar

mampu mengakumulasi penemuan ilmiah tersebut secara dinamis. Pemerintah, dengan memperhatikan kemanfaatannya bagi pembangunan nasional, perlu membuat kebijakan dan insentif yang mendorong terciptanya kemitraan yang berkelanjutan tersebut.

Pengalaman Korea Selatan

Korea Selatan saat ini merupakan salah satu kekuatan ekonomi utama dunia. Di kancah global negara ini tercatat sebagai pengekspor terbesar keenam. Kekuatan ekonominya terutama dibangun oleh daya saing di bidang manufaktur, khususnya di sektor industri semikonduktor, peralatan telekomunikasi, elektronik, otomotif, petrokimia, komputer, perkapalan dan baja. Beberapa permasalahan khas negara berkembang pernah dialami negara ini, namun berkat pendekatan kebijakan pemerintah yang efektif upaya tersebut menunjukkan keberhasilan. Dalam kaitan ini salah satu hal yang menonjol adalah integrasi pengembangan universitas riset dengan kebijakan industri nasional.

Industrialisasi di Korea yang dimulai sejak awal periode 1960-an bermula dari industri pengolahan biji besi, tungsten dan bahan baku sutera yang tidak memiliki nilai tambah tinggi. Namun sejak 1970-an mulai berkembang sektor-sektor industri baru yang berorientasi ekspor seperti tekstil, petrokimia, garmen, dan kayu lapis. Dalam dua dekade awal industrialisasi ini, para industriawan Korea belum menaruh perhatian pada kegiatan pengembangan teknologi baru. Upaya mereka lebih berfokus pada upaya mengejar ketertinggalan teknologi melalui proses imitasi dan adaptasi (*reversed engineering*).

Periode kedua industrialisasi pada 1980-1990an merupakan periode yang menentukan, di mana akumulasi modal dan tingkat penguasaan teknologi telah memungkinkan bagi penyerapan dan pengembangan teknologi yang lebih tinggi. Industri petrokimia, perkapalan, otomotif dan konstruksi menjadi penggerak utama perekonomian nasional. Dalam periode inilah pemerintah Korea secara intensif mendorong peran universitas riset sebagai salah satu faktor kunci pembangunan ekonominya. Pasca krisis keuangan 1997-1999, sektor-sektor industri berteknologi tinggi pun mulai mendominasi perekonomian negara ini. Saat ini Korea terus meningkatkan

daya saingnya dalam memasuki era perekonomian berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*).

Studi Yang (2009) menjelaskan tiga tahapan periodisasi kebijakan pemerintah yang mendukung kemitraan universitas-industri. Pada tahap awal di tahun 1963-1997 beberapa kebijakan diluncurkan, misalnya Industrial Education and Industrial-Academic Cooperation Promotion Act pada tahun 1963. Kebijakan-kebijakan ini lebih menekankan pada aspek pendidikan dan pelatihan yang mendukung ketersediaan tenaga kerja industri. Beberapa proyek penelitian nasional telah diperkenalkan pada 1982. Seiring dengan geliat pertumbuhan ekonomi dan peningkatan tahapan industrialisasinya, pada periode kedua (1998-2003) pemerintah Korea mengeluarkan serangkaian mekanisme insentif dan pembangunan infrastruktur guna mendorong kemitraan universitas-industri dalam kegiatan-kegiatan riset. Selanjutnya, sejak 2004 pemerintah berupaya memanfaatkan lebih lanjut kerja sama-kerja sama yang telah terbentuk untuk menopang sistem inovasi industri regional.

Bagian berikut akan memaparkan tiga kebijakan pemerintah yang berdampak langsung dalam terbentuknya sistem kerja sama tripartit antara pemerintah, kalangan industri dan perguruan tinggi. Ketiga kebijakan itu adalah: (1) reformasi mekanisme insentif perguruan tinggi, (2) pembangunan sistem dan infrastruktur pendukung dan (3) pengembangan kompetensi riset.

Kebijakan reformasi mekanisme insentif perguruan tinggi didasari oleh pemahaman bahwa universitas secara tradisional adalah institusi pendidikan. Beberapa kritik mempertanyakan seberapa jauh kurikulum dan kegiatan pendidikan di perguruan tinggi memiliki relevansi dengan upaya peningkatan daya saing nasional. Karenanya sejak 1994, pemerintah mulai melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kegiatan pendidikan tinggi.

Evaluasi tersebut meliputi manajemen inovasi universitas, kualitas pendidikan, kapasitas tenaga pendidik, sistem pendukung mahasiswa, infrastruktur, kemitraan universitas-industri, dan pengembangan spesialisasi strategis. Sejalan dengan evaluasi ini pemerintah menyediakan berbagai program insentif bagi kegiatan R&D dan pengembangan SDM universitas. Pada tahun 2005 misalnya, pemerintah Korea mengeluarkan dana sebesar 4.488 miliar won yang setara dengan 2,29% total anggaran belanja negara

atau sebesar 0,56% PDB. Pola kemitraan universitas-industri juga mencakup kerja sama dengan usaha kecil dan menengah melalui Kibo Technology Funds.

Reformasi juga dilakukan terhadap sistem evaluasi kapasitas tenaga pengajar di universitas. Sistem evaluasi ini menyoroti jumlah dana penelitian, paten dan kerja sama dengan perusahaan. Insentif terdapat publikasi ilmiah di jurnal-jurnal SCI juga mendapat proporsi yang besar. Selanjutnya di tahun 1997 pemerintah membuka peluang bagi universitas untuk menyediakan fasilitas bagi kerja sama-kerja sama bisnis di mana tenaga pengajar dapat terlibat langsung dalam kegiatan bisnis tersebut.

Kebijakan pembangunan sistem dan infrastruktur pendukung meliputi pembangunan wilayah industri yang terintegrasi dengan pengembangan SDM industri. Kebijakan ini dilakukan di bawah National Science and Technology Council yang berdiri di tahun 1999. Badan ini merupakan institusi tertinggi dalam perencanaan dan pengembangan teknologi strategis di tingkat nasional yang dipimpin langsung oleh presiden.

Dengan demikian pembangunan sistem dan infrastruktur pengembangan teknologi dapat berjalan selaras dengan strategi dan kebijakan industri nasional. Melalui Korea Science and Engineering Foundation (KOSEF) dan Korea Research Foundation (KRF) berbagai kerja sama riset universitas-industri memperoleh dukungan. Beberapa infrastruktur kluster riset dan industri dibangun dalam bentuk Science Park Development Program, Techno Park Building Program dan Industrial Complex Innovation Cluster Program. Demikian pula pembangunan institusi riset publik maupun universitas berbasis riset, seperti KAIST (Korea Advanced Institute of Science and Technology).

Kebijakan pengembangan kompetensi riset bertujuan untuk meningkatkan kompetensi akademik di bidang pendidikan dan penelitian. Salah satu bentuknya adalah dengan mengevaluasi jumlah artikel yang dipublikasikan dalam jurnal SCI dan kerja sama institusional antara universitas dan perusahaan. Selain itu, pada tahun 2004-2008 proyek NURI diperkenalkan untuk menciptakan sinergi antara pengembangan spesialisasi kompetensi universitas dengan kebutuhan industri-industri yang berkembang di wilayahnya. Pada tahun 2006 saja pemerintah menyediakan anggaran sebesar 260 juta USD bagi proyek ini.

Sejak 1999 diperkenalkan proyek Brain Korea 21. Untuk proyek ini pemerintah Korea mengalokasikan 290 juta USD pada tahun 2006. Tujuan proyek ini adalah untuk: (a) menumbuhkan 10 besar universitas berorientasi riset di beberapa bidang kunci, (b) mendorong universitas-universitas di Korea untuk masuk dalam 10 besar publikasi jurnal SCI, dan (c) menjadi salah satu dari 10 negara terbesar dalam hal transfer teknologi dari universitas ke industri, yakni dari 10% di 2004 ke 20% di 2012.

Dalam hal ini patut dicatat bahwa berbagai upaya terobosan kebijakan pemerintah tersebut telah menimbulkan iklim kemitraan universitas-industri yang sehat dan berkelanjutan. Keberadaan mahasiswa-mahasiswa asing di Korea yang umumnya berasal dari negara-negara berkembang termasuk Indonesia sejak awal tahun 2000-an sebagian besar adalah berasal dari dukungan beasiswa proyek-proyek kemitraan R&D di universitas-universitas Korea. Mahasiswa-mahasiswa di tingkat pascasarjana tersebut dibutuhkan sebagai tenaga-tenaga riset untuk mengerjakan proyek-proyek kemitraan tersebut. Proyek-proyek R&D tersebut adalah berasal dari program kemitraan antara universitas dengan industri maupun universitas dengan pemerintah.

Dua pendekatan strategis

Kekuatan model pengembangan universitas riset di Korea Selatan terletak pada integrasinya dengan kebijakan industri nasional serta sifatnya yang berkelanjutan melalui kemitraan universitas-industri. Belajar dari pengalaman pengembangan universitas riset di negara ini, terdapat dua pokok pendekatan strategis yang dapat kita pelajari. Dua pendekatan ini kita sebut sebagai pendekatan promotif dan pendekatan mutualisme-pasar.

Pendekatan promotif pemerintah perlu dilakukan dalam berbagai bentuk mekanisme insentif dan alokasi anggaran yang mendorong integrasi pengembangan universitas riset terhadap kebijakan industri nasional. Sayangnya, pasca reformasi perekonomian di tahun 2000 justru tidak tampak arah kebijakan industri nasional dimaksud.

Namun demikian perkembangan terakhir tentang Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) beserta penetapan enam koridor ekonomi nasional diharapkan dapat

diselaraskan dengan kebutuhan akan klaster-klaster riset dan industri regional di tanah air. Promosi kemitraan juga perlu diarahkan bagi penguatan teknologi agribisnis tepat guna di pedesaan dan inovasi industrial di tingkat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Alokasi anggaran pendidikan nasional sebesar 20% total belanja negara atau yang setara dengan 4% PDB kiranya dapat digunakan secara efektif untuk mewujudkan harapan-harapan tersebut.

Selanjutnya penguatan kerangka hukum dan kerja sama institusi diperlukan agar kemitraan universitas-industri dapat berkelanjutan melalui pendekatan mutualisme-pasar, dalam arti semua pihak yang terkait memperoleh manfaat ekonomis dari kerja sama ini. Melalui kerangka kemitraan ini diharapkan universitas akan belajar untuk memahami kebutuhan-kebutuhan riil dunia industri, dan seiring dengan meningkatnya kapasitas dan produktivitasnya sebagai institusi riset maka universitas akan dapat melakukan negosiasi dan kerja sama mutualis dengan pihak industri. Hal ini secara langsung akan memberi dampak bagi produktivitas industri nasional serta mengurangi ketergantungan terhadap insentif pemerintah.

Kekhawatiran akan masalah perlindungan aset intelektual hasil penelitian, misalnya, sebagaimana terungkap dalam diskusi penulis dengan seorang eksekutif perusahaan manufaktur, kiranya dapat di atasi. Banyak perusahaan nasional memahami manfaat kemitraan dengan perguruan tinggi namun mereka tentu tidak menginginkan aset intelektualnya secara langsung ataupun tidak jatuh ke tangan pesaing.

Adalah benar pendapat yang mengatakan bahwa daya saing bangsa kita tidak lagi dapat ditentukan oleh kelimpahan sumber daya alam dan tenaga kerjanya yang murah. Daya saing kita akan semakin ditentukan oleh tingkat kemandirian dalam pemanfaatan ilmu pengetahuan dan inovasi industrial. Upaya membangun daya kompetitif bangsa ini harus dilaksanakan secara bersama dan sinergis antara pemerintah, perguruan tinggi dan dunia industri.

Program Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri (Rapid) Dikti yang telah bergulir sejak 2004 diharapkan dapat semakin berkembang dan memperkokoh kebutuhan sinergis tersebut. Lebih lanjut pemerintah perlu melihat kembali keseimbangan peran universitas dalam hal pengajaran dan

penelitian. Ke depan kiranya akan dibutuhkan perguruan-perguruan tinggi yang lebih berfokus pada bidang penelitian (*research-based university*).

Harapan menuju universitas riset berkelas dunia hanya akan menghasilkan menara gading bila tidak diabdikan bagi upaya peningkatan daya saing dan percepatan pembangunan nasional. Dua pendekatan strategis di atas dapat mengurai hambatan-hambatan terhadap upaya membumikan peran universitas riset di Indonesia. Sejauh pengamatan penulis, telah terdapat fondasi ke arah tersebut, namun integrasi merupakan kata kunci. Prof. Juwono Sudarsono, sosiolog dan mantan menteri pendidikan dan kebudayaan, pernah menyatakan bahwa Indonesia sebenarnya memiliki segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjadi bangsa yang besar namun seringkali lemah dalam hal integrasi. Semoga pernyataan ini menjadi pembelajaran kita.

Artikel ini dipublikasikan pada majalah *Campus Indonesia*, Vol. 1, Nomor 5, 2011, dengan judul “Belajar *Link and Match* dari Negeri Ginseng”.

(Versi lain dari tulisan ini dengan judul “Membumikan Peran Universitas Riset: Belajar dari Pengalaman Korea Selatan”, terpilih sebagai salah satu artikel terbaik dalam Lomba Esai Hardiknas 2011 yang diselenggarakan oleh Persatuan Pelajar Indonesia di Korea Selatan (Perpika)).

INTERMESO

deepublish / publisher

Korea, the Mountain of Life

Any foreigners who are in their first time coming to Korea might get impressed with the contour of Korean landscape, which is contained with so many mountains and highlands. That was also happened to me on Spring 2010, when I first stepped my feet in this graceful peninsula. According to one reference, about seventy percent of the Korean landscape is mountainous, hence making only few lefts to be the living areas for the people. However, this fact doesn't mean a trouble for the Korean people. In contrary, the mountains actually have deep and strong influences to their life and cultures.

Mountains in Korea are seen as the particular sites where life energy from heaven would be transmitted. It is also believed that the origin of Korean history and spirits was begun at their mountains. Mountains have long been known providing legendary figures with enlightenment or wisdom. This is mentioned for example in the story of Dangun, the first emperor of Korea, who born in the sacred Mt. Baekdu. In this sense, my personal in touches with Korean mountains happened when I had chances to hike Mt. Hwangryongsan and Mt. Gemjeongsan in Busan, the second biggest city of South Korea that is located in the southeastern most tip of the peninsula. Here are the stories I have.

One sunny spring day, I went to hike Mt. Hwangryongsan with some friends of Korean and foreigner students. The mountain is one of the most favored hiking destinations in the city. It offers a lot of gorgeous scenery as well as a great experience of enjoying the beauty of cherry blossom trees. Interestingly, during the walk and talk I noticed that I found another kind of

beauty in the mountain. On that occasion, there were many groups of Korean people from different ages accompany our trip. I supposed that they were going to the mountain only for physical exercise or to get some fresh air. However, as I observed latter, I realized that they were hiking the mountain to get another kind of joyfulness.

As my Korean friend explained, it is a matter of important tradition among the Korean people to bring along their foods and liquors, preferably kimbab, bulgogi, and makgeolli, when they do mountain hiking. This is because they want to make a kind of celebration after they reached the top of the mountain. Symbolically, they want to praise their achievement in passing together a quite long and tough journey, where along the way they have shared burdens and hopes. Obviously, one important principle of life they want to embrace here is sense of togetherness.

The second chance I had was in another spring. That time, I went together with some foreigner students to Mt. Gemjeongsan that surrounds the famous Beomeo Temple. The date was just few days before the celebration of Buddha's birthday. Hence, there were many people going to the mountain, old and young people. It was really a great outing which contends us with the calm of the surroundings nature. Besides, anywhere along the pathway I found people greet and smile to each other, showing their sense of respect and kindness. On some instances, younger respectfully greeted the elder and in exchange the latter kindly shown his or her approval. For me, they looked like the happiest people in the world.

To my own reflection, those Korean values and practices taught me a lot about life. Those are related with deeply-thought issues of humanity, love and compassion. By that, I understand why Korean people hold the wisdoms of friendship, sense of togetherness and mutual respect as their main source of strength. Sometimes life could be so hard and unkind, but when we keep those essential principles of life, then we could expect to overcome even the hardest time.

From one of the courses, I took during my study time, I learned that South Korea's emergence into the industrialized and modern world is often called the Miracle of the Han River, a reference to the big and strong-streamed river which runs through the capital city of Seoul. My own exploration finds

the other miracle of Korea. It is the Korean people and the vital spirit and culture they preserved over many centuries.

Truly I came to Korea to pursue my intellectual curiosity as a PhD student, but my humble experiences in Korea have also taught me precious things of life. If time allows me, I would like continue to hike many other mountains in Korea, including the famous Soraksan, Taebeksan, and Hallasan. It will be my great memories about Korea. There, I would not only expect to see the outer-beauty of Korea, but also to feel its inner-beauty, which is essentially lying on the Korean people and their principles of life.

Busan, August 2011.

(Another version of this article, written in Korean language with the help of a native, won the 3rd prize of 2011 Essay Contest conducted by the Ministry of Culture, Sports and Tourism, Republic of Korea)



IV.
Daya Saing Sektor
Industri

We Should Gain More from FDI

Amid the uncertainty in the global economy, good news seems to come from our Investment Coordinating Board (BKPM). Indonesia will remain a major foreign direct investment (FDI) destination (The Jakarta Post, Jan. 2). In fact, inward FDI realization jumped to a new record high of US\$587.41 million in the third quarter of 2012, or 22 percent higher than the previous year. However, is that the only news we can expect to hear regarding the presence of foreign investment in our economy? What about the impact of the inward FDI, especially in the manufacturing industry, where about a quarter of our national output lies?

Alongside its determinant factors, the impact of inward FDI on the performance of the host developing economies has been intensively studied over the past two decades. This is based on the fact that developing economies have increasingly relied on inward FDI as a source of assistance for economic development, but on the other hand the effectiveness of this policy has been questioned.

A slew of recent studies on FDI impacts have signaled mixed results. Likewise, as FDI policy in East Asian developing economies is distorted, so has the impact in each of the host economies varied. Throughout the last three decades most of the host economies in East Asia have benefited substantially from FDI inflows mainly in terms of employment and export expansion, but the evidence on output and productivity enhancement is mixed (Urata, 2006; Sussangkarn, et al., 2011).

Therefore, there is contradictory evidence to the orthodoxy of the undoubted positive impact of inward FDI. The orthodoxy is based on

the view that FDI can directly convey output, capital and employment augmentation to the host economy. In addition, FDI is also expected to have an indirect impact in terms of productivity and technology spillovers. FDI is also recognized as bringing long-term investment. However, this orthodoxy ignores the other face of FDI. FDI may also have a negative impact.

First, foreign plants can reduce the productivity of domestic plants through competition or crowding-out effects. Second, foreign plants may exploit the host market and its resources without bringing any productivity spillovers, when they are able to prevent their firm-specific advantages from leaking to domestic plants. Thus, what is good for foreign investment does not always correlate with the host economy.

Furthermore, recent FDI impact studies confirm that the benefits of FDI might only appear under some conditions relevant to the host economy. Host economy characteristics, which include human development and technological levels, quality of institutions and trade policy regimes, are influential since they relate to the degree and speed of the host economy in channeling the benefit of foreign investment. So, the new wisdom in this field is that the benefits of inward FDI are not unalloyed. Rather, it depends on the capacity of the host economy to utilize and channel the effects positively.

Indonesia as a developing economy has gone through the dynamic phases of industrial development, where foreign investment has shown a long period of extensive involvement. Indonesian policymakers have long been in favor of the FDI-assisted development agenda. With regard to FDI policy, since the 1970s there have been various financial incentives and other special facilities offered to attract more inward FDI to the economy.

As a result, the economy as a whole — and particularly its manufacturing sector in the period of the 1980s-1990s, also later in the mid-2000s after the economy's recovery from the Asian financial crisis — has been perceived as an attractive destination for foreign investment. This preference is notably affected by the economy's inclination to greater openness toward both foreign investment and trade.

However, several empirical studies of FDI impacts on the Indonesian manufacturing sector, including our own for the period of 1990-2010, uncover two interesting findings. First, in general the beneficial impacts of

inward FDI on the performance of the Indonesian manufacturing sector, either directly or indirectly, are not strong.

Productivity spillovers from FDI to domestic plants are at a low level, due to the lack of linkages between foreign and domestic plants. Supply-chain linkages between foreign and domestic plants are well-known as an important conduit for productivity and technology spillovers.

This is caused by several factors. Our industrial structure is still underdeveloped, that is to allow for the existence of an adequate number of qualified domestic suppliers and supporting industries. Furthermore, the open-trade policy regime that was first introduced in the mid-1980s has given an incentive for the preponderance of foreign manufacturers to fulfill their needs by intermediate inputs from external markets.

Foreign plants have benefited more from the policy, whereas domestic plants have failed to take advantage. This is, in part, due to the excess of trade liberalization in the economy. Progressive trade liberalizations of our economy have allowed for multinational firms to exercise efficient direct production, particularly due to low labor costs but at the expense of domestic suppliers. Moreover, this also reflects the low technological capacities of the domestic plants.

Indonesia's high economic growth plus FDI incentives have succeeded in attracting large amounts of FDI, which to some extent creates positive impacts. But, the sudden shift from the import-substitution policy toward the export-promoting policy in the mid-1980s which then introduced progressive trade liberalizations into the economy have merely increased our dependency on intermediate input imports, rather than enlarging the opportunity and capacity of the domestic plants. It means our industrial policy has been outperformed by trade policy.

Looked at from this point of view, the policymakers apparently have been unsuccessful in channeling more advantages from FDI. Therefore, their aim to attract more FDI needs to be questioned. Instead, in order to gain more from FDI, it is important and timely for policy makers to shift their focus from attracting more FDI to building more channels of FDI impacts.

The next item on the agenda of the policymakers includes synergizing the trade policy with industrial policy. Particularly, some initiatives should

be taken in order to build stronger linkages between foreign and domestic plants, as well as to reduce the economy's high dependency on imports of intermediate inputs. This is imperative since in the near future we are going to encounter a more liberalized trade regime.

In this respect, the development strategies and experiences of Japan and East Asian newly industrialized economies (Hong Kong, Taiwan, South Korea and Singapore) provide good lessons. During their earlier stage of development, these economies applied distinctive trade policies which were characterized as a coordinated pursuit of infant-industry protection and export promotion.

Thus, their development strategies involved interrelated trade and industrial policies. That is to allow for a constant upgrading of their industrial structures based on the development of technological capabilities, sometimes with the help of appropriate import protections, government subsidies and institutional building.

Another important item on the agenda is to create some incentives and healthy environments to improve the level of technological capabilities of domestic manufactures. This is crucial in order to increase the productivity and technology spillovers from FDI, through higher supply-chain linkages between foreign and domestic plants, and greater learning capacities of domestic plants.

For that reason, more incentives that facilitate the upgrading of technological capabilities of domestic manufacturers, such as in the use of new technologies or machinery, are needed. Likewise, it is also important to leverage the quality of educational institutions in the economy, both in the higher education and vocational institutions.

Menangguk Untung dari Investasi Asing

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) merilis data realisasi investasi di 2012 yang meningkat pesat, bahkan mencetak rekor baru sebesar Rp 313 triliun (Kompas, 23 Januari 2013). Kecenderungan peningkatan investasi terjadi baik dari sumber penanaman modal dalam negeri (PMDN) maupun asing (PMA). Apresiasi sekaligus catatan khusus perlu diberikan terhadap peningkatan PMA. Keberadaan investasi asing diharapkan membawa manfaat tambahan berupa meningkatnya produktivitas pelaku industri domestik, khususnya di sektor manufaktur yang adalah pemberi andil dan penyerap tenaga kerja terpenting.

Kajian terhadap kemanfaatan PMA perlu dilakukan, berdasarkan fakta di banyak negara berkembang yang menunjukkan bahwa kecenderungan untuk membuka perekonomian terhadap peran serta investasi asing seringkali tidak diimbangi dengan bukti-bukti yang kuat dari sisi kemanfaatan. Kajian terkini terhadap dampak PMA di negara-negara berkembang Asia melaporkan bahwa selama kurun waktu tiga dasawarsa terakhir, negara-negara tersebut menikmati manfaat langsung dari PMA seperti peningkatan ekspor dan perluasan lapangan kerja, namun kurang memperoleh manfaat berupa peningkatan produktivitas dan alih teknologi (Urata, 2006; Sussangkarn, *et al.*, 2011).

Hasil kajian di atas merupakan penyimpangan terhadap pandangan umum yang meyakini dampak positif kehadiran PMA. Pandangan umum melihat bahwa PMA yang biasanya berjangka panjang, memberi manfaat

penambahan modal, kapasitas produksi dan lapangan pekerjaan di dalam negeri. Selain itu, PMA sangat diharapkan membawa manfaat tambahan berupa peningkatan produktivitas dan alih teknologi bagi pelaku industri domestik, terutama melalui mekanisme hubungan rantai pasokan antara perusahaan asing dan domestik. Dengan memasok perusahaan asing yang berorientasi ekspor dan menerapkan persyaratan mutu yang lebih tinggi, pelaku industri domestik terdorong untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kemampuan teknologinya.

Tetapi pandangan ini mengesampingkan dampak-dampak negatif yang mungkin menyertai keberadaan PMA. Investasi asing dapat menekan keberlangsungan hidup pelaku industri domestik melalui kompetisi yang ketat. Perusahaan-perusahaan asing dengan keunggulan kompetitif yang dimiliki berpeluang mendominasi pasar domestik. Perusahaan-perusahaan asing juga dapat melakukan eksploitasi terhadap pasar dan sumber daya domestik tanpa memberikan manfaat tambahan, yaitu ketika mereka mampu melindungi keunggulan teknologi yang dimiliki terhadap pesaing domestiknya. Di sektor pertambangan, di mana perusahaan-perusahaan asing dapat beroperasi tanpa memiliki keterkaitan dengan pelaku industri domestik, proses alih teknologi relatif tidak terjadi.

Lebih lanjut, studi terhadap dampak-dampak PMA menegaskan bahwa manfaat positif PMA sebagaimana disebutkan tidaklah terjadi dengan sendirinya, namun hanya timbul dari adanya karakteristik khusus yang berkaitan dengan kemampuan negara penerima investasi untuk menyerap manfaat dari PMA. Karakteristik khusus dimaksud meliputi kemampuan SDM dan penguasaan teknologi, kualitas institusional dan rejim kebijakan perdagangan.

Negara kita telah membuka diri terhadap kehadiran PMA sejak 1967. Peran serta PMA, khususnya di sektor manufaktur, semakin luas sejak pertengahan 1980-an ketika strategi perekonomian kita beralih kepada peningkatan ekspor manufaktur. Dalam periode selanjutnya tingginya pertumbuhan ekonomi domestik yang disertai dengan tawaran insentif fiskal dan fasilitas ekspor berhasil mengundang derasnya arus PMA. Kehadiran PMA ini pada taraf tertentu telah membawa dampak positif.

Namun demikian, pengukuran empiris terhadap dampak-dampak PMA pada sektor manufaktur Indonesia, termasuk kajian penulis untuk periode 1990-2010, mengungkap bahwa manfaat PMA terhadap sektor manufaktur di Indonesia tidaklah menonjol. Secara khusus, dampaknya terhadap peningkatan produktivitas pelaku industri domestik cukup rendah, akibat lemahnya hubungan rantai pasokan antara perusahaan asing dan domestik.

Ini disebabkan oleh beberapa faktor. Struktur industri manufaktur kita masih kurang berkembang, yakni untuk memungkinkan adanya industri-industri penopang yang kuat. Lebih lanjut, rejim perdagangan bebas yang kita anut sejak pertengahan 1980-an mendorong pelaku industri asing untuk memenuhi pasokan bahan baku dan bahan penolong dari jalur impor. Dengan begitu, kebijakan perdagangan bebas cenderung memberikan keuntungan bagi perusahaan multinasional untuk mengelola rantai produksi internasional yang efisien dengan memanfaatkan tingkat upah yang rendah di Indonesia, namun dengan mengurangi peluang pemasok domestik. Dengan kata lain, kebijakan perdagangan bebas telah mengalahkan kebijakan pengembangan industri domestik.

Ditinjau dari perspektif di atas, pemerintah telah gagal mendorong timbulnya manfaat tambahan dari keberadaan PMA. Karena itu, kebijakan yang ditujukan untuk menarik lebih banyak arus PMA perlu dikaji ulang. Bahkan, pemerintah perlu mengubah fokus kebijakannya kepada upaya peningkatan manfaat dari PMA, sebagai berikut.

Pertama, mengupayakan sinergi antara kebijakan perdagangan dan kebijakan pengembangan industri nasional. Kebijakan perdagangan bebas yang progresif dan dilakukan bersamaan dengan kebijakan investasi yang terbuka terbukti kurang menguntungkan pelaku industri domestik. Ini merupakan agenda mendesak karena kita akan segera memasuki rejim pasar bebas yang lebih terbuka.

Strategi dan pengalaman negara-negara industri baru di Asia dan Amerika Selatan dapat menjadi rujukan. Dalam tahap awal pembangunan industri, negara-negara tersebut menerapkan kebijakan khusus yang bercirikan pada terkoordinasinya upaya perlindungan industri domestik dan promosi ekspor. Kebijakan ini meliputi proteksi impor dan subsidi temporer

yang terukur serta pengembangan institusional. Ini memungkinkan negara-negara tersebut untuk secara bertahap mengembangkan struktur industri domestiknya seiring peningkatan kapasitas teknologi yang dimiliki.

Kedua, pemerintah perlu menciptakan berbagai insentif dan lingkungan yang kondusif bagi peningkatan kapasitas teknologi pelaku industri domestik melalui penggunaan mesin-mesin dan teknologi terbaru. Ini penting untuk membuka peluang bagi kuatnya hubungan rantai pasokan antara pelaku industri asing dan domestik, sekaligus meningkatkan daya serap pelaku industri domestik terhadap teknologi yang lebih tinggi. Sejalan dengan hal itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui instrumen pelatihan maupun pendidikan tinggi juga patut mendapat perhatian.

Bayang-Bayang Deindustrialisasi Dini

Gejolak perekonomian global menjalar ke negara kita. Sektor keuangan terimbas pertama kali dan kini masih mengkhawatirkan. Namun tantangan tak kalah serius tengah dihadapi sektor riil. Kelesuan di sektor riil telah membawa korban. Perusahaan yang mengurangi kapasitas produksi maupun gulung tikar terus bertambah. Sebagian besar terjadi di sektor industri pengolahan seperti garmen, alas kaki, dan elektronik. Kemenakertrans mencatat hingga September 2015 total laporan PHK mencapai 43.085 pekerja. Sumber dari berbagai asosiasi industri menyebutkan angka yang jauh lebih tinggi. Dalam jangka pendek perkembangan ini tentu memperparah dampak perlambatan ekonomi. Lebih jauh gejala ini memberi sinyal kewaspadaan terhadap fenomena deindustrialisasi.

Deindustrialisasi dalam kajian ekonomi sebenarnya merupakan gejala ekonomi yang netral, artinya tidak selalu terkait dengan buruknya kondisi suatu perekonomian. Deindustrialisasi yang ditandai dengan gejala penurunan proporsi jumlah tenaga kerja di industri pengolahan dialami Amerika Serikat pada akhir 1950-an. Negara-negara industri lain seperti Inggris mengalaminya sejak 1970-an. Namun di negara-negara maju deindustrialisasi berlangsung seiring kemajuan teknologi dan inovasi, sehingga kontribusi sektor industri pengolahan terhadap pertumbuhan ekonomi tetaplah tinggi.

Situasi berbeda dialami negara-negara berkembang. Dani Rodrik, profesor ekonomi terkemuka Harvard University, dalam sebuah publikasi

pada Februari lalu mengungkapkan bahwa negara-negara berkembang termasuk Indonesia cenderung mengalami penurunan proporsi jumlah tenaga kerja maupun kontribusi sektoral dari industri pengolahan. Kebanyakan negara berkembang mengalami gejala deindustrialisasi tanpa disertai kemajuan signifikan dalam penggunaan teknologi, hal mana merupakan prasyarat menuju tahapan pasca-industrialisasi di negara maju. Fenomena ini disebut deindustrialisasi dini (*premature deindustrialization*).

Deindustrialisasi dini perlu dicegah karena menghilangkan peluang pertumbuhan ekonomi serta penyerapan tenaga kerja yang tinggi. Ini krusial bagi Indonesia yang ingin lepas dari *middle-income* trap dan memanfaatkan bonus demografi. Lantas faktor apa yang mendorong deindustrialisasi dini? Globalisasi dan perdagangan bebas ditengara merupakan salah satu faktor utama. Kebijakan perekonomian terbuka membuka jalan bagi deindustrialisasi dini di banyak negara berkembang dengan daya saing rendah, yakni lewat serbuan produk impor.

Amatan Profesor Rodrik kiranya berlaku di Indonesia. Fenomena deindustrialisasi di Indonesia mulai mendapat perhatian pasca krisis ekonomi 1998. Pasca krisis, perekonomian Indonesia memang semakin terbuka. Dimulai dari reformasi di sektor keuangan, sektor perdagangan luar negeri terus mengalami liberalisasi melalui berbagai kesepakatan di tingkat bilateral maupun regional.

Sebagai gambaran, selama periode sebelum krisis (1992-1997), pertumbuhan sektor industri pengolahan rata-rata 9 persen. Sementara pada periode pasca krisis, yakni sejak 2003 pertumbuhan sektor industri pengolahan rata-rata di bawah 5 persen. Pada 2003 kontribusi industri pengolahan terhadap PDB mencapai 28,84 persen. Kontribusi ini terus merosot hingga 21,28 persen pada Triwulan I 2015. Tingginya impor memberi andil bagi menurunnya kontribusi sektor industri pengolahan dalam sepuluh tahun terakhir.

Karenanya gejolak perekonomian global yang diwarnai dengan ‘perang kurs’ dari negara-negara seperti Tiongkok, Thailand, Korea Selatan, dan Vietnam perlu dicermati. Semua negara pengekspor produk manufaktur berkepentingan untuk meningkatkan perdagangannya. Kita patut waspada agar perkembangan ini tidak berimbas pada daya tahan sektor industri

pengolahan dalam negeri. Pelaku industri saat ini mengalami berbagai tekanan akibat semakin mahal biaya impor bahan baku, energi, serta tenaga kerja. Sementara itu agenda liberalisasi perdagangan terus berjalan, seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang di depan mata.

Presiden Joko Widodo sendiri menyadari permasalahan ini. Dalam pidatonya di bulan Juli beliau menyatakan ingin membalikkan tren deindustrialisasi yang didorong oleh ketergantungan impor. Tentu upaya mewujudkannya merupakan tantangan berat. Paket kebijakan fiskal yang dikeluarkan mungkin akan sedikit menolong pelaku industri dalam jangka pendek. Arus investasi baik dari dalam maupun luar negeri, bila dapat diarahkan ke sektor industri pengolahan, akan menjadi tumpuan utama. Tidak saja akan mendorong laju pertumbuhan ekonomi, tetapi juga guna menepis bayang-bayang deindustrialisasi dini.

Lebih lanjut, kebijakan dan strategi reindustrialisasi yang lebih komprehensif mutlak diperlukan. Hilirisasi sektor industri serta percepatan pembangunan kawasan-kawasan industri baru termasuk salah satu prioritasnya. Tidak kalah penting kebijakan liberalisasi perdagangan perlu ditinjau ulang dengan lebih memperhatikan kepentingan pengembangan daya saing industri dalam negeri.

Artikel ini ditulis pada 24 Oktober 2015.

Weighing Making Indonesia 4.0

Joko Widodo's administration endeavors to realize Nawa Cita, the nine priority agendas. The Nawa Cita, among others, strives to increase the productivity and competitiveness of the nation in the international market. This endeavor now is facing a challenge from the global transformation towards Industry 4.0. There have been reviews on the development of the Industry 4.0. In short, major countries are in race to increase their competitiveness by utilizing the convergence of cutting-edge technologies. This paper would like to discuss the prospect of Making Indonesia 4.0 (MI 4.0) initiative which has been launched by the government.

Aspects of productivity and competitiveness in sustaining the economic progress of a nation are truly crucial. On productivity, Paul Krugman stresses "A country's ability to improve its standard of living over time depends almost entirely on its ability to raise its output per worker." Competitiveness here is nothing about defeating other countries (beggarthy-neighbor policy), but the ability of each country to develop institutional, policy, and resource tools that determine its productivity level.

Indonesia's productivity based on GNI per capita in 2017 is \$ 3,540. According to the World Bank classification, we are a lower middle-income country. This classification was first reach in 1996, and after a drop in the crisis period it has been reclaimed since 2004. This means for more than a decade we have been in the middle-income trap, as also experienced by Thailand, Argentina and South Africa.

A country's productivity can rely on certain commodities (factor-driven); often with the help of subsidy and protection policies. But if this

condition then creates a dependency that inhibits the process of structural transformation to achieve an efficient economy (efficiency-driven), then at that point the economy gets stuck. There are several possible causes for a country's failure to escape from the middle-income trap, but the main cause usually related with the inability to encourage science and innovation as a source of economic growth (innovation-driven). This is outlined for instance in the article of Eva Pope (ADBI, 2017).

Based on Global Competitiveness Report 2017, Indonesia is ranked 36 out of 140 countries and classified as an efficiency-driven economy. It means the structure of the economy has led to a modern economy with some efficiency in resource allocation, but still relies on its comparative advantages such as commodities and natural resources. We haven't yet employed much of science and innovation as a competitive advantage that would sustain future growths. Main obstacle lies in the technological readiness and availability of skilled-labor. Is there any chance for the success of MI 4.0?

Race towards Industry 4.0

Germany, a leading supplier of global industrial equipment, has set up the Industry 4.0 initiative to realize digital manufacturing since 2006. In addition, Industry 4.0 seeks for the widespread implementations of Internet of Things and Services, integration of the SME business models into corporate production networks. Until 2020, a sum of € 200 million will be allocated for research activities, industrial partnerships, and standardization.

Meanwhile, UK is developing High Value Manufacturing Catapult (HVMC). HVMC was first formed in 2011 as a public-private partnership under the Innovate UK agency. More than € 164 million is invested in 2012-2018 to stimulate high value-added manufacturing innovations, reduce the risks of innovation, and attract foreign investments. Currently around 2,000 experts are working in UK's innovation centers.

United States which in the last two decades experienced a decline in competitiveness, has launched the Advanced Manufacturing Partnership 2.0 (AMP 2.0). AMP 2.0 consists of four pillars. First, developing 15 innovation institutions that connect research centers with production centers. Second, investing in apprenticeship, training and certification

for hundreds of thousands of workers. Third, initiating intensive research supports, manufacturing investment tax, SME integration into global supply chains, and natural gas production for energy-intensive industries. Lastly, protecting US manufacturers from unfair competition.

In Asia, Japan introduces Robotics Strategy to further develop the implementation of robotics technology in manufacturing production systems. Japan currently is a supplier of 50% of industrial robot, and controls over 90% of its spare parts market. South Korea, which 40% of its GDP depends on electronics and automotive manufacturing sectors, launches the Manufacturing Innovation 3.0 initiative. The government has established creative economy innovation centers and techno parks to spearhead university and industry partnership projects on digital manufacturing technology.

Cina also doesn't want to be left behind in Industry 4.0. Made in Cina 2025 (MIC) is a comprehensive initiative to address the bad perceptions on Cina's product quality. MIC also aims to capture the largest share of value-added from global production chains by integrating the manufacturing sectors. Domestic content is targeted to reach 40% by 2020 and 70% by 2025. MIC is pursuing the 5G information technology, automated machine tools, aerospace, new energy, as well as super computer, new materials and biopharmaceuticals.

How about the neighboring countries in ASEAN? Singapore since 2016 through Research, Innovation, and Enterprise 2020 initiative has encouraged innovations in aerospace, electronics, chemicals, production systems, offshore technology, precision modules, pharmaceuticals, and medical technology. Meanwhile, Thailand 4.0 initiative aspires to revitalize leading industry clusters such as automotive, electronics, medical tourism, food, and agriculture. Thailand is also investing in new sectors such as digital manufacturing, logistics, biofuels and biochemistry.

Prospect of Making Indonesia 4.0

The MI 4.0 is intended as a structural transformation to boost the productivity of five leading export-oriented industrial sectors such as food and beverages, textiles and clothing, automotive, chemicals and electronics. The target of MI 4.0 is to encourage the contribution of manufacturing sector

to 26% of GDP, and its net exports to 10% of GDP by 2030. At least 7-19 million new jobs are expected to be created.

Among the 10 priority steps in MI 4.0, in order to close technological lags the government wants to attract investments from 100 world's top manufacturers. Nevertheless, compare to the other initiatives, MI 4.0 may appear less attractive for them. Top manufacturers would demand more than incentives or physical infrastructures. More than ever, to boost competitiveness in the world markets, they are seeking for talents and skilled-labors or high value-added sectors. Alas, something we cannot offer at the moment.

A likely chance for Indonesia is to target offshore-production from labor-intensive investments. This is reasonable following the increase of labor wages around the world, including in Cina. If we could link them with efforts to build a strong domestic supply chain, this will bring technology transfer to local manufacturers. Targeting labor-intensive investments is also to get advantage from our demographic dividend.

Meanwhile, fundamental issues related to technological readiness needs to be resolved through government-industry collaborations. Acceleration can be expected from policy supports and incentives to improve higher-technology content in the product innovation and production systems. In order to improve the supply of skilled-labors, government needs to expand training and certification programs for the productive forces. In addition, apprenticeship program should be encouraged more intensively by enacting obligation for foreign and local manufacturers.

All in all, MI 4.0 is more likely understood as a reindustrialization strategy which has been long delayed after our recovery from the 1998 crisis. An export-oriented industrialization strategy once brought glory to our economy within the mid-1980s to the period before the economic crisis hit. MI 4.0 may not promising big leaps. It is a progressive strategy with realistic direction, which is in line with the outward-looking characteristic of Nawa Cita.

This article was written at 26 Juli 2018.

Menimbang Making Indonesia 4.0

Sejak terpilih pemerintahan Presiden Joko Widodo bertekad mewujudkan Nawa Cita, sembilan agenda prioritas. Salah satu dari agenda prioritas tersebut berikhtiar meningkatkan produktivitas dan daya saing di pasar internasional sehingga bangsa Indonesia menjadi maju dan bangkit bersama bangsa-bangsa Asia lainnya. Ikhtiar ini agaknya mendapat tantangan saat dunia sedang bertransformasi menuju revolusi industri keempat, Industri 4.0. Mengenai arah perkembangan serta proyeksi dampak-dampak Industri 4.0 telah banyak diulas. Pendeknya, negara-negara maju sedang berpacu meningkatkan produktivitas dan daya saingnya melalui pemanfaatan berbagai teknologi mutakhir abad ini. Tulisan ini hendak meninjau prospek inisiatif Making Indonesia 4.0 yang telah dicanangkan.

Aspek produktivitas dan daya saing dalam menopang kemajuan ekonomi suatu bangsa memang krusial. Tentang produktivitas pernah ditegaskan Paul Krugman dalam *The Age of Diminishing Expectations* (1994) “*Productivity isn't everything, but in the long run it is almost everything. A country's ability to improve its standard of living over time depends almost entirely on its ability to raise its output per worker.*” Adapun mengenai daya saing, *Global Competitiveness Report* (2012) menjelaskannya sebagai perangkat kelembagaan, kebijakan, dan sumber-sumber daya yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara.

Sebagaimana diketahui, gambaran produktivitas Indonesia berdasarkan ukuran GNI per kapita di tahun 2016 adalah berkisar pada USD 3.400. Seturut klasifikasi Bank Dunia, kita masih tergolong negara berpendapatan menengah-bawah. Klasifikasi yang dipertahankan sejak

1985. Artinya, kita berada dalam jebakan pendapatan menengah (*middle income trap*), seperti yang juga dialami Thailand, Argentina, dan Afrika Selatan.

Dalam beberapa kasus, suatu negara dapat mengandalkan produktivitasnya pada komoditi-komoditi tertentu (*factor-driven*); seringkali juga lewat kebijakan subsidi maupun proteksi. Namun bila kondisi ini kemudian menimbulkan ketergantungan sehingga menghambat proses transformasi struktural yang diharapkan untuk mencapai perekonomian yang efisien (*efficiency-driven*), maka pada titik tersebut perekonomian dapat berjalan di tempat. Terdapat beberapa kemungkinan penyebab gagalnya suatu negara keluar dari jebakan pendapatan menengah, namun penyebab utama adalah kurangnya usaha untuk mendorong ilmu pengetahuan dan inovasi sebagai sumber pertumbuhan ekonomi (*innovation-driven*). Ini diuraikan antara lain dalam artikel Eva Paus (ADBI, 2017).

Berdasarkan Global Competitiveness Report (2017), Indonesia tergolong *efficiency-driven economies* dan berada pada peringkat 36 dari 140 negara. Struktur perekonomian kita telah menuju perekonomian modern yang makin efisien dalam alokasi sumber daya, namun masih bersandar pada keunggulan komparatif, seperti komoditi dan sumber daya alam. Kita belum mengandalkan ilmu pengetahuan dan inovasi sebagai keunggulan kompetitif yang menopang pertumbuhan di masa depan. Kendala utama terletak pada penguasaan teknologi dan ketersediaan sumber daya manusia terampil.

Apakah transformasi global menuju Industri 4.0 membuka peluang baru atau justru makin menghambat melalui persaingan? Mari kita lihat dulu bagaimana kesiapan negara-negara lain.

Dunia Berlomba Menuju Industri 4.0

Jerman yang merupakan pemasok terkemuka peralatan-peralatan industri global, sejak tahun 2006 telah merancang penerapan manufaktur digital. Pemerintah Jerman menyusun inisiatif Industri 4.0 untuk mewujudkan manufaktur digital, berupa pabrik pintar (*smart factory*). Selain itu Industri 4.0 menasar berbagai aplikasi teknologi internet dalam produksi dan jasa (*Internet of Things and Services*), seperti perekonomian digital (*digital*

economy) dan tempat kerja digital (*digital workplace*). Melalui Platform Industri 4.0 dilakukan konvergensi kegiatan-kegiatan penelitian, kemitraan industri, dan standardisasi. Hingga tahun 2020, sejumlah EUR 200 juta dialokasikan untuk mendanai proyek besar ini.

Boston Consulting Group memperkirakan peningkatan produktivitas Jerman senilai EUR 90-150 milyar pada 5-10 tahun mendatang. Ini dihasilkan melalui penciptaan nilai tambah dan model-model bisnis baru yang mengintegrasikan UKM ke dalam jaringan produksi korporasi. Laporan European Commission (2017) memperkirakan 15 juta pekerjaan baru akan terkait dengan Industri 4.0. Menariknya, sektor swasta berperan besar dalam pembiayaan inisiatif ini. Korporasi besar rata-rata menanggung lebih dari separuh pembiayaan, sementara UKM menanggung lebih sedikit.

Sementara itu Inggris mengembangkan High Value Manufacturing Catapult (HVMC). HVMC dibentuk pada tahun 2011 sebagai kemitraan publik-swasta yang diawasi oleh badan Innovate UK. Lebih dari EUR 164 juta diinvestasikan pemerintah selama periode 2012-2018 guna merangsang inovasi manufaktur bernilai tambah tinggi, mengurangi risiko pada inovasi baru dan pendirian bisnis manufaktur, serta menarik investasi asing. Saat ini sekitar 2.000 ahli bekerja di pusat-pusat inovasi teknologi di Inggris.

Adapun Amerika Serikat yang dalam dua dasawarsa terakhir ditengara mengalami kemunduran daya saing, mencanangkan Advanced Manufacturing Partnership 2.0 (AMP 2.0). Dalam sejarah perekonomian AS, sektor manufaktur berperan amat penting bagi pertumbuhan ekonomi. Bagi pekerja AS, sektor manufaktur menyediakan pendapatan 20 persen lebih tinggi ketimbang sektor-sektor lain.

Kebijakan AMP 2.0 terdiri dari empat pilar. Pertama, membentuk 15 lembaga inovasi manufaktur yang menghubungkan pusat-pusat penelitian dasar dengan pusat-pusat produksi. Kedua, melakukan investasi dalam program pelatihan dan sertifikasi keterampilan kerja baru bagi ratusan ribu pekerja manufaktur. Pemerintah juga menghidupkan program magang kerja. Ketiga, memperkuat daya saing produksi AS melalui riset intensif, skema pajak yang menarik investasi manufaktur, menghubungkan sektor UKM dalam rantai pasokan global, berinvestasi dalam energi bersih, serta memfasilitasi produksi gas alam bagi industri padat energi. Terakhir,

memastikan perlindungan bagi produsen manufaktur AS dari persaingan ketat di pasar global.

Di Asia, Jepang mengusung Robotics Strategy yang merupakan aplikasi teknologi robotika dalam sistem produksi manufaktur. Jepang saat ini adalah pemasok terbesar robot industri, sekitar 50% dari pangsa global. Selain itu, Jepang menguasai lebih dari 90% pangsa pasar suku cadang robot industri. Sejalan dengan kemajuan di bidang kecerdasan buatan (AI) dan sensor, teknologi robotika masa depan memungkinkan robot-robot industri untuk saling terkoneksi sehingga mampu bekerja dalam satu jaringan yang efisien. Karena itu penerapannya semakin penting.

Sementara itu, bagi Korea Selatan yang pada tahun 2016 38,56% PDB-nya bergantung pada sektor manufaktur elektronik dan otomotif, daya saing sektor-sektor ini amatlah penting. Transformasi Industri 4.0 mendorong Korea Selatan menggabungkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam sistem produksi manufaktur guna mengembangkan pabrik pintar (*smart factory*).

Pemerintah telah mencanangkan inisiatif Manufacturing Innovation 3.0 untuk menciptakan nilai tambah dan daya saing baru di sektor manufaktur. Creative Economy Innovation Center dan Techno Park didirikan untuk memelopori proyek-proyek kemitraan perguruan tinggi dan industri. Pada Maret 2015 Samsung Electronics telah berhasil mengembangkan proyek pabrik pintar, yang konon diwujudkan hanya dalam 5 bulan.

Tiongkok tampaknya tidak ingin tertinggal dalam transformasi Industri 4.0. Made in Cina 2025 (MIC) merupakan inisiatif pemerintah untuk secara komprehensif meningkatkan kualitas dan daya saing produk-produk Tiongkok di pasar global. Ini untuk mengatasi kelemahan umum produk-produk mereka yang dipersepsikan berkualitas rendah. MIC menyorot 10 sektor prioritas: teknologi informasi 5G, peralatan mesin otomatis dan robotika, peralatan aerospace dan aeronautika, peralatan maritim, peralatan transportasi kereta api modern, peralatan energi baru, peralatan listrik, peralatan pertanian, material baru, biofarmasi dan produk medis lanjutan.

MIC diperkenalkan pada tahun 2013, untuk mendorong inovasi, menekankan kualitas di atas kuantitas, mencapai pembangunan hijau, mengoptimalkan struktur industri yang ada, dan meningkatkan keterampilan

tenaga kerja. Tujuannya membuat sektor manufaktur Tiongkok efisien dan terintegrasi sehingga memperoleh nilai tambah terbesar dari rantai produksi global. Kandungan domestik bahan baku dan bahan pendukung ditargetkan mencapai 40% di tahun 2020 dan 70% di tahun 2025.

Bagaimana dengan negara-negara tetangga di ASEAN? Singapura memiliki inisiatif Research, Innovation, and Enterprise 2020. Sejak tahun 2016 Singapura menginvestasikan SGD 19 miliar untuk mendorong penelitian dan inovasi mutakhir di delapan industri utama: aerospace, elektronika, bahan kimia, mesin dan sistem produksi, kelautan dan teknologi lepas pantai, modul presisi dan komponen, biologi dan manufaktur farmasi, serta manufaktur teknologi medis. Adapun Thailand mengembangkan Thailand 4.0. Thailand hendak bermetamorfosis menjadi perekonomian berbasis nilai tambah dengan mereformasi klaster-klaster industri besar yang ada (otomotif, elektronik, pariwisata medis, makanan, pertanian dan bioteknologi) serta mengembangkan sektor-sektor baru seperti robotika, industri digital, penerbangan dan logistik, biofuel dan biokimia.

Prospek Making Indonesia 4.0

Inisiatif Making Indonesia 4.0 (MI 4.0), kiranya dimaksudkan sebagai transformasi struktural untuk menggenjot produktivitas lima sektor industri unggulan (makanan dan minuman, tekstil dan pakaian, otomotif, kimia, dan elektronik) yang berorientasi ekspor. Inisiatif ini dielaborasi dalam tiga strategi utama. Pertama, penyediaan infrastruktur yang menarik bagi investasi pada sektor-sektor unggulan. Kedua, integrasi pengembangan produk-produk unggulan berbasis inovasi. Ketiga, penyediaan tenaga kerja terampil melalui reformasi pendidikan dan pelatihan.

Target MI 4.0 adalah mendorong kontribusi sektor manufaktur sebagai lokomotif pertumbuhan dengan pangsa 21-26% PDB, demikian pula kontribusi ekspor neto manufaktur mencapai 10% PDB di 2030. Diharapkan 7-19 juta pekerjaan baru akan tercipta. Untuk itu pemerintah menetapkan 10 langkah prioritas yang intinya mendayagunakan rantai pasokan global, bonus demografi, investasi asing, sektor UKM, dan inovasi produk.

Membandingkan dengan berbagai inisiatif sebelumnya, MI 4.0 terkesan kurang revolusioner. Fokusnya belum pada penciptaan inovasi

produksi bernilai tambah tinggi. Negara-negara lain tampak lebih mantap memasuki era kompetisi berbasis inovasi. Memang MI 4.0 lebih dapat dipahami sebagai strategi reindustrialisasi yang tertunda sekian lama pasca Indonesia pulih dari krisis ekonomi 1998. Ia mungkin tidak menjanjikan lompatan kemajuan, namun merupakan strategi yang realistis. Strategi industrialisasi berorientasi ekspor pernah membawa kejayaan perekonomian Indonesia pada periode 1980-1990.

Namun tak pelak, persoalan-persoalan mendasar terkait penguasaan teknologi dan ketersediaan SDM terampil perlu dituntaskan. Dalam hal penguasaan teknologi, kolaborasi pemerintah dan industri tampaknya belum mendapat porsi yang memadai. Sektor industri memerlukan insentif untuk meningkatkan konten teknologi dalam sistem produksi mereka. Sektor industri juga tidak mungkin dibiarkan berjuang sendiri mengembangkan riset dan inovasi. Negara-negara maju bahkan memberi insentif bagi kegiatan-kegiatan riset industri. Selain itu, investasi asing terutama yang membawa teknologi tinggi perlu disinergikan dengan upaya membangun rantai pasokan domestik yang kuat. Ini akan memberikan manfaat tambahan berupa alih teknologi.

Berkaitan dengan ketersediaan SDM kita masih mengalami beberapa masalah. Sekitar 60 persen angkatan kerja kita tamatan sekolah menengah ke bawah. Secara jumlah, lapangan kerja yang ada tidak bisa disuplai dengan tenaga yang berketerampilan sesuai (*skills-shortage*). Kemudian, lapangan kerja baru yang tumbuh dalam empat tahun terakhir tidak mendapatkan keahlian yang cocok (*skills-mismatch*). Karena itu pemerintah perlu memperluas program pelatihan dan sertifikasi keterampilan kerja bagi angkatan produktif. Selain itu program pemagangan kerja perlu didorong secara intensif.

Terdapat persoalan klasik lain yang tampaknya luput dari perhatian. Koordinasi dan sinergi lintas sektor dan kedinasan perlu diperbaiki. MI 4.0 tentunya tidak dapat diwujudkan hanya oleh satu kementerian. Dukungan Kementerian Perdagangan, Kementerian BUMN, Kementerian Informasi dan Telekomunikasi sangatlah dibutuhkan. Semangat Indonesia Incorporated perlu ditumbuhkan dalam Nawa Cita.

Artikel ini ditulis pada Juli 2018.

v.
**Pengembangan UMKM
dan Industri Kreatif**

Juaranya UMKM Korea

Korea Selatan, salah satu macan ekonomi Asia, tahun ini menjadi 10 negara pengekspor terbesar dunia. Keberhasilan ini bukanlah semata peran pengusaha kelas konglomerat. Di baliknya terdapat kontribusi signifikan pebisnis UMKM. Kontribusi ini disumbang terutama oleh para jawara UMKM (usaha mikro kecil menengah) yang luput dari perhatian (*hidden champions*). Di samping etos kerja kerasnya, para jawara ini unggul dalam inovasi dan mampu memenangkan pasar global.

Hidden champions adalah sebutan Hermann Simon, profesor ekonomi di Jerman, bagi UMKM sukses dengan kriteria: penguasa pasar global, berpendapatan di bawah 4 miliar dolar AS, namun kurang dikenal publik. Keberadaan *hidden champions* menjelaskan bagaimana Jerman selama bertahun-tahun mampu menjadi negara pengekspor terbesar di dunia. Kinerja perusahaan-perusahaan raksasa, seperti Volkswagen, Siemens, dan Bosch tidaklah berbeda dengan korporasi global yang lain. Akan tetapi, kekuatan ekspor Jerman tidaklah terletak pada korporasi raksasanya, melainkan pada ribuan jawara UMKM. Dua pertiga dari jawara UMKM dunia adalah perusahaan Jerman.

Kunci keberhasilannya terletak pada kemampuan mengenali ceruk pasar global dan memasoknya dengan produk-produk inovatif. Keunggulan kompetitif mereka bukanlah harga murah, melainkan kualitas produk dan pelayanan serta kedekatan dengan pelanggan. Mereka adalah pekerja keras yang sangat menguasai bidang keahliannya. Kebanyakan justru hanya dikenal oleh para pemasok dan pelanggannya di pasar internasional. Perkembangan serupa terjadi di negara-negara pengekspor besar lainnya:

Cina, Belanda, Belgia, Korea Selatan, dan Hongkong.

Secara khusus kita ingin melihat bagaimana jawara UMKM berkembang di Korea Selatan. Pada 2007, keberadaan UMKM mencapai 2,97 juta atau 99.9% dari keseluruhan pelaku bisnis. Mereka mempekerjakan 88.4% total tenaga kerja dan berkontribusi pada 42,9% total ekspor. Saat ini, 127 produk Korea Selatan menjadi penguasa pasar dunia. Sebuah kemajuan pesat dibanding 49 produk di tahun 2002. Produk-produk tersebut meliputi semikonduktor, tangki LNG, sistem keamanan digital, hingga helm kendaraan bermotor dan boneka. LMS, pemasok komponen LCD komputer, berhasil menguasai 60% pasar global. IDIS, jawara sistem keamanan digital, menguasai 31,5% pasar dunia mengalahkan pesaing besar seperti GE, Mitsubishi, dan Sony. NASA, pusat antariksa AS, adalah salah satu klien IDIS.

Kekuatan Korea

Kadin Korsel (2009) melansir hasil penelitian tentang faktor keberhasilan mereka. Pertama, mengembangkan teknologi inovatif. Para jawara mengalokasikan 40 persen tenaga kerja dan 10 persen pendapatannya di bidang riset. Kedua, fokus pada satu bidang keahlian dan sebuah ceruk pasar. Ketiga, memanfaatkan pasar global, tidak terbatas pada pasar lokal. Keempat, membangun lingkungan kerja yang kondusif. Kelima, memiliki semangat pionir.

Pemerintah Korea Selatan sangat serius mendukung keberhasilan UMKM. April lalu, pemerintah Korea mengundang kehadiran Prof. Simon untuk berbicara dan menyuntik semangat di depan para pengusaha UMKM. Bank ekspor-impor milik pemerintah menginvestasikan 20 miliar dolar AS untuk mendukung kegiatan ekspor UMKM selama 10 tahun. Sasarannya, pada tahun 2019 akan muncul 300 jawara baru selain 22 perusahaan yang ada saat ini. Pemerintah Korea bekerja sama dengan LSM dan perguruan tinggi memfasilitasi kebutuhan riset, akses pasar global, insentif pajak, hak paten intelektual, hingga pengurusan sertifikasi internasional. Dukungan ini dibutuhkan guna meminimalkan risiko usaha sebagai pemain global, sehingga diharapkan akan menggerakkan ribuan UMKM lain beralih ke pasar ekspor.

Jawara UMKM Indonesia

Bagaimana dengan potensi UMKM Indonesia? Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat pada 2008 terdapat 51,26 juta UMKM atau 99,9 persen total pelaku usaha nasional dan merupakan penyedia 97,0 persen lapangan kerja. Secara kuantitatif, potensi UMKM kita demikian besar, namun kontribusinya terhadap ekspor nasional hanya 16,7 persen. Kebanyakan UMKM kita bersifat padat karya, berorientasi pada pasar domestik, dan kurang memiliki akses pendanaan perbankan.

Sekalipun demikian, adakah harapan *hidden champions* di antara UMKM kita? Jawara kita berasal dari Desa Temanggung, Jawa Tengah. Singgih Kartono, sukses mengglobalkan produk inovatif radio kayu Magno di pasar Amerika, Jepang, dan Eropa. Produknya laku hingga 250 dolar AS per buah. Omzet per tahunnya diperkirakan menembus 1 juta dolar AS! Tidak hanya itu, ia juga meraih berbagai penghargaan desain produk tingkat dunia. Kesuksesannya terletak pada daya inovasi dan keberanian mengakses pasar global. Secara sadar ia memilih menjual produknya di pasar global, karena potensinya yang besar.

Kita perlu yakin bahwa masa depan perekonomian Indonesia akan banyak ditentukan oleh peran *hidden champions*, yakni UMKM inovatif yang berorientasi ekspor. Bila keunggulan UMKM Korea Selatan berbasis pada penguasaan teknologi, UMKM kita berpeluang mengembangkan industri kreatif.

Industri kreatif merupakan ceruk pasar global baru yang memiliki potensi nilai tambah besar, seperti contoh radio kayu seharga 250 dolar AS. Tantangan selanjutnya adalah mendorong UMKM masuk ke pasar global. Era perdagangan bebas menyediakan peluang pasar yang amat luas. Bercermin dari keberhasilan Korea Selatan mengembangkan UMKM, kerja sama antara pemerintah, LSM, perguruan tinggi, dan kalangan usahawan kita perlu memiliki arah yang lebih jelas.

Artikel ini dipublikasikan pada *Harian Surya*, edisi 25 Mei 2010.

Menerobos Peluang Ekspor UMKM Jawa Timur

Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang merupakan topik yang menarik untuk dicermati. Di negara kita, UMKM yang merupakan mayoritas pelaku usaha berkontribusi sebesar 57,9% terhadap pendapatan nasional dan 16,4% terhadap total ekspor.

Kontribusi ekspor UMKM yang minim ini sering dianggap wajar, mengingat besarnya animo pasar domestik. Namun demikian, di tengah makin terbukanya perdagangan di tingkat regional maupun internasional, tidaklah bijak mengabaikan peluang pasar ekspor. Dalam konteks ini, perhatian perlu diberikan kepada pelaku UMKM di Jawa Timur yang menyimpan berbagai potensi dan keunggulan yang jarang dimiliki propinsi lain.

Data statistik terkini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Jawa Timur menyumbang 54,39% dari total pendapatan daerah. Jumlah pelaku UMKM di Jawa Timur sendiri telah mencapai 6,8 juta. Hampir 30% di antaranya merupakan pelaku ekspor, baik pemula maupun eksportir lama. Persentase ini jauh di atas rata-rata nasional yang hanya 17%. Namun, penjualan produk ke pasar mancanegara tersebut umumnya didorong oleh inisiatif permintaan pembeli luar negeri atas produk makanan dan minuman, garmen, furnitur, kerajinan maupun produk industri kecil lain.

Karakteristik ini menarik untuk diamati, karena di samping keterbatasan-keterbatasan lain pada aspek manajerial dan akses modal,

ternyata pelaku UMKM kita lemah dalam pengetahuan tentang kebutuhan pasar ekspor. Saat ini, pasar ekspor yang perlu diteropong pelaku UMKM adalah pasar negara-negara ASEAN yang sedang bertumbuh dan semakin terbuka. Pasar ASEAN secara keseluruhan mendekati 600 juta populasi dan bernilai sekitar 2 triliun dolar serta diperkirakan bertumbuh hingga hampir 3 triliun dolar di 2015.

Faktor-faktor yang menjadikan pasar ASEAN menarik adalah kenyataan bahwa di samping kedekatan geografis yang dimiliki, negara-negara di kawasan ini juga memiliki banyak kesamaan budaya, selera dan gaya hidup. Ini tentu memudahkan penerimaan produk-produk kita di pasar ASEAN. Kemudahan akses pasar merupakan faktor penting untuk dimanfaatkan, terkait dengan implementasi ASEAN Economic Community (AEC) di tahun 2015.

Seperti telah banyak dibahas, AEC dirancang untuk memberikan fasilitas dan kemudahan guna mengintegrasikan sepuluh negara anggota di kawasan ini sebagai sebuah pasar bersama di mana pergerakan barang, jasa, modal dan orang menjadi leluasa. Kesemua faktor di atas menjadikan kawasan ASEAN sebagai pasar yang penuh peluang dibanding pasar Eropa, Amerika Utara, maupun Jepang. Ketiga pasar utama dunia tersebut memang menawarkan potensi yang lebih besar secara kuantitas, namun perlu diingat bahwa tuntutan persyaratan dan prosedur yang harus dipenuhi juga jauh lebih berat.

Selanjutnya, kajian Nomura Research Institute yang dirilis Maret lalu menunjukkan bahwa potensi terbesar di kawasan ini, di luar Indonesia, adalah mencakup pasar Malaysia, Thailand, Filipina, dan Vietnam. Penilaian ini dilakukan atas dasar pengamatan terhadap stabilnya pertumbuhan pendapatan per kapita, populasi penduduk usia muda dan kelas menengah di negara-negara tersebut.

Secara khusus perlu diamati bahwa di empat negara tersebut permintaan akan bahan makanan organik, garmen, produk kesehatan dan gaya hidup modern sedang mengalami peningkatan. Tingginya permintaan ini juga diiringi tuntutan akan kualitas produk yang tinggi sekaligus harga yang bersaing. Bagi pelaku UMKM di Jawa Timur yang memiliki keunggulan komparatif di bidang agrobisnis dan industri kreatif, jelas

pasar ASEAN merupakan target pasar yang menarik sekaligus realistis. Indikasinya pun jelas, yakni peningkatan kunjungan pebisnis ASEAN ke sentra-sentra industri kecil dan kerajinan di Jawa Timur.

Guna menangkap peluang ini, di samping upaya dan kebijakan yang ada diperlukan terobosan langkah yang fokus dan terkoordinasi di antara pelaku UMKM dan dinas pemerintahan terkait. Beberapa langkah dapat dikembangkan dengan mempelajari kebijakan-kebijakan yang ditempuh Taiwan dan Korea Selatan yang telah banyak melahirkan pelaku-pelaku UMKM tangguh dengan produk-produk inovatif yang berdaya saing tinggi di pasar global.

Di kedua negara tersebut, sasaran yang ingin dicapai tidaklah sebatas pada upaya mendorong bertumbuhnya jumlah dan produktivitas pelaku UMKM. Lebih dari itu, pendampingan terhadap UMKM ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan akan pasar tujuan ekspor, serta kemampuan manajemen kualitas dan inovasi produk. Kebijakan mereka juga meliputi penyediaan fasilitas riset dan pengembangan produk, fasilitas kredit ekspor, pengurusan hak paten serta insentif pajak bagi UMKM ekspor. Hal ini dilakukan karena mereka menyadari tingginya iklim persaingan di pasar internasional.

Pengetahuan mendalam akan pasar ekspor yang didukung dengan keandalan manajemen kualitas dan inovasi produk merupakan kunci keberhasilan ekspor UMKM di Taiwan dan Korea Selatan. Faktor-faktor ini jugalah yang dimiliki para jawara UMKM dunia atau *'the hidden champions'* (Hermann Simon, 1996; 2009).

Pelaku UMKM di Jawa Timur memiliki peluang besar untuk tidak sekedar menjaga pasar domestik dari serbuan produk impor, tetapi juga sekaligus berekspansi ke mancanegara. Namun pencapaian ke arah tersebut tentu membutuhkan kerja keras banyak pihak. Pelaku UMKM dan pemerintah daerah perlu bekerja sama erat untuk mewujudkannya. Bagi pemerintah daerah pencapaian ini penting demi mendorong pertumbuhan ekonomi yang makin inklusif dan berdampak luas bagi masyarakat.

K-Drama, Industri Kreatif Berbasis Budaya Populer

Gelombang Korea sedang melanda tanah air. Tentu yang dimaksud bukanlah gelombang tsunami atau semacamnya, melainkan terpaan gelombang pengaruh budaya populer dari semenanjung Korea (*Korean wave, Hallyu*). Namun, sama seperti gelombang ombak di pantai, pengaruh budaya populer Korea pun datang bergulung-gulung. Bermula dengan riak-riak kecil, kemudian gelombang besar menerpa, menerjang dan bahkan menghanyutkan. Hal ini terbukti melalui maraknya tayangan drama Korea (K-drama) serta bermunculannya *boyband* dan *girlband* Indonesia yang mengekor gaya musik pop Korea (K-Pop), atau juga lewat hadirnya drama sinetron kolaborasi Indonesia-Korea “*Saranghae, I Love You*” dan yang terakhir film *Hello Goodbye* yang pengambilan gambarnya berlokasi di Korea.

Fenomena gelombang Korea memang mengacu pada popularitas produk-produk kreatif Korea yang mendunia. Produk-produk kreatif tersebut memberikan tawaran inovasi baru bagi industri hiburan, yang mencakup film dan drama televisi, musik pop, animasi, *games* dan sejenisnya. Namun yang menarik, terpaan gelombang Korea di Indonesia maupun di negara-negara lain, sebenarnya berawal dengan hadirnya tayangan drama-drama Korea pada akhir tahun 1990an. Sejak itu masyarakat dunia menjadi semakin akrab dengan berbagai produk kreatif Korea, termasuk fenomena demam Gangnam Style yang kini melanda dunia.

Tulisan ini hendak mengulas secara ringkas mengenai perkembangan dan pengaruh gelombang budaya populer Korea, dalam hal ini terutama K-Drama, sebagai sebuah industri kreatif yang tidak hanya mampu mengangkat citra positif masyarakat dan negara Korea sebagai kekuatan baru di panggung dunia, namun juga berdampak luas bagi kemajuan perekonomian negara tersebut. Tulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat pembaca pada umumnya, maupun menyumbangkan gagasan bagi pengembangan industri kreatif di tanah air.

Bagian pertama dari tulisan ini akan membahas fenomena K-Drama sebagai pelopor gelombang Korea di tingkat internasional maupun di tanah air. Selanjutnya bagian kedua akan mengulas beberapa karakteristik dari K-Drama sebagai budaya populer. Bagian ketiga membahas secara lebih dalam mengenai beberapa faktor yang mendorong kesuksesan K-Drama di pasar internasional. Bagian ini juga secara khusus akan menyinggung tentang faktor sinergi peran para penggerak utama, yakni pemerintah dan pegiat industri kreatif Korea. Terakhir, bagian keempat akan menutup dengan memberikan gambaran tentang masa depan K-Drama sebagai bagian dari industri kreatif Korea yang terus berkembang, serta beberapa poin pembelajaran yang dapat kita serap bagi kemajuan industri kreatif di tanah air.

Pelopor Gelombang Korea

Istilah *Hallyu* yang berarti gelombang Korea pertama kali diperkenalkan oleh media massa Cina, untuk menyebut fenomena ledakan popularitas produk-produk drama Korea di negeri tirai bambu tersebut. Popularitas K-Drama melejit setelah suksesnya penayangan serial drama *What Is Love All About* pada tahun 1998, yang meraih *rating* tertinggi dalam sejarah pertelevisian Cina. Sukses ini kemudian disusul dengan keberhasilan serial drama lainnya, yakni *Winter Sonata* yang menaklukkan pasar Jepang pada tahun 2003.

Selanjutnya, gelombang Korea semakin tak terbendung dan melanda wilayah Asia lain seperti Taiwan, Hong Kong, Singapura, Filipina, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Gelombang K-Drama selanjutnya menerpa Timur Tengah (Iran, Saudi Arabia, Yordania) dan Afrika (Mesir). Dan kini tayangan

drama Korea bukanlah tontonan asing di Amerika Utara maupun sebagian Eropa, yang terutama diakses melalui situs-situs internet khusus penyedia konten digital.

Gelombang Korea mulai menerpa Indonesia pada tahun 2002, dengan populernya drama seri Korea, seperti *Endless Love*. Popularitas drama Korea kemudian semakin meningkat dengan ditayangkannya serial *Dae Jang Geum (Jewel in the Palace)* di tahun 2005. Sejak itu, seakan tak ada hari yang terlewatkan tanpa hadirnya drama-drama Korea di stasiun televisi kita. Beberapa bahkan merupakan tayangan ulang, seperti serial *Winter Sonata* dan *Full House*.

Salah satu alasan utama dibalik keberhasilan penetrasi K-Drama di pasar Asia adalah karena ia membawa genre baru tayangan drama yang dikemas secara modern dan trendi, namun diramu dengan nilai-nilai Asia seperti Konfusianisme, ikatan nilai keluarga yang kuat, serta warisan tradisi dan kultur unik bangsa Korea. Dibanding dengan serial drama Barat, nilai-nilai ini dipandang lebih erat berkaitan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat penonton di Asia. Bagi masyarakat Asia, sajian K-Drama juga dipandang lebih realistis dalam memotret kehidupan. Selain itu, tampilnya aktor dan aktris yang keren dan ditambah dengan kemajuan modernisasi di Korea yang kerap menjadi latar belakang dari tayangan-tayangan drama Korea, merupakan daya tarik tersendiri karena seakan memenuhi harapan dan impian masyarakat Asia pada umumnya.

Di sisi lain, daya tarik K-Drama juga mampu menembus lingkaran kedekatan budaya Asia (*cultural proximity*). Meningkatnya perhatian bangsa Barat maupun bangsa-bangsa lain terhadap kebudayaan Asia menjadikan K-Drama sebagai sebuah tontonan alternatif yang mengisi kebutuhan mereka. Pertumbuhan popularitas drama Korea di Barat juga terkait dengan kemampuan para sineas Korea untuk meracik nilai-nilai modern Barat dan tradisi Timur dalam sebuah budaya populer, sehingga menawarkan sebuah pemahaman dan visi baru terhadap modernitas (Shim, 2006). Keberhasilan ini menunjukkan tingginya kemampuan industri kreatif perfilman di Korea. Sehingga sering disebut, bila Amerika Serikat memiliki Hollywood dan India dengan Bollywood-nya, maka Korea mempunyai Hallyuwood.

Pasca keberhasilan K-Drama menembus pasar dunia, muncullah gelombang kedua yang disebut sebagai *Neo-Korean Wave* di tahun 2010, di mana popularitas produk-produk kreatif Korea semakin dikenal luas di luar Asia. Gelombang kedua ini berpusat pada pertumbuhan pasar K-Pop, dan banyak didorong oleh perkembangan teknologi konten digital serta penggunaan media sosial. Musik pop Korea mulai memperluas wilayah penggemarnya di Timur Tengah, Afrika, Eropa dan Amerika Utara.

Keberhasilan menembus pasar Eropa dan Amerika, merupakan pencapaian yang luar biasa bagi sebuah produk kreatif Asia. Suatu arus balik kebudayaan terjadi dari Timur ke Barat, sehingga gelombang Korea merupakan sebuah alternatif terhadap globalisasi kebudayaan yang didominasi oleh Amerika Serikat (Kim and Ryoo, 2007). Hal ini tidak saja menunjukkan apresiasi yang tinggi terhadap kemampuan inovasi industri kreatif Korea, namun juga menjanjikan pangsa pasar baru yang amat besar.

Sebagai dampak dari perkembangan ini, industri kreatif Korea bertumbuh amat cepat sejak akhir tahun 1990-an. Dalam periode 1993-2003, industri ini secara keseluruhan tumbuh 21 persen, jauh dibanding rata-rata pertumbuhan ekonomi Korea (5,5 persen). Total ekspor produk-produk kebudayaan (film, musik, *games*, drama televisi, animasi) juga mengalami kemajuan pesat, mencapai 1 milyar dolar di 2005, meningkat 31 persen dibanding 2004. Industri pariwisata Korea juga tercatat mengalami kemajuan yang berarti. Tingkat kunjungan wisatawan asing meningkat pesat, khususnya wisatawan dari Cina dan Jepang. Hal ini merupakan kontribusi besar terhadap struktur ekonomi Korea yang sedang bertransformasi dari ekonomi berbasis industri ke ekonomi berbasis ilmu pengetahuan.

Sampai di sini, pembaca yang kritis akan mengamati bahwa fenomena ini sebenarnya tidaklah sama sekali baru. Memang benar, fenomena gelombang Korea dapat dilihat sebagai daur ulang dari fenomena dominasi budaya populer barat (*westernization*) yang berwujud pada tren Coca Cola dan McDonald. Kita mungkin masih ingat akan gandrungnya kaum muda dunia dan tanah air dengan *boyband* lawas dari Amerika Serikat, seperti New Kids on the Block, Backstreet Boys, Boyz II Men, dan sejenisnya. Atau, sebagian kita pasti memiliki memori dengan populernya serial drama asal Jepang, *Oshin*, dan lagu *Kokoro No Tomo* yang dilantunkan Mayumi Itsuwa.

K-Drama, sebuah budaya populer

“*People are sheep. TV is the shepherd,*” demikian ujar Jess C. Scott. Memang, inilah amsal budaya populer di mana kecenderungan persepsi, preferensi dan perilaku masyarakat amat dipengaruhi oleh sajian media, utamanya televisi. Karenanya tidaklah heran bila biaya iklan televisi demikian mahal. Sebaliknya, masyarakat penonton memiliki kekuatan untuk memilih program-program televisi terbaik yang mereka minati, sebagaimana tercermin dalam *rating* program. Dalam hal ini, K-drama ternyata berhasil memenangkan pilihan penonton, baik di dalam maupun di luar negeri.

Budaya populer (*pop culture*) atau sering juga disebut sebagai budaya massa (*mass culture*) merupakan produk dari industri budaya (*culture industry*), di mana proses produksi, penentuan bentuk, serta gaya dan maknanya, banyak ditentukan oleh kreativitas dan daya inovasi produsen. Sehingga secara sederhana dapat dikatakan bahwa budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik produksi massal dan dipasarkan kepada masyarakat konsumen, untuk mendapatkan keuntungan bagi produsen. Dalam hal ini peran media massa semakin meningkatkan kemampuan produsen untuk melakukan komersialisasi terhadap produk-produk kebudayaannya (Strinati, 2004).

Sekalipun unsur kreativitas dan inovasi produsen cukup dominan, namun sebagai sebuah industri, budaya populer juga sangat memperhatikan kebutuhan pasar. Terkait dengan hal ini, K-Drama dapat dipilah dalam dua kategori. Pertama, drama dengan kisah percintaan ala kaum muda, seperti *Boys Before Flowers*, di mana selebriti kaya dipasangkan dengan orang kebanyakan. Kategori drama seperti ini khususnya menysasar pemirsa muda usia. Kategori kedua berkisah tentang persoalan-persoalan keluarga, seperti intrik internal, penghormatan kepada orang tua, pengorbanan anak, kehidupan yang keras, dan sebagainya. Serial *Baker King*, *Kim Tak Goo* adalah contoh kategori ini. Kategori ini secara khusus menysasar pemirsa dewasa dan lanjut usia.

Selain itu, drama Korea juga dapat dipilah menurut pilihan temanya. Pertama, drama yang berkisah tentang kehidupan Korea modern, seperti *Winter Sonata* dan *Boys Over Flowers*. Latar cerita berkisar pada kehidupan nyata, di perusahaan roti (*Baker King*, *Kim Tak Goo*), restoran (*Pasta*),

hingga istana presiden (*City Hunter*). Plot pun bervariasi dari serius (*49 Days*) ke komikal (*Couple Fantasy*). Biasanya persoalan keluarga atau *romans* merupakan bumbu cerita kategori ini. Kategori kedua meliputi dramatisasi kisah-kisah fiksi-sejarah Korea, seperti *Queen Seondeok* dan *Jumong*. Kategori drama ini dalam bahasa Korea disebut sebagai *Sageuk*, yang umumnya memiliki alur cerita yang kompleks serta kebutuhan khusus akan kostum, *setting* lokasi dan *special effects*. Unsur perkelahian dan peperangan seringkali menjadi bumbu utama.

Selanjutnya, adalah sesuatu yang menggelikan untuk menggambarkan dampak budaya populer Korea, di mana masyarakat di luar Korea ternyata lebih mengenal nama-nama artis atau judul film Korea. Hal ini pernah terjadi dalam sebuah percakapan antara seorang profesor Korea dengan mahasiswa-mahasiswa asal Indonesia. Ketika suatu kali sang profesor menanyakan mengapa mahasiswa-mahasiswa tersebut tertarik untuk berkuliah di Korea, para mahasiswa Indonesia serentak menjawab bahwa mereka ingin mengenal lebih dekat sederet nama artis dan musisi Korea yang dengan lancar mereka sebutkan. Sang profesor tertegun, karena tampaknya nama-nama tersebut sebagian besar asing baginya. Hal serupa terjadi dengan fenomena tarian Gangnam Style, yang ternyata popularitasnya jauh lebih tinggi di luar negeri (Amerika Utara) ketimbang di Korea sendiri.

Pengembangan industri kreatif

Strategi pengembangan industri di Korea sejak awal disadari merupakan sebuah upaya pembangunan yang berlandaskan pada nilai-nilai dan karakter budaya lokal. Hal ini didasari oleh refleksi pengalaman panjang bangsa Korea yang memiliki kebanggaan yang kuat akan tradisi luhur bangsanya, serta tidak menyukai dominasi kebudayaan asing. Karenanya semangat kemajuan dan upaya modernisasi di berbagai bidang, haruslah dilakukan tanpa meninggalkan nilai-nilai dan karakter budaya lokal. Malahan belakangan, bangsa Korea menyadari bahwa era globalisasi juga membawa dampak positif berupa penghargaan dunia terhadap nilai-nilai lokal. Implikasinya, nilai-nilai lokal bila mendapat sentuhan kemasan modern, dapat menjadi sebuah daya tarik baru bagi sebuah industri kreatif berbasis budaya.

Keberhasilan gelombang Korea tidak dapat dilepaskan dari peran pemerintah dalam mendukung dan mempromosikan industri kreatif di negara ini. Sejak awal berdirinya negara ini, walau dengan maksud yang berbeda, pemerintah telah memiliki perhatian besar terhadap industri yang berbasis kebudayaan populer. Pada periode 1962-1992, pemerintah mengontrol ketat perkembangan produksi dan distribusi produk-produk kebudayaan di negara tersebut. Kontrol ini dimaksudkan untuk mendukung kebijakan pembangunan nasional dan menghindarkan dominasi kebudayaan asing. Pergeseran penting kebijakan pemerintah Korea terhadap industri kreatif terjadi seiring dengan demokratisasi di akhir tahun 1980an. Pemerintah mulai membuka kebebasan berekspresi, dan bahkan memberikan dukungan yang signifikan sejak tahun 1993 (Kim, 2011; Shim, 2006; 2005).

Pemerintah Korea memberikan dukungan karena menyadari bahwa industri kreatif memiliki peluang ekonomi yang besar. Dukungan pemerintah awalnya bersifat koordinatif terhadap usaha-usaha untuk mendorong penyebarluasan produk-produk kultural Korea. Pada tahap selanjutnya, pemerintah mengeluarkan serangkaian kebijakan yang bersifat regulatif dan promotif. Hal ini diawali pada masa pemerintahan Presiden Kim Yong-sam dengan membentuk Cultural Industry Bureau di bawah Korean Ministry of Culture and Sports pada tahun 1995.

Kebijakan regulasi tersebut meliputi pengaturan kuota tayangan asing, mendorong hak kekayaan intelektual, serta kuota khusus bagi penyedia konten bermuatan budaya lokal dan tradisional. Sedangkan kebijakan promosi meliputi dukungan bagi kegiatan ekspor produk industri kreatif melalui kantor-kantor perwakilan pemerintah di luar negeri, pembangunan pusat pendidikan dan pelatihan pekerja industri kreatif, penyelenggaraan *event* promosi internasional seperti Busan International Film Festival (BIFF), serta pembangunan infrastruktur dan fasilitas produksi bersama seperti studio rekaman dan editing. Bahkan, pemerintah juga menyediakan anggaran bagi pinjaman investasi kepada produsen film dan penyedia konten, serta dana kampanye perlindungan hak cipta. Artis-artis Korea (*Hallyu stars*) juga kerap dilibatkan sebagai duta pariwisata.

Langkah awal tersebut kemudian diikuti dengan dikeluarkannya kebijakan kelonggaran pajak bagi para pelaku industri kreatif, kebijakan

ini terus dilanjutkan di masa pemerintahan Presiden Kim Dae-jung (1998-2003). Presiden Kim Dae-jung sendiri memiliki visi untuk mengembangkan ‘teknologi kebudayaan’ (*cultural technology*), yang meliputi pengembangan warisan budaya tradisional dan budaya populer, sebagai salah satu dari enam komoditas teknologi kunci Korea. Untuk maksud tersebut, dibentuklah Korea Culture and Content Agency di tahun 2001 (Shim, 2005).

Selain itu dukungan pemerintah nyata dalam inisiatif yang dilakukan oleh Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism, dengan melakukan investasi hampir 1 juta dolar bagi penyediaan pusat-pusat kebudayaan Korea di luar negeri. Di tahun 2011, kementerian ini membuka pusat kebudayaan Korea di Australia, Spanyol, Indonesia, dan Filipina. Kementerian ini juga membentuk berbagai badan untuk membantu kegiatan promosi kebudayaan Korea, termasuk promosi industri pariwisata. Integrasi antar produk industri kreatif juga ditunjukkan dengan dibangunnya kawasan wisata Nami Island, yang dipromosikan sebagai tempat pengambilan gambar serial *Winter Sonata*.

Tampak jelas bahwa pemerintah berkolaborasi dengan pelaku industri terkait untuk memajukan industri kreatif di Korea. Para pelaku industri kreatif sangat diuntungkan dengan adanya kebijakan regulatif yang bersifat melindungi para pelaku usaha, maupun kebijakan promotif yang bersifat meningkatkan promosi dan meminimalkan risiko usaha. Sementara itu, pelaku industri lain di luar industri kreatif juga merasa diuntungkan karena gelombang Korea, secara langsung maupun tak langsung, juga mempromosikan produk-produk ekspor mereka.

Seberapa jauh kebijakan dan usaha yang telah dilakukan membawa dampak bagi perekonomian Korea dan kemajuan industri kreatif mereka? Data Korean Ministry of Culture, Sports, and Tourism menyebutkan bahwa dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh industri program drama televisi dan industri kreatif Korea tidaklah kecil. Di luar pendapatannya di dalam negeri, ekspor program televisi Korea meningkat pesat dari 13 juta dolar di tahun 2000 menjadi 162 juta dolar di tahun 2007, dan selanjutnya meningkat kembali di 2010 menjadi 133 juta dolar (KOCIS, 2010). Lebih lanjut perkembangan industri K-Drama juga mempromosikan industri-industri lainnya, seperti makanan, kosmetik, *fashion*, dan produk kesehatan.

Disebutkan bahwa setiap 100 dolar kenaikan ekspor produk kreatif, menghasilkan kenaikan 412 dolar produk-produk-produk konsumen lain (Korea Times, 21 Agustus 2012). Untuk kuartal pertama 2012 saja, secara keseluruhan industri kreatif Korea telah menyumbangkan total pendapatan 14.136,4 milyar won (13 juta dolar), total ekspor 1.050,5 milyar won (1 juta dolar), dan membuka 713.761 pekerjaan.

Namun demikian, usaha dan pendekatan pemerintah Korea tersebut tidaklah bebas dari kritik. Sebagian pihak melihat ini hanyalah sebuah bentuk komodifikasi budaya untuk kepentingan-kepentingan komersial maupun strategi diplomasi internasional (Cho, 2005). Sukses besar yang diraih serial *Jewel of the Palace* dianggap mewakili pandangan ini. Serial drama dengan latar belakang sejarah dinasti Joseon ini diproduksi pada tahun 2003 dengan modal 15 juta dolar, namun mampu menghasilkan pendapatan 40 juta dolar, atau dua kali lipat lebih. Di Korea serial *Jewel of the Palace* mencapai *rating* 57 persen, tertinggi sepanjang masa. Serial ini mampu menembus pasar 120 negara di Asia, Timur Tengah, Amerika Selatan, bahkan di Amerika Utara dan Eropa, dengan mendapat sambutan yang luar biasa.

Melalui serial ini dunia memberikan pengakuan dan apresiasi yang tinggi terhadap warisan kebudayaan Korea, khususnya dalam hal tradisi kuliner dan pengobatan. Sebagai dampak ikutannya, hubungan bilateral Korea-Taiwan yang waktu itu sedang memburuk dapat dipulihkan. Selama masa penayangannya, restoran-restoran Korea menjadi amat populer di Hong Kong. Bahkan, setelah penayangannya yang keempat di Singapura, jumlah restoran Korea di negara itu menjamur enam kali lipat, yakni sebanyak 60 restoran (KOCIS, 2010).

Karenanya, terhadap pertanyaan apakah fenomena gelombang Korea ini adalah suatu proses yang alami atautkah hasil rekayasa, menurut hemat penulis, jawabannya adalah kedua-duanya. Gelombang Korea dapat dilihat sebagai suatu proses yang alami, karena ia mengikuti hukum pasar di mana proses interaksi kebudayaan berlangsung melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pasar. Tidak ada yang dapat mengarahkan pasar untuk menonton tayangan serial drama Korea di televisi setiap hari, atau menjadikan Gangnam Style sebagai video klip yang paling banyak ditonton di situs YouTube (808 juta), misalnya.

Namun di sisi lain, pencapaian industri kreatif Korea yang fenomenal tersebut jelas merupakan buah kerja keras dan kerja sama banyak pihak, utamanya pegiat industri kreatif dan pemerintah Korea. Kemampuan pegiat industri kreatif Korea dalam memproduksi dan memasarkan produk-produk kreatifnya merupakan salah satu keunggulan kunci di industri ini.

Tantangan dan inspirasi

Bagian terdahulu telah mengulas berbagai faktor-faktor yang menopang keberhasilan industri kreatif Korea, di mana K-Drama merupakan pelopor dan salah satu kontributor utamanya. Keberhasilan tersebut tidaklah diraih dalam semalam, namun merupakan buah upaya yang terencana dan berkelanjutan dari berbagai pihak selama lebih dari satu dasawarsa sejak pertengahan 1990-an. Menarik untuk mengamati apakah tren keberhasilan ini akan dapat terus dipertahankan, ataukah akan mengalami nasib seperti budaya populer lain yang memiliki daur hidup singkat.

Dibalik fakta tren keberhasilan sebuah industri kreatif, selalu ada kekhawatiran karena keberhasilan industri ini di mana pun bersifat kompleks dan sulit diprediksi. Hal ini terutama berkaitan dengan fakta lain, bahwa investasi di industri kreatif melibatkan modal yang besar. Namun demikian, komitmen pemerintah Korea untuk terus mendukung pengembangan industri ini tidaklah surut. Pihak perbankan dan Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism masing-masing telah berkomitmen untuk menginvestasikan sebesar 10 milyar won. Investasi ini bukanlah tak berdasar, karena sebenarnya secara global peluang masih terbuka lebar. Pangsa produk-produk kreatif Korea masih berada sedikit di atas 2 persen, jauh di bawah Amerika Serikat dan Jepang. Industri kreatif Korea diperkirakan akan terus bertumbuh sebesar 6 persen setiap tahunnya (Korea Times, 25 Oktober 2012).

Beberapa analis menyatakan bahwa untuk dapat terus menembus pasar besar industri kreatif di Amerika Utara, para pelaku industri kreatif Korea perlu meningkatkan kolaborasi internasional. Untuk dapat melakukannya, sebuah cara yang dipandang efektif adalah mengikuti apa yang dilakukan oleh Samsung, dengan membuka perusahaan elektroniknya di Amerika Serikat. Strategi ini efektif untuk meningkatkan kemampuan perusahaan

dalam memahami kebutuhan pasar Amerika, sekaligus meningkatkan kolaborasi antara para artis dan pekerja kreatif Korea dan rekan-rekannya di Amerika. Dengan demikian, masa depan industri Korea akan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk melakukan apa yang disebut sebagai hibriditas kebudayaan (*cultural hybridity*) di tingkat global. Sebuah perkembangan yang saat ini tengah menggejala di dunia industri kreatif.

Di sisi lain, industri kreatif Korea kiranya akan makin merambah produk-produk kebudayaan lain di luar drama televisi, film, musik pop, *games* dan konten digital. Industri kreatif Korea akan semakin intensif mengombinasikan warisan kultural dan nilai-nilai tradisional Korea ke dalam arus gelombang Korea. Ini akan meliputi internasionalisasi produk-produk kuliner, pariwisata, dan juga bahasa Korea.

Beberapa langkah strategis lain akan dilakukan, termasuk yang berkaitan dengan pelibatan komunitas internasional penggemar produk kreatif Korea, yang kebanyakan adalah kaum muda usia. Langkah strategis lainnya yang sejalan adalah dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi internet dan media sosial. Terhadap hal yang terakhir ini, Korea memiliki modal yang kuat, karena didukung oleh infrastruktur jaringan internet dan kemampuan produksi konten digital yang memadai.

Lantas, pelajaran apa yang bisa kita tarik dari kemajuan industri kreatif Korea? Tentu kita mengharapkan Kementerian Industri Kreatif dan Pariwisata, yang baru kita miliki sejak tahun 2011 lalu, mengambil beberapa kebijakan strategis terutama dalam upaya melakukan koordinasi dan membangun sinergi dengan para pelaku industri kreatif di tanah air. Hal ini dengan dilandasi dengan keyakinan bahwa kita memiliki banyak sekali warisan kekayaan budaya dan tradisi yang tersebar di seluruh wilayah nusantara. Selain itu, modal lain adalah daya kreatif sumber daya manusia kita yang sebenarnya tidak kalah unggul, namun perlu ditingkatkan supaya menjadi lebih profesional dan inovatif dalam mengelola sisi komersial dari produk-produk kreatif berbasis budaya.

Hal lain, pemerintah perlu membantu para pelaku industri kreatif dalam hal mengurangi hambatan-hambatan dan potensi risiko usaha. Contoh konkrit dari kebijakan yang diharapkan adalah penyediaan fasilitas bersama produksi industri kreatif, seperti studio dan peralatan produksi. Selanjutnya,

selain dukungan promosi, kebijakan lain dapat berupa insentif khusus bagi pelaku industri yang berminat untuk mengembangkan produk kreatif berbasis budaya khas Indonesia. Insentif ini hendaknya diterapkan dalam bentuk pinjaman investasi, di mana pada gilirannya akan menstimulasi pelaku usaha lain untuk menanamkan modalnya di industri yang amat prospektif ini.

Artikel ini dipublikasikan pada INAKOS, edisi Januari 2013.

Pengembangan Potensi UMKM Sektor Agribisnis di Jawa Timur: Studi Kasus Kampung Coklat, Kabupaten Blitar

Pemerintah Jawa Timur terus berupaya meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Berkembangnya sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Jawa Timur, utamanya di sektor agribisnis, merupakan kondisi yang harus dipertahankan. Keberadaan sektor agribisnis memiliki aspek strategis bagi proses peningkatan pertumbuhan ekonomi berbasis potensi daerah di Jawa Timur.

Agribisnis didefinisikan sebagai kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan, dan pemasaran produk-produk hasil pertanian secara luas (pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan). Rantai aktivitas ekonomi yang berbasiskan pada hasil-hasil pertanian sebagai bahan bakunya ini meliputi berbagai sektor ekonomi, utamanya sektor pertanian serta sektor industri makanan dan minuman. Peranan agribisnis dalam perekonomian suatu daerah umumnya cukup besar yang tampak dalam pembentukan aktivitas ekonomi baik di hulu maupun di hilir, peningkatan nilai tambah dan *output* domestik, peningkatan sumber-sumber pendapatan daerah, dan penyerapan tenaga kerja.

Di sisi lain permasalahan umum yang sering dihadapi dalam upaya pengembangan agribisnis di Indonesia adalah:

1. Sifat produk pertanian yang mudah rusak dan membutuhkan teknologi pengolahan, penyimpanan, pengemasan, dan transportasi yang tepat;
2. Sebagian besar produk pertanian bersifat musiman atau dipengaruhi kondisi iklim sehingga berdampak pada aspek keberlanjutan produksi;
3. Standar kualitas maupun tingkat kualitas produk-produk olahan hasil pertanian yang dihasilkan pada umumnya masih rendah, sehingga sulit bersaing baik di pasar dalam negeri maupun internasional; dan
4. Sebagian besar melibatkan pelaku usaha berskala kecil (UMKM) dengan pemanfaatan manajemen usaha dan teknologi produksi yang minim.

Pengalaman di banyak negara berkembang termasuk Indonesia menunjukkan fakta keterbelakangan dan kemiskinan di wilayah-wilayah basis pertanian dan perkebunan rakyat. Karena itu pengembangan agribisnis menjadi pilihan yang strategis dalam menanggulangi permasalahan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, terkait potensinya bagi peningkatan nilai tambah dan perluasan kesempatan kerja masyarakat. Pengembangan agribisnis yang berbasis pada masyarakat, misalnya melalui mekanisme *putting-out system*, dipandang tepat untuk menampung banyak tenaga kerja sehingga efektif dalam meningkatkan aktivitas perekonomian suatu daerah.

Pengembangan agribisnis melalui upaya modernisasi haruslah dapat meningkatkan pendapatan petani dan pelaku usaha di tiap mata rantai industri. Untuk itu rumusan konsep pengembangan potensi agribisnis di suatu daerah perlu disesuaikan dengan karakteristik dan potensi daerah tersebut, termasuk ketersediaan teknologi tepat guna. Dengan demikian diharapkan ketersediaan sumber daya dan dana yang terbatas dapat dialokasikan untuk menghasilkan *output* yang optimal, dan pada gilirannya akan berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat.

Sektor agribisnis kakao merupakan salah satu sektor agribisnis unggulan di Jawa Timur. Di antara sentra-sentra agribisnis yang berkembang, sentra agribisnis kakao yang dikelola Gabungan Kelompok Tani Kakao Guyub Santoso di Kabupaten Blitar saat ini menunjukkan kemajuan pesat. Selain mengembangkan usaha budidaya kakao, melalui pendirian unit usaha

koperasi telah dikembangkan usaha pengolahan berbagai produk olahan kakao, seperti coklat batangan, permen coklat, dan aneka minuman hingga kue coklat dengan merek “GuSant”. Bahkan koperasi tersebut juga mengembangkan kawasan Wisata Edukasi Kampung Coklat. Saat ini pemasaran produk-produk coklatnya telah merambah wilayah Surabaya, Bali, Yogyakarta, Jakarta, Batam, sementara produk biji kakao diekspor ke Malaysia, Singapura, dan Tiongkok.

A. Aspek Strategis Pengembangan UMKM Sektor Agribisnis Kakao di Jawa Timur

1. Jawa Timur sebagai Provinsi Berbasis Agribisnis

Sub-sektor perkebunan di Jawa Timur terus menunjukkan pertumbuhan produktivitas dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2014 sub sektor ini menghasilkan Rp32,96 triliun atau setara 2,14% PDRB Jawa Timur. Ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung pada kegiatan perkebunan, sub sektor ini pada tahun yang sama menyerap sebesar 3.689.268 tenaga kerja atau sekitar 9,6% jumlah penduduk Jawa Timur.

Berdasarkan data yang dihimpun Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur, luas area tanaman perkebunan di Jawa Timur pada tahun 2014 mencapai 1.025.961 Ha, atau mengalami pertumbuhan rata-rata sejak tahun 2010 sebesar 1,78%, khususnya terhadap komoditi-komoditi utama Jawa Timur. Seiring kondisi ini selama 2010-2014 produksi komoditi-komoditi utama perkebunan seperti tebu, kelapa, kopi, kakao, tembakau, jambu mete, dan cengkeh mengalami pertumbuhan rata-rata 1,88%.

Uraian kondisi potensi sub sektor perkebunan di atas menunjukkan arti penting sub sektor ini bagi Provinsi Jawa Timur. Apabila hendak dikembangkan secara optimal dalam hal penciptaan nilai tambah, diperlukan pendekatan konsep agribisnis modern yang mengintegrasikan faktor-faktor produksi terkait seperti lahan, tenaga kerja, modal, manajemen, dan teknologi ke dalam sebuah sistem rantai pasokan. Rantai pasokan tersebut menghubungkan industri pertanian di hulu, industri makanan dan minuman di hilir, maupun jaringan perdagangan serta permintaan pasar di dalam dan luar negeri.

Dalam konsep agribisnis inilah sub sektor perkebunan memiliki kaitan erat dengan pengembangan sektor UMKM di suatu daerah. Pelaku-pelaku UMKM memiliki peluang untuk terlibat dalam proses penciptaan nilai tambah di tiap mata rantai sektor agribisnis, mulai dari tahap budidaya, pengolahan produk antara, pengolahan produk jadi, maupun distribusi dari produk-produk tersebut. Bila ini dilakukan maka total *output* daerah secara keseluruhan akan meningkat. Karenanya pengembangan sub sektor perkebunan perlu terintegrasi dengan upaya pengembangan sektor UMKM.

Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Jawa Timur 2005-2025, memiliki visi menuju terwujudnya Provinsi Jawa Timur sebagai “Pusat Agribisnis Terkemuka, Berdaya Saing Global, dan Berkelanjutan”. Selanjutnya Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Jawa Timur pada periode 2014-2019 yang merupakan pembangunan jangka menengah tahap ketiga, arah pembangunan ditujukan untuk lebih memantapkan pembangunan secara menyeluruh dengan menekankan pada pencapaian daya saing perekonomian Jawa Timur dengan berlandaskan pada keunggulan sumber daya alam, sumber daya manusia berkualitas, serta kemampuan ilmu dan teknologi yang terus meningkat.

Selanjutnya mengacu pada RPJMD Jawa Timur 2014-2019 ditetapkanlah arah kebijakan dan strategi pembangunan sub sektor perkebunan di Jawa Timur. Berdasarkan Dokumen Rencana Strategis Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur 2014-2019 kebijakan pembangunan sub sektor perkebunan di Jawa Timur dibagi dalam kebijakan umum dan kebijakan teknis, sebagai berikut:

- a. Kebijakan Umum: melakukan pemberdayaan pelaku perkebunan di sektor hulu serta memperkuat sektor hilir guna meningkatkan nilai tambah dan daya saing sub sektor perkebunan. Kebijakan ini meliputi pemberian insentif, penciptaan iklim usaha yang kondusif, meningkatkan partisipasi masyarakat perkebunan, serta penerapan organisasi modern yang berlandaskan kepada penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- b. Kebijakan Teknis:
 - 1) Kebijakan peningkatan produksi dan produktivitas

- 2) Kebijakan peningkatan mutu produk perkebunan untuk meningkatkan nilai tambah
- 3) Kebijakan peningkatan pemberdayaan kelembagaan petani perkebunan

Sejalan dengan arah kebijakan di atas, strategi yang ditempuh untuk mencapai peningkatan produktivitas perkebunan adalah:

- a. Meningkatkan intensifikasi, rehabilitasi dan diversifikasi tanaman perkebunan
- b. Mengoptimalkan pengembangan perkebunan di lahan marginal
- c. Mempertahankan *existing* lahan historis perkebunan
- d. Meningkatkan sarana dan prasarana budidaya
- e. Mengoptimalkan pengendalian hama penyakit dan gangguan usaha perkebunan
- f. Meningkatkan pengawasan pemakaian dan peredaran benih perkebunan
- g. Meningkatkan ketersediaan benih perkebunan unggul dan bermutu.

Strategi guna mencapai sasaran peningkatan nilai tambah hasil produksi perkebunan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan sarana prasarana pasca panen dan pengolahan hasil perkebunan
- b. Meningkatkan kapasitas SDM dalam proses pasca panen Perkebunan

Sementara itu strategi menuju peningkatan pemberdayaan petani perkebunan meliputi:

- a. Meningkatkan pemberdayaan kelembagaan petani perkebunan secara berkelanjutan
- b. Meningkatkan Sekolah Lapang Perkebunan
- c. Meningkatkan fasilitasi kelembagaan petani perkebunan.

2. Peranan dan Perkembangan Agribisnis Kakao di Jawa Timur

Komoditi kakao (*Theobroma cacao*) merupakan salah satu komoditi unggulan sub-sektor perkebunan di Jawa Timur. Komoditi kakao Jawa Timur memberi kontribusi bagi pemenuhan kebutuhan pasar domestik maupun ekspor. Data Dinas Perkebunan Jawa Timur menunjukkan

peningkatan volume ekspor kakao Jawa Timur selama 10 tahun terakhir, dengan pertumbuhan rata-rata 23,33%. Ekspor kakao Jawa Timur pada tahun 2014 tercatat mencapai 35.873 ton. Perkembangan ini turut memberi andil bagi peningkatan pendapatan petani kakao, serta pertumbuhan sub sektor perkebunan secara keseluruhan.

Di Jawa Timur komoditi kakao ditanam baik di Perkebunan Rakyat (PR), Perkebunan Besar Negara (PTPN), maupun Perkebunan Besar Swasta (PBS). Total area perkebunan kakao di Jawa Timur pada tahun 2012 seluas 63.040 Ha, atau sekitar 5% dari total area perkebunan kakao di Indonesia. Area perkebunan kakao di Jawa Timur terbagi atas 32.010 Ha Perkebunan Rakyat, 26.487 Ha PTPN, dan 4.543 Ha PBS. Sentra-sentra Perkebunan Rakyat utamanya terdapat di Madiun, Pacitan, Trenggalek, dan Blitar, serta 18 kabupaten lain. Perkebunan Rakyat merupakan penyumbang pasokan kakao terbesar, yakni 14.730 ton pada tahun 2012 atau 57% dari total produksi kakao Jawa Timur sebesar 26.000 ton.

Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Dinas Perkebunan Jawa Timur terus melakukan berbagai upaya untuk mendorong pertumbuhan komoditi kakao seperti intensifikasi, rehabilitasi, maupun pengembangan budidaya kakao. Upaya intensifikasi dilakukan guna meningkatkan produktivitas dan kualitas kakao. Upaya rehabilitasi ditujukan untuk memperbaiki maupun mengganti tanaman kakao yang tua atau tidak produktif. Sementara itu upaya pengembangan bertujuan menumbuhkan sentra-sentra baru perkebunan kakao di Jawa Timur.

Upaya pengembangan sentra-sentra perkebunan baru kakao saat ini mengarah pada wilayah jalur selatan Jawa Timur yang dinilai memiliki tipologi agroekosistem yang cocok dengan budidaya kakao. Dinas Perkebunan Jawa Timur mencanangkan program pengembangan Sabuk Kakao (*Cacao Belt*) di sepanjang jalur selatan sejauh 634,11 kilometer, terbentang melintasi delapan kabupaten mulai dari Pacitan hingga Banyuwangi.

Upaya pengembangan tersebut sejalan dengan peningkatan minat masyarakat untuk melakukan budidaya kakao. Ini mengingat harga komoditi kakao yang relatif stabil dalam lima tahun terakhir, kakao merupakan produk komoditi yang tidak mengenal musim, budidaya kakao telah dikenal lama, serta teknik budidayanya relatif mudah. Budidaya tanaman kakao

memerlukan naungan sehingga bisa dilakukan di perkebunan rakyat yang telah ada sebelumnya.

Dibanding dengan sektor hulu yang menunjukkan peran besar perkebunan rakyat dan masyarakat di daerah, maka sektor perdagangan antara dan sektor hilir dari agribisnis kakao di Jawa Timur dijalankan oleh perusahaan besar di perkotaan. Namun demikian industri pengolahan kakao di Jawa Timur belumlah berkembang sebagaimana daerah lain. Pada tahun 2012 di antara 16 perusahaan pengolahan kakao di Indonesia, hanya terdapat 2 perusahaan yang beroperasi di Jawa Timur.

3. Potensi dan Perkembangan Agribisnis Kakao-Cokelat

Kajian International Cacao Organization menunjukkan peningkatan permintaan global atas pasar biji kakao maupun produk-produk turunannya. Di sisi lain pasokan bahan baku biji kakao, yang tergantung dari sejumlah negara penghasil utama seperti Pantai Gading, Ghana, Indonesia, Nigeria, Kamerun, dan Brasil, meski saat ini berada pada posisi surplus masih bersifat rentan dalam keberlanjutannya (Dekaindo, 2013; ICCO, 2014). Akibatnya harga kakao di pasar dunia dalam beberapa tahun terakhir cenderung tinggi. Hal ini merupakan salah satu fokus perhatian World Cacao Conference 2014 (Anga, 2015).

Sementara itu studi UNCTAD (2008) melaporkan bahwa di tingkat global telah terjadi dua perubahan struktural penting dalam karakteristik industri perdagangan dan industri pengolahan kakao. Pertama, perusahaan eksportir kakao saat ini juga memasuki industri pengolahan kakao. Kedua, perusahaan-perusahaan pengolah kakao terbesar dunia saat ini makin memperluas wilayah usaha hingga ke sektor hilir yakni industri pengolahan produk cokelat.

Perkembangan di atas mendorong perusahaan-perusahaan pemilik merek produk cokelat dunia seperti Nestle, Hershey, dan Cadbury menerapkan strategi alih daya kebutuhan biji kakao dan produk kakao olahannya pada beberapa perusahaan pemasok tertentu. Di sisi lain perusahaan-perusahaan eksportir kakao terbesar dunia seperti Barry Callebaut, Cargill, dan Archer Daniels Midland telah mengintegrasikan bisnis mereka secara vertikal hingga meliputi perdagangan biji kakao, perdagangan produk antara

kakao, maupun pengolahan produk-produk coklat industrial. Perusahaan-perusahaan yang terintegrasi ini secara aktif beroperasi dalam mata rantai pasokan kakao-cokelat global dan meningkatkan posisi mereka sebagai penyalur informasi pasar, standar produk, serta harga.

Perkembangan ini juga diikuti dengan kecenderungan integrasi horizontal dan merger di antara perusahaan-perusahaan multinasional dalam industri ini. Rantai pasokan kakao-cokelat dunia secara keseluruhan telah membentuk struktur pasar oligopoli. Sebagai dampaknya struktur oligopoli dalam rantai pasokan kakao-cokelat yang terintegrasi memiliki kecenderungan untuk membentuk perilaku kolusif di antara pelaku-pelaku usaha terkait, utamanya dalam penguasaan sumber pasokan bahan baku dan harga-harga produk di tingkat global (UNCTAD, 2008).

Memperhatikan perkembangan-perkembangan di atas World Cocoa Conference 2014 menyarankan peningkatan kerja sama rantai pasokan kakao-cokelat secara transparan melalui peran sektor publik dan swasta (*public-private partnership*). Ini dapat dicapai melalui konsep perencanaan pembangunan nasional kakao yang berkelanjutan (*national cocoa sustainable development plan*). Manfaat yang diharapkan dari inisiatif ini adalah produsen produk coklat memperoleh jaminan pasokan bahan baku, sementara petani kakao memperoleh penetapan harga yang adil dan wajar (Anga, 2015).

Indonesia merupakan produsen kakao ketiga terbesar di dunia. Penanaman komoditi kakao telah sejak lama dikenal di tanah air, yakni sejak abad ke-16. Produksi kakao di Indonesia dihasilkan dari Perkebunan Rakyat, Perkebunan Besar Negara (PTPN), maupun Perkebunan Besar Swasta (PBS). Perkebunan Rakyat memberikan sumbangan terbesar yakni sekitar 92,7 persen dari total luas perkebunan kakao di Indonesia yang pada tahun 2009 mencapai 1.592.982 Ha. Komoditi kakao merupakan sumber kehidupan bagi 1,4 juta keluarga petani, dan sumber devisa sebesar US\$ 1,053 milyar pada tahun 2012.

Jenis tanaman kakao yang diusahakan di Indonesia sebagian besar adalah jenis kakao lindak dengan sentra produksi utama adalah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Tengah. Di samping itu, juga diusahakan jenis kakao mulia oleh perkebunan besar milik negara di Jawa

Timur dan Jawa Tengah. Kakao Indonesia memiliki karakteristik unik yaitu *melting point* yang tinggi sehingga produk cokelatinya tidak meleleh pada suhu ruangan. Selain itu kakao Indonesia memiliki cita rasa *fruity* yang sangat cocok untuk *aroma blending*, serta memiliki kandungan asam lemak bebas yang rendah.

Produk-produk kakao Indonesia meliputi biji kakao, *liquor* kakao, mentega kakao, dan bubuk kakao. Biji kakao (*cocoa bean*) tergolong produk hulu, sementara bubuk kakao (*cocoa powder*), *liquor* kakao (*cocoa liquor*), serta mentega kakao (*cocoa butter*) merupakan produk antara yang digunakan sebagai bahan baku industri hilir seperti cokelat makanan, permen cokelat, atau susu cokelat. Di antara produk-produk tersebut mentega kakao, yang merupakan lemak hasil ekstraksi *liquor* kakao, memiliki harga paling mahal. Mentega kakao selain digunakan sebagai campuran pembuatan permen cokelat juga dipakai sebagai bahan baku produk kosmetik seperti lipstik.

Sekitar 80% produksi kakao Indonesia selama ini diperuntukkan untuk pasar ekspor. Kondisi ini terutama terjadi karena petani kakao yang sebagian besar merupakan petani rakyat lebih memilih menjual produknya kepada eksportir sesuai harganya yang lebih tinggi. Namun demikian, biji kakao yang diekspor sebagian besar merupakan jenis kakao non-fermentasi. Baru sekitar 10% dari jumlah produksi kakao yang melalui proses fermentasi. Akibatnya harga biji kakao Indonesia di pasar internasional tergolong rendah.

Walaupun merupakan produsen ketiga terbesar di dunia, petani kakao Indonesia sebenarnya mempunyai posisi tawar yang lemah. Sebagaimana diketahui salah satu permasalahan dalam tata niaga kakao di Indonesia adalah adanya konsentrasi pedagang pengumpul kakao. Akibatnya pedagang pengumpul memiliki posisi tawar tinggi dalam penentuan harga (KPPU, 2009). Di samping itu juga disebabkan karena kurangnya penguasaan petani terhadap informasi pasar dan pengetahuan akan kualitas produk.

Kondisi di atas diperparah dengan adanya sistem perdagangan yang mendistorsi hubungan antara sektor pertanian dan sektor pengolahan. Dalam kasus industri kakao kendala muncul akibat panjangnya rantai perdagangan yang dilalui komoditas kakao. Kebijakan pemerintah seringkali berada

dalam dilema antara memperkuat sektor pertanian atau mendukung hilirisasi ke sektor industri pengolahan. Malah terjadi produk kebijakan yang dikeluarkan hanya memperhatikan kepentingan sektor perdagangan (KPPU, 2009).

Sebagai contoh Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 11 Tahun 1996 tentang Kegiatan Perusahaan Penanaman Modal Asing di Bidang Ekspor dan Impor yang memperbolehkan masuknya perusahaan-perusahaan eksportir PMA. Dengan adanya ketentuan ini eksportir PMA dapat langsung melakukan pembelian biji kakao dari petani, melalui perantara pedagang pengumpul. Dengan cara ini eksportir PMA berhasil menguasai pasar kakao melalui penawaran harga dan *terms and conditions* yang menarik. Akibatnya sektor industri pengolahan produk kakao-cokelat dalam negeri mengalami kekurangan pasokan bahan baku.

Selanjutnya baru pada akhir tahun 2010 terbit kebijakan-kebijakan yang mendukung industri pengolahan kakao dalam negeri. Kebijakan tersebut meliputi dihapuskannya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10% untuk perdagangan biji kakao dalam negeri, serta diterapkannya kebijakan Pajak Ekspor (Bea Keluar). Penghapusan PPN tersebut dimaksudkan untuk memperlancar pasokan biji kakao bagi industri pengolahan kakao dalam negeri. Sedangkan kebijakan pengenaan Bea Keluar yang bersifat progresif ditujukan untuk menghambat arus ekspor biji kakao (Syadullah, 2012).

Sebelum penghapusan PPN, kinerja industri pengolahan kakao dalam negeri hanya mencapai 50% (110 ton/tahun), namun setelah diberlakukan peraturan baru tersebut kinerjanya meningkat menjadi 80% dari kapasitas. Sejalan dengan perkembangan ini tercatat ekspor produk olahan kakao pada tahun 2012 meningkat sebesar 188.500 ton, melonjak 29,48% dibanding ekspor tahun 2011 sebesar 145.700 ton. Ekspor produk olahan tersebut berkontribusi 55% terhadap total ekspor kakao.

Investasi di industri pengolahan kakao pun terus bertumbuh. Perusahaan pengolahan kakao dan cokelat di Indonesia saat ini beroperasi sebanyak 16 perusahaan dengan kapasitas terpakai 400.000 ton. Di tahun 2016 diproyeksikan perusahaan pengolahan kakao bertambah menjadi 19 perusahaan dengan total kapasitas 700.000 ton.

Persoalan-persoalan dalam industri kakao sebagaimana digambarkan di atas, kerap menggambarkan persoalan umum pengembangan agribisnis Indonesia. Persoalan muncul ketika sektor agribisnis yang karakteristiknya terintegrasi antara sektor pertanian (industri hulu) dan sektor industri pengolahan makanan-minuman (industri hilir) dikembangkan secara terpisah. Akibat situasi ini, sektor pertanian cenderung berproduksi secara tidak efisien karena dikembangkan secara tradisional dan tidak berorientasi pada kebutuhan pasar. Di sisi lain sektor industri pengolahan cenderung tidak dapat berkembang optimal, tanpa dukungan kepastian pasokan bahan baku.

Mencermati kompleksitas permasalahan di atas, ke depan sangat dibutuhkan kerja sama seluruh pemegang kepentingan di sektor agribisnis ini. Salah satu yang memegang peranan penting adalah Dewan Kakao Indonesia (Dekaindo) yang berdiri pada tahun 2007. Dekaindo didirikan oleh Asosiasi Kakao Indonesia (ASKINDO), Asosiasi Pengusaha Industri Kakao dan Cokelat Indonesia (APIKCI), Asosiasi Petani Kakao Indonesia (APKAI), Asosiasi Industri Kakao Indonesia (AIKI) dan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (PUSLITKOKA).

Kehadiran Dekaindo bertujuan untuk: (1) membangun sinergi antar asosiasi dan lembaga yang terkait dengan komoditas kakao dalam rangka mengembangkan agribisnis kakao Indonesia agar berdaya saing tinggi, menguntungkan, berkerakyatan dan berkelanjutan; (2) membangun komunikasi dan konsultasi dengan pemerintah dalam rangka memberi saran, pertimbangan dan tanggapan atas kebijakan-kebijakan pemerintah yang terkait dengan pengembangan agribisnis kakao; (3) menjalin kerja sama dan koordinasi dengan organisasi/lembaga lainnya baik di dalam maupun di luar negeri yang terkait dengan pengembangan agribisnis kakao.

Di sisi lain pemerintah diharapkan menyusun kebijakan yang menyentuh ketiga aspek persoalan agribisnis sekaligus, baik di sektor pertanian, sektor perdagangan, maupun sektor industri pengolahan. Artinya pemerintah perlu mendorong terciptanya harga yang menarik di tingkat petani, namun dengan memberikan dukungan bagi industri pengolahan domestik untuk melakukan pembelian pada harga yang kompetitif.

Kebijakan yang menonjol dalam rangka membangun agribisnis kakao Indonesia diawali dari pembangunan di sektor hulu melalui upaya peningkatan produktivitas dan mutu kakao. Kebijakan ini bertujuan meningkatkan pendapatan petani sekaligus memenuhi kebutuhan bahan baku yang berkualitas dan berkesinambungan dalam mendukung hilirisasi kakao. Implementasi kebijakan ini berupa program Gerakan Nasional Kakao (Gernas Kakao) yang dimulai sejak tahun 2009 (Dekaindo, 2013). Termasuk dalam kebijakan ini adalah Peraturan Menteri Pertanian Nomor 67/Permentan/OT.140/5/2014 tentang Persyaratan Mutu dan Pemasaran Biji Kakao (Dekaindo, 2015) dan regulasi tentang Sistem Kakao Berkelanjutan Indonesia (Indonesian Sustainability for Cocoa, ISCocoa).

Sementara itu kebijakan di sektor hilir meliputi Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 113/MIND/PER/10/2009 tentang Road Map Pengembangan Kluster Industri Kakao, Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 157/M-IND/PER/5/2009 tentang pemberlakuan SNI Kakao Bubuk secara wajib, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 67 tahun 2010 tentang Penetapan Barang Ekspor yang dikenakan Bea Keluar dan Tarif Bea Keluar.

Selain itu terdapat rancangan kebijakan Sistem Sertifikasi Kakao Indonesia Berkelanjutan (Indonesian Sustainability for Cocoa/ISCocoa) yang menggunakan pendekatan berbasis risiko untuk melakukan perbaikan secara berkesinambungan terhadap produktivitas serta kualitas produk kakao Indonesia, sesuai standar nasional dan internasional yang berlaku. Tujuan sertifikasi tersebut adalah meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditas kakao, meningkatkan produksi, produktivitas, dan mutu kakao, meminimalisasi kerusakan lingkungan, meminimalisasi dampak negatif terhadap kondisi sosial, menegakkan sarana perdagangan yang berkeadilan.

B. Studi Kasus Agribisnis Kakao di Kabupaten Blitar

Meskipun volume produksi biji kakao Kabupaten Blitar terbilang kecil dibanding daerah penghasil utama kakao seperti Sulawesi, namun sistem produksi dan manajemen usaha yang diterapkan petani kakao Blitar jauh lebih maju. Petani kakao Blitar yang tergabung dalam Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Guyub Santoso saat ini menjadi tolok ukur Gapoktan Kakao di seluruh Indonesia.

Gapoktan Guyub Santoso didirikan pada tanggal 1 Januari 2005, beralamat di Jl. Banteng Blorok Nomor 18, Desa Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Keanggotaannya meliputi 26 Kelompok Tani di Kabupaten Blitar dan 78 Gapoktan lain di Jawa Timur, yang menghimpun sebanyak 4.240 petani Kabupaten Blitar serta 17.774 petani dari luar Kabupaten Blitar. Saat ini kuota pembelian biji kakao kering oleh Gapoktan mencapai 343,2 ton per bulan atau rata-rata 11,4 ton per hari. Produktivitas Gapoktan ini didukung oleh lahan produktif seluas 17.415 Ha, yang terdiri dari 2.544 Ha di Kabupaten Blitar dan 14.871 Ha di luar Kabupaten Blitar.

Terdapat beberapa bidang usaha yang dikerjakan oleh Gapoktan Guyub Santoso mulai pembibitan kakao, pemasaran biji kakao kering, pengolahan coklat siap saji, hingga wisata edukasi “Kampung Coklat”. Rencana jangka panjang meliputi pendirian pabrik pengolahan *liquor* coklat dengan kualitas standar. Ragam usaha dan kegiatannya dapat diakses melalui situs <http://www.pasarkakaojatim.com>. Penjualan mereka saat ini 60% ke pasar ekspor, sedangkan 40% sisanya dijual ke industri pengolahan kakao dalam negeri termasuk yang diolah sendiri. Saat ini Koperasi Guyub Santoso mampu mengeksport produksi biji kakao keringnya, utamanya ke Malaysia dan Singapura. Dalam menjalankan usahanya Gapoktan memiliki tiga unit usaha, yakni: Koperasi Serba Usaha “Guyub Santoso”, CV. “Guyub Santoso”, dan UD. “Guyub Santoso”. Sejumlah 214 karyawan bekerja di unit-unit usaha tersebut.

Gapoktan Guyub Santoso memiliki prinsip-prinsip usaha yang disebut Prinsip Dasar Manajemen GS (PDMGS): “Sukses Gapoktan, Sukses Petani, Sukses Indonesia”. Adapun dalam menjalankan perdagangan kakao sistem kerja yang diterapkan menganut prinsip-prinsip: transparansi harga, investasi bersama, penguatan jaringan, pembinaan intensif. Berikut adalah susunan Pengurus Gapoktan Guyub Santoso:

Ketua: Kholid Mustofa

1. Perdagangan dan Ekspor: Syahru Munir
2. Pembinaan dan Konsultasi: Samsul Muarifin
3. Permodalan dan Investasi: H. Arif Zamroni
4. Gudang dan Pengolahan: Kamsun

5. Pembibitan dan Distribusi: Hariyoso

Gapoktan Guyub Santoso merupakan kelompok usaha tani yang mengawali pengelolaan kemitraan usaha perdagangan kakao secara transparan. Para petani yang tergabung dalam Gapoktan diajarkan cara memantau harga biji kakao kering dunia melalui situs perdagangan komoditi kakao internasional <http://www.bloomberg.com>. Sehingga harga pembelian di tingkat petani sama dengan harga komoditi di pasar internasional, setelah dipotong biaya pajak dan distribusi. Jika harga biji kakao kering mengalami penurunan, Gapoktan melalui unit usaha koperasinya akan menahan sementara penjualan biji kakao kering ke perusahaan ataupun pembeli di luar negeri yang sudah bekerja sama. Namun, hasil panen petani tetap dibeli dan ditampung oleh koperasi sehingga petani tetap memperoleh uang untuk modal biaya saprodi (tenaga kerja, pupuk, pestisida, dan bibit) serta pemeliharaan tanaman kakao selanjutnya.

Melalui pola kemitraan dalam Gapoktan, para petani kakao Jawa Timur berhasil memperkuat posisi tawarnya. Lewat pola kemitraan ini, rantai perdagangan menjadi lebih pendek karena langsung berhubungan dengan pembeli di luar negeri ataupun pabrik pengolahan kakao dalam negeri. Sebagai hasilnya, para petani dapat menikmati harga pembelian yang adil dan wajar (*fair price, fair trade*). Hal ini penting mengingat struktur pasar komoditi kakao internasional yang cenderung dikuasai oleh sejumlah perusahaan multinasional.

Sejak 2013 Koperasi Guyub Santoso (KGS) telah memproduksi produk cokelat siap konsumsi dari berbagai jenis. Staf *chef* khusus yang berpengalaman dipekerjakan untuk mengolah biji kakao menjadi berbagai panganan cokelat populer, seperti cokelat batangan, cokelat bubuk, permen cokelat, aneka minuman, hingga kue *brownies* cokelat. Produk-produk cokelat tersebut diproduksi dengan merek “GuSant”, yang merupakan kependekan dari Guyub Santoso. Produk cokelat GuSant dikenal memiliki cita rasa khas dan tersedia dalam 12 varian rasa. Pemasarannya sudah menjangkau Surabaya, Solo, dan Yogyakarta.

Untuk mendukung kegiatan produksi produk-produk olahan cokelat tersebut KGS telah digunakan mesin pengolah cokelat sendiri. Mesin yang digunakan sebenarnya belum termasuk skala industri, melainkan mesin skala

laboratorium. Namun mengingat kebutuhan volume produksi yang ada saat ini dan di sisi lain besarnya biaya investasi mesin yang dibutuhkan, mesin skala laboratorium tersebut dipandang cukup memadai. Sebagai ilustrasi investasi mesin pengolah coklat buatan Eropa membutuhkan biaya Rp1,2 M, sedangkan bila menggunakan mesin buatan Tiongkok membutuhkan biaya investasi sebesar Rp275 juta.

Tidak puas dengan keberhasilan tersebut, KGS juga mendirikan usaha yang masih terkait dengan pengolahan produk kakao, yakni dalam bentuk wisata edukasi budidaya kakao “Kampung Coklat”. Berlokasi di Desa Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar, Kampung Coklat adalah wisata edukasi yang menyediakan beberapa media pembelajaran mulai dari budidaya kakao, proses panen, hingga pengolahan pasca panen. Lewat program Cooking Class misalnya, dapat dipelajari proses pengolahan berbagai segmentasi produk coklat, termasuk proses mencetak dan menghias produk coklat. Setidaknya terdapat kunjungan dari 1.000 pengunjung per hari, bahkan dapat mencapai 3.000 orang pada hari libur. Puluhan kilo coklat dan produk olahannya setiap hari dibeli pengunjung untuk dinikmati di tempat maupun dibawa sebagai oleh-oleh.

Lewat unit usahanya Gapoktan Guyub Santoso telah melakukan strategi integrasi vertikal ke sektor hilir, dengan memproduksi produk-produk olahan coklat siap konsumsi. Walaupun dalam skala usaha yang masih terbatas, hal ini merupakan terobosan yang strategis. Melalui strategi ini Gapoktan menambah portofolio usaha sehingga dapat menjadi alternatif sumber pendapatan ketika harga biji kakao di pasar dunia turun. Langkah ini juga jarang ditempuh oleh pelaku agribisnis lain yang umumnya tersegmentasi di sektor hulu atau di sektor hilir.

Ke depan, sesuai rencana jangka panjangnya Gapoktan Guyub Santoso berencana untuk memproduksi produk antara *liquor* kakao yang bernilai tambah tinggi. Rencana mendirikan pabrik *liquor* kakao dengan kapasitas 1,800 ton per tahun atau 5 ton per hari ini akan merupakan investasi usaha yang penting. Tidak saja menambah sumber pendapatan bagi Gapoktan, namun akan memberikan nilai tambah yang meningkat dibanding usaha perdagangan biji kakao. Sebagai gambaran petani lokal hanya menerima 6,6% nilai tambah, dibanding industri pengolah produk antara dan produsen

akhir yang menikmati antara 7,6% sampai 35,2% dari total nilai tambah (Anga, 2015). Bertumbuhnya industri pengolahan produk olahan cokelat di dalam negeri diharapkan dapat menyerap produk *liquor* kakao yang dihasilkan. Namun demikian tentunya investasi ini akan membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit.

Gapoktan Guyub Santoso juga terus menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Hal ini dilakukan untuk menunjang pengembangan usaha-usaha yang ada. Sebagai contoh, selain kerja sama dengan industri pengolah kakao-cokelat di dalam negeri seperti Ceres dan Cargill, PT. Puspa Agro yang merupakan BUMD milik Pemerintah Provinsi Jawa Timur saat ini juga tertarik untuk bekerja sama. Puspa Agro berencana membeli produk biji kakao kering dari koperasi sebagai bahan baku pabrik cokelat modern di area Puspa Agro. Diharapkan lewat kerja sama ini biji kakao petani dapat lebih banyak terserap dengan harga yang tinggi dan stabil.

Di luar keberhasilan dan upaya terobosan yang dilakukan terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh Gapoktan Guyub Santoso dalam pengembangan usaha agribisnis kakao. Di antaranya adalah masalah menjaga keberlangsungan produksi dan standar kualitas biji kakao yang dihasilkan. Masalah lain adalah permodalan, misalnya untuk meningkatkan skala produksi produk-produk olahan cokelat yang ada ataupun untuk mendukung rencana investasi pabrik *liquor* kakao. Selain itu, kualitas produk-produk cokelat olahan masih perlu terus ditingkatkan. Demikian pula dari sisi manajemen pemasaran, khususnya kemasan dan strategi *branding*.

Bila ditinjau lebih dalam, kendala-kendala tersebut tergolong masalah klasik yang umum dialami UMKM sektor agribisnis. Dalam hal ini diharapkan Gapoktan Guyub Santoso dapat memperluas kerja sama dengan berbagai pihak termasuk instansi pemerintah misalnya Dinas Perkebunan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UMKM, maupun pihak asosiasi industri dan pelaku usaha lain. Dengan demikian kemudahan akses bantuan teknis lain maupun bantuan permodalan dapat diperoleh.

Kegiatan agribisnis kakao yang dikelola Gapoktan Guyub Santoso ikut memberi kontribusi bagi penguatan potensi-potensi ekonomi yang dimiliki Kabupaten Blitar. Sebesar 45,54% PDRB 2014 Kabupaten Blitar berasal dari sektor pertanian. Berdasarkan penggunaan lahan, sektor

pertanian Kabupaten Blitar terdiri dari 9,96% sawah dan 80,04% bukan sawah. Kabupaten Blitar sendiri mencanangkan diri sebagai kawasan agropolitan melalui program Putri Kencana dan produk-produk unggulan UMKM seperti Manggar Sari (produk olahan kelapa), Sari Raos (produk makanan olahan), serta Java Atsiri (produk atsiri).

Kontribusi Gapoktan Guyub Santoso tampak dalam bentuk peningkatan *output* daerah, pendapatan daerah, maupun penyerapan tenaga kerja lokal. Gapoktan Guyub Santoso juga dipandang berhasil dalam melakukan pengorganisasian dan pemberdayaan terhadap potensi petani kakao di Kabupaten Blitar, bahkan hingga menjangkau luar daerah.

Satu hal yang tidak terlihat dalam studi kasus adalah pengembangan pola produksi yang mengarah pada *putting-out system*, yakni pelibatan warga masyarakat sekitar dalam sistem produksi produk cokelat di rumah-rumah. Penerapan *putting-out system* diharapkan memberikan *spread-effect* yang luas bagi masyarakat setempat. Dalam studi kasus ini, permasalahan terkait dengan sifat produksi produk olahan cokelat yang membutuhkan kondisi dan perlakuan khusus dan terstandarisasi baik. Namun demikian terhadap produk-produk sampingan (*by product*) yang tidak memerlukan perlakuan dan standar yang tinggi, pola *putting-out system* dapat dipertimbangkan.

C. Penutup

Jawa Timur sebagai provinsi berbasis agribisnis mengarah pada penguatan daya saing perekonomian yang berlandaskan pada keunggulan sumber daya alam, kualitas sumber daya manusia, serta peningkatan penguasaan ilmu dan teknologi. Dalam konteks ini diperlukan strategi pengembangan sentra-sentra produk agribisnis unggulan yang mantap. Ini terkait berbagai kendala-kendala utama yang dihadapi, seperti: (1) lemahnya kemampuan kelembagaan petani dan pelaku agribisnis di daerah, (2) keterbatasan penguasaan modal, manajemen usaha, dan teknologi, (3) rendahnya akses terhadap peluang-peluang usaha yang ada, dan (4) ancaman keberlangsungan produksi.

Berdasarkan faktor-faktor kendala di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan sentra produk agribisnis unggulan harus terkait dengan strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat di daerah-daerah basis

pertanian. Dalam kaitan tersebut, model kelembagaan dan pengembangan usaha yang dilakukan Gapoktan Guyub Santoso dapat menjadi salah satu tolok ukur (*benchmark*) bagi pengembangan sektor-sektor agribisnis lain di Jawa Timur. Utamanya terhadap produk komoditi unggulan yang tergolong komoditi bebas seperti kelapa, kopi, tembakau, jambu mete, dan cengkeh.

Sebagaimana ditunjukkan dalam studi kasus di atas, pengembangan aspek kelembagaan merupakan salah satu faktor utama dalam upaya pemberdayaan potensi petani di daerah. Penguatan aspek kelembagaan dan kemandirian petani dalam bentuk Kelompok Tani ataupun Koperasi Pertanian sangat penting karena merupakan basis kekuatan petani untuk menghindarkan diri dari dominasi pihak luar maupun praktik sistem ijon. Ini akan memungkinkan petani-petani di daerah untuk memperoleh harga yang adil dan wajar, sekaligus mendorong mereka berinteraksi langsung dengan pasar, serta lembaga-lembaga lain seperti lembaga keuangan.

Pemerintah perlu memberikan apresiasi terhadap praktik-praktik agribisnis yang mendorong terciptanya harga yang adil dan wajar bagi para petani. Ini terutama berlaku bagi komoditi-komoditi yang diperdagangkan secara global, di mana pembentukan harganya menganut mekanisme pasar, yakni *supply-demand* di pasar global. Dalam hal tersebut, aspek posisi tawar petani dan transparansi harga merupakan faktor yang menentukan.

Selanjutnya pemerintah perlu mendorong upaya penciptaan nilai tambah melalui hilirisasi produk-produk komoditas agribisnis unggulan. Dalam hal ini dibutuhkan pendekatan kebijakan yang terintegrasi dan bersifat lintas sektoral, baik sektor pertanian, sektor perdagangan, maupun sektor industri makanan-minuman. Lebih lanjut, dalam studi kasus di atas juga ditunjukkan keberhasilan pelaku usaha UMKM di daerah dalam menerapkan strategi hilirisasi melalui integrasi vertikal, walau dalam skala yang masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa upaya hilirisasi sektor agribisnis tidak hanya dapat dilakukan pelaku industri besar di perkotaan. Di banyak negara maju hilirisasi sektor agribisnis dilakukan di daerah-daerah basis pertanian.

Lebih lanjut guna menjaga keberlangsungan usaha yang ada serta di sisi lain mengoptimalkan seluruh potensi agribisnis yang ada, maka strategi dan kebijakan pemerintah daerah dapat mengadopsi pola pendekatan yang

bersifat kewilayahan, atau dikenal dengan konsep agropolitan. Konsep agropolitan memperhatikan aspek-aspek pengembangan wilayah yang terintegrasi dengan potensi ekonomi, kondisi ekologi, struktur sosial, dan kemampuan teknologi. Konsep agropolitan juga dimaksudkan untuk menjawab permasalahan ketimpangan pembangunan antara wilayah perkotaan sebagai pusat kegiatan ekonomi dengan wilayah perdesaan sebagai basis pertanian (Wardhono, tt).

Di luar itu pemerintah daerah perlu menghimpun dan berkoordinasi dengan para pemegang kepentingan terkait di tiap sektor agribisnis. Dalam hal ini beberapa pihak yang perlu dilibatkan adalah Kelompok Tani, Koperasi Pertanian, pelaku UMKM, asosiasi industri, maupun Dinas Perkebunan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta pihak Pemerintah Kabupaten/Kota. Melalui forum koordinasi ini intervensi kebijakan yang diperlukan dalam rangka pengembangan sektor-sektor agribisnis di daerah dapat dirumuskan dengan baik.

Khusus terkait pengembangan sektor agribisnis kakao, Pemerintah Provinsi Jawa Timur perlu mendukung Gerakan Nasional Kakao (Gernas Kakao) menuju Sistem Kakao Berkelanjutan Indonesia (Indonesian Sustainable Cocoa, ISCocoa) yang telah dicanangkan sejak 2009. Pemerintah daerah dan para pemangku kepentingan lainnya diharapkan membantu upaya pemeliharaan kebun-kebun kakao yang telah direhabilitasi lewat program Gernas Kakao (Dekaindo, 2013).

Pengembangan sektor agribisnis kakao dapat menerapkan Model Kawasan Agribisnis Kakao, melalui pengembangan infrastruktur dan ekosistem yang memungkinkan berkembangnya agropolitan kakao di Jawa Timur. Model kawasan agribisnis ini bertujuan mengintegrasikan aspek *on-farm* hingga *off-farm*. Ini tentunya sejalan dengan Program Sabuk Kakao di jalur selatan Jawa Timur yang digagas Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur.

Selain itu pemerintah daerah melalui dinas terkait juga diharapkan mendukung program nasional Sistem Sertifikasi Kakao Indonesia, melalui bantuan teknis dan program fasilitasi sertifikasi. Ini memiliki aspek strategis untuk menjaga keberlangsungan sektor agribisnis kakao di Jawa Timur. Sebagaimana diketahui saat ini berkembang permintaan pasar global

terhadap sertifikasi produk kakao, yang merupakan hal baru bagi para petani. Kebanyakan petani juga belum memahami tujuan manfaat sertifikasi. Selain itu program sertifikasi ini menambah beban biaya bagi petani (Dekaindo, 2013).

Pemerintah daerah melalui dinas terkait juga dapat mengambil peran dalam mendukung kegiatan promosi maupun *branding* dari produk-produk coklat dari Jawa Timur, yang banyak dikerjakan oleh pelaku usaha Koperasi dan UMKM. Misalnya, dengan memasukkan agenda Kakao Day setiap tanggal 16 September dalam *calendar event* Jawa Timur. Diharapkan pasar domestik di dalam maupun luar Jawa Timur dapat makin mengenal dan menikmati keunggulan produk-produk coklat Jawa Timur.

Terhadap inisiatif-inisiatif di atas, program-program kerja Dinas Koperasi dan UMKM diharapkan dapat memberikan dukungan. Program-program tersebut termasuk Program Peningkatan Manajemen Usaha Koperasi Perkebunan, serta Program Fasilitasi Pengembangan Produk dan Promosi Usaha Koperasi dan UMKM. Selain itu juga terdapat program kerja seperti Program Fasilitasi Sarana Promosi dan Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM, dan Program Promosi Produk UMKM melalui Pameran Dalam dan Luar Negeri.

Ditulis berdasarkan survei lapangan bersama tim Dewan Riset Daerah Provinsi Jawa Timur pada 3 Desember 2015.

Industri Kreatif, Lahan Subur Kaum Milenial di Era Ekonomi Gig

Lisa Russel, tinggal di New York, sejak kecil bercita-cita menjadi dokter. Namun perjalanan membawanya menjadi sineas hingga meraih Emmy Awards. Dalam lamannya (www.lisa-russell-films.squarespace.com), ia menyebut diri sebagai *filmmaker*, *storyteller*, *artist curator*, serta pembicara isu-isu keadilan sosial. Lisa menerjuni industri film secara otodidak. Pertemuannya dengan bidang profesi kreatif bermula pada 1999, melalui sebuah proyek film dokumenter.

Kisah di atas menggambarkan pergeseran konsep tentang profesi di antara generasi milenial. Dulu, dunia profesi mengacu pada sektor-sektor ekonomi konvensional seperti pertanian, manufaktur, perdagangan, ataupun jasa. Hubungan kerja umumnya bersifat tetap dan dilakukan di gedung perkantoran atau pabrik. Waktu kerja pun teratur. Lima hari kerja, delapan jam sehari. Namun kini muncul profesi-profesi baru di mana orang bisa bekerja di mana saja. Di rumah atau di kafe. Di kantor sendiri atau beramai-ramai di *co-working space*. Waktu kerjanya bebas ditentukan sendiri. Bahkan bisa sambil berlibur di Banyuwangi, kalau perlu. Tidak perlu berjas dan berdasi, cukup *t-shirt*. Inilah gejala perubahan global di era ekonomi gig (*gig economy*).

Dalam ekonomi gig, jenis pekerjaan bersifat *project-based* yang sangat spesifik untuk dikerjakan dalam kurun waktu tertentu. Istilah '*gig*' sendiri secara harafiah berarti suatu pekerjaan singkat. '*Writing gig*', misalnya, berarti pekerjaan penulisan pendek. Sifat hubungan kerja pun fleksibel.

Namun jenis pekerjaan yang ditawarkan membutuhkan pengetahuan dan keahlian khusus, semacam *copy writing*, *animation*, *programming*, *film editing*, *graphic design*, *mock-up*, *digital marketing*, *social media marketing*, dan masih banyak lagi.

Daya tarik ekonomi gig bagi kaum milenial terletak pada peluang kerja dan penghasilan yang tanpa batas, beserta segala fleksibilitasnya. Tawaran pekerjaan pun banyak diperoleh dari situs-situs *online* seperti Freelancer dan Sribulancer, atau jejaring komunitas. Inilah salah satu buah dari perkembangan teknologi informasi digital yang memungkinkan seseorang bekerja secara fleksibel dan *mobile*.

Selain kemajuan teknologi informasi digital, pendorong lahirnya ekonomi gig tidak lain adalah berkembangnya ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dijelaskan sebagai penciptaan nilai tambah ekonomi yang berbasis pada ide-ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Menparekraf, 2014). Ini mencakup 16 subsektor, yakni: Aplikasi dan Game Developer; Arsitektur; Desain Interior; Desain Komunikasi Visual; Desain Produk; Fesyen; Film, Animasi & Video; Fotografi; Kriya; Kuliner; Musik; Penerbitan; Periklanan; Seni Pertunjukan; Seni Rupa; serta Televisi dan Radio. Dari sinilah kemudian muncul bidang-bidang profesi baru yang menarik talenta generasi milenial.

Ekonomi kreatif mulai dikenal luas lewat publikasi buku *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* yang ditulis oleh John Howkins pada tahun 2001. Howkins ketika itu mengamati munculnya gelombang ekonomi baru yang melanda Amerika Serikat, di mana bercirikan pada aktivitas ekonomi yang berbasis kreativitas bernilai jual tinggi. Pada tahun 1997 saja, sektor ekonomi kreatif Amerika Serikat menghasilkan tidak kurang dari USD414 miliar.

Ekonomi kreatif yang kokoh tidak lepas dari keberadaan ekosistem yang kondusif. Dalam kaitan ini muncullah gagasan akan kota kreatif (*smart city*). Gagasan ini pertama kali diutarakan Richard Florida dalam bukunya *The Rise of Creative Class* (2002) dan *Cities and the Creative Class* (2005). Richard mengajukan dua argumen. Pertama, pertumbuhan ekonomi di masa depan amat didorong oleh inovasi-inovasi yang dilahirkan oleh para pekerja kreatif (*creative class*). Kedua, kota kreatif menjadi magnet bagi pekerja kreatif untuk tinggal dan berkarya.

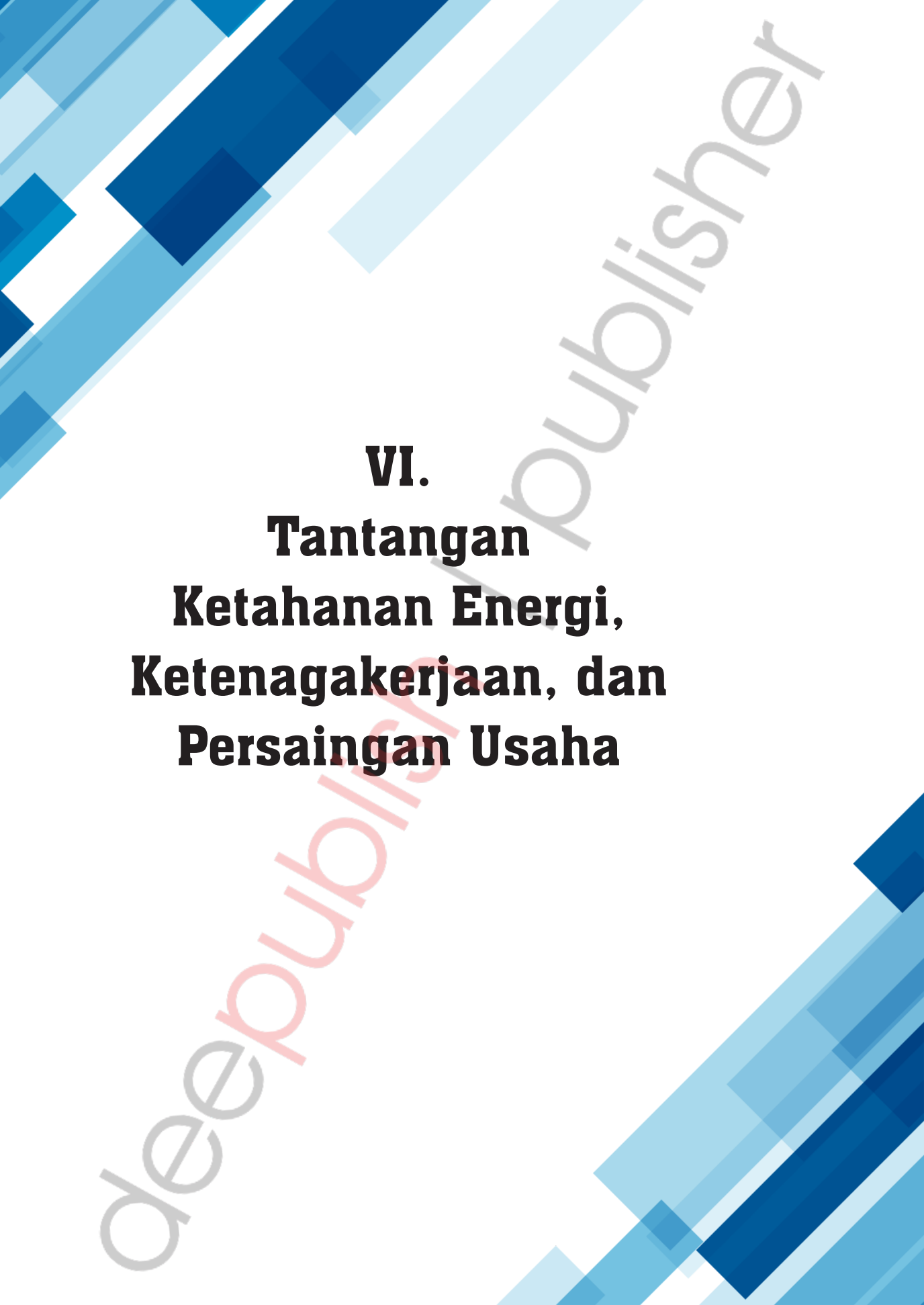
Mengacu pada Richard Florida, kemampuan suatu kota untuk menarik pekerja-pekerja kreatif untuk tinggal, berinteraksi, dan berkarya akan mengakselerasi dan memperbesar produktivitas perekonomian kota tersebut. Karenanya sejak tahun 2004, UNESCO meluncurkan program Creative City Network (CCN) dengan misi membentuk kerja sama internasional antara kota-kota yang menempatkan kreativitas sebagai faktor strategis bagi pembangunan berkelanjutan dengan melibatkan pemerintah, swasta, organisasi profesional, komunitas, maupun institusi budaya.

Di negara kita, perkembangan ekonomi kreatif terus menunjukkan peningkatan. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dalam empat tahun terakhir tercatat tumbuh rata-rata 9 persen, di mana subsektor Kuliner, Kriya, dan Fesyen merupakan kontributor terbesar. Pada tahun 2018 sumbangan sektor ekonomi kreatif terhadap PDB diperkirakan menembus angka Rp1.105 triliun dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi 17,43 juta orang (Bekraf, 2018). Perkembangan ini tentunya membuka peluang kerja baru yang amat luas bagi generasi milenial.

Potensi daya saing ekonomi kreatif Indonesia tidak lepas dari keunikan faktor-faktor alam seperti cuaca dan keragaman hayati, maupun kekayaan warisan budaya dan sejarah yang dimiliki. Pada subsektor kriya, misalnya, Indonesia mempunyai potensi untuk menawarkan gaya hidup yang diinspirasi kearifan lokal yang berselera global. Saat ini, subsektor kriya memberi kontribusi PDB, ekspor, serta tenaga kerja nomor dua terbesar bagi ekonomi kreatif nasional. Bila potensi ini ditunjang oleh kemampuan sumber daya manusia kreatif serta penguasaan teknologi digital, tentunya akan melahirkan produk-produk ekonomi kreatif yang bernilai tambah tinggi di pasar global.

Di era ekonomi gig, penguasaan keterampilan yang dipadu dengan daya kreativitas akan menghasilkan peluang-peluang kerja baru di industri kreatif yang terus bertumbuh. Karena itu tidaklah diragukan lagi industri kreatif merupakan lahan subur bagi generasi milenial. Peluangnya pun terbuka luas secara global. Presiden Joko Widodo bahkan pernah menyatakan, “Kalau ingin bersaing dengan industri canggih, kita akan kalah dengan Jerman dan Cina. Tapi di bidang ekonomi kreatif ini, besar peluangnya kita akan jadi pemenang!”

Artikel ini dipublikasikan pada majalah *Mercusuar*, Edisi 51, Januari 2020.



VI.
Tantangan
Ketahanan Energi,
Ketenagakerjaan, dan
Persaingan Usaha

Solution to Fuel Price Dilemma: Leave Oil Before It Leaves Us

The fuel price is not going to be hiked any time soon, as proposed by the government following last week's pulsating debate at the House of Representatives. However, are we ready to face the same problem in the future?

The government has increased fuel prices several times since the reformation era, but the latest plan to do so came with exhausting social and political costs as evidenced by the long argument at the House and the widespread street protests. More importantly, the discourses have been biased and reduced to short-term government budget adjustments and politicization. Rarely did the fuel-policy debate touch the real issue at stake: our national energy sustainability.

The government said the soaring world oil prices that exceeded the government's projection was behind the proposal to increase fuel price. Without a price hike, the budget deficit would swell beyond the mandatory limit just for fuel subsidies. The government insisted that the fuel-price increase or the slashing of the fuel subsidies would bring long-term improvements for the whole economy, since the savings could be used more productively, such as for infrastructure development.

The cut would also induce people to rationalize their fuel consumption, since people generally don't voluntarily save energy but are willing to save their spending. Fuel subsidies have been criticized as unfair as it more likely goes to the "haves" rather than the "have nots".

Nonetheless, the fuel price is a major problem in this country since it is still a determining factor to the daily costs of many households, as well as for heavy industries and the transportation sector. The external issues of this problem include high inflation that could further hamper economic growth. All of these tell us that we will continue to be trapped in this dilemma every time the global oil price fluctuates.

Unarguably, oil is one of the most lucrative commodities in the world. It's called black gold. However, Dr. Fatih Birol, chief economist of the International Energy Agency (IEA) warned in 2008 that: "We see a sharp decline in production from the existing oil fields ... Exactly 12.5 million barrels a day are still missing, that is about 15 percent of the global oil demand. This gap means that we could face a supply shortage and very high prices during the next years. We should leave oil before it leaves us."

The world is facing the so-called peak-oil problem. That is when we live at the point where the amount of oil consumed exceeds the amount left in the ground. Despite the currently high geopolitical tensions in the Middle East, oil reserves are becoming extremely limited — especially for commercial production — since the costs to find and pump new reserves are skyrocketing. That is why big oil companies are now preparing to shift strategies, even with the incentive of high oil prices.

The oil and energy sectors have largely contributed to the Indonesian economy. That is why policy makers tend to see the oil and energy sectors as important sources of revenue. On the other hand, the fuel subsidies are increasingly burdening the budget, as we became a net oil importer late in 2004. However, the situation could dramatically change in the next two or three decades.

The Agency for the Assessment and Application of Technology's (BPPT) Energy Outlook 2011 warns that Indonesia will be a full-energy importer from 2027, if we continue business-as-usual. This is because the steep increases in domestic-energy demand will not be self-fulfilled.

The report forecasts that the final energy demand in 2030 will triple that of 2009. This energy demand will mainly come from heavy industries (44.5 percent), transportation (28.1 percent) and households (14.7 percent).

By fuel types, the demand will be dominated by fossil fuels (35.6 percent) and electricity (22.5 percent).

Power production in 2030, which will be primarily consumed by heavy industries and households, is predicted to be fulfilled by much less fuel consumption than today. However, most of the demand in the transportation sector will still depend on the amount of fuel. Specifically, gasoline consumption will be dominated by private vehicles: cars (59 percent) and motorcycles (31 percent).

On the other side, national crude production will continually decline from 346 million barrels in 2009 to only 82 million barrels in 2030, and oil exports are predicted to end by 2016. Since overall fuel consumption will triple in 2030, they will mostly be fulfilled from imports. This shows our heavy dependency on fossil fuels.

Good policy is about making more and better alternatives available in the society. In this case, policy makers should first shift their paradigm on oil resources. Oil and other non-renewable energy resources should no longer be seen as commodities for export, but more as energy sources to support national development.

Consequently, in the near future, the government should find a way to allocate most crude production for refinement and domestic use. This new paradigm has to be considered in the budgeting and energy policies. The national-energy policy should represent a comprehensive approach that creates more sustainable alternatives on the supply side (energy diversification), while at the same time effectively influencing the demand side (consumption pattern).

In this regard, policy makers should prepare more seriously for the structural transformation of power plants into the energy-sources mix, where we have in abundance such things as coal and natural gas, together with the use of renewable energy sources, such as hydropower and geothermal. This is crucial if we want to ensure the sustainability of the industry.

In the transportation sector, alternatives could include natural gas or biofuel-driven cars, hybrid cars, electric cars and motorcycles, and putting more emphasis on public transportation. Households are expected to consume more gas and electricity. The use of solar, wind or hydrogen

energy for small-scale electric generators, especially in rural areas, need to be further explored. The substantial lesson from the current fuel-price turmoil is not about the price level. That will be irrelevant when we are able to loosen our dependency on oil.

Again, the message for all of us and policy makers is straightforward: One day we will run out of oil. We better get prepared with some alternatives to oil. Surely, we have to leave oil before it leaves us with deeper problems.

This article was published in The Jakarta Post, 9 April 2012.

Perlindungan Buruh Industri di Tengah Bencana Covid-19

Menghadapi situasi darurat bencana Covid-19 yang memakan banyak korban jiwa, pemerintah telah mengeluarkan serangkaian kebijakan untuk mencegah penyebaran bahaya yang lebih luas. Paling akhir, Presiden Joko Widodo pada 31 Maret 2020 lalu merilis Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19. Penerapan PSBB disetujui oleh Kementerian Kesehatan untuk pertama kalinya di DKI Jakarta dan segera berlaku mulai 10 April 2020.

Sebelum itu, guna meminimalisasi dampak-dampak sosial ekonomi yang mungkin terjadi telah dikeluarkan sembilan kebijakan yang ditujukan untuk menopang daya beli masyarakat. Kebijakan-kebijakan ini diambil dengan mempertimbangkan adanya kelompok-kelompok masyarakat yang berpotensi terdampak serius secara sosial ekonomi.

Di antaranya, presiden memberi perhatian khusus bagi upaya menjaga daya beli kelompok buruh, pekerja harian, petani, nelayan, dan pelaku usaha mikro dan kecil. Upaya pemerintah ini tentunya patut mendapat apresiasi. Namun demikian pemerintah perlu memberi perhatian lebih serius bagi perlindungan hak-hak serta keselamatan kerja buruh dan tenaga harian yang bekerja di sektor industri manufaktur.

Sektor industri manufaktur memberi sumbangan terbesar bagi PDB di tahun 2019, yakni 19,7 persen. Industri manufaktur menyerap 18,93 juta tenaga kerja, atau sejumlah 14,96 persen dari keseluruhan lapangan

kerja. Selain itu keberlangsungan sektor industri manufaktur penting untuk memastikan ketersediaan pasokan barang di pasar domestik, serta mendorong perputaran roda ekonomi di masyarakat.

Di tengah situasi pandemi global Covid-19 ini, bayang-bayang perlambatan ekonomi tampaknya telah di ambang mata dan sektor industri manufaktur merupakan salah satu sektor yang terdampak paling berat. Sektor ini terdampak dari berbagai sisi. Di satu sisi, dampak yang dirasakan adalah kelangkaan pasokan serta naiknya harga-harga bahan baku impor. Dan di sisi lain, tekanan pelemahan mata uang rupiah dan penurunan permintaan global turut memperparah kondisi sektor ini.

Dampak-dampak tersebut di atas dirasakan langsung oleh sektor-sektor garmen, tekstil, serta komponen elektronik yang berorientasi ekspor. Sektor-sektor ini mulai melakukan pengurangan aktivitas usaha, jumlah buruh, jam kerja, ataupun jumlah *shift*. Namun demikian sektor-sektor yang berorientasi pasar domestik, seperti industri pengolahan makanan dan minuman, umumnya beroperasi normal dengan terus mengantisipasi perkembangan kondisi makroekonomi ke depan.

Menghadapi situasi krisis ekonomi seperti saat ini tentunya pelaku industri manufaktur tengah memikirkan langkah-langkah mitigasi risiko. Di luar risiko kenaikan biaya-biaya produksi, terdapat pula risiko keberlangsungan kerja para buruh maupun tenaga harian lepas. Selain itu, tidak kalah penting adalah risiko kesehatan dan keselamatan kerja bagi para buruh yang melakukan aktivitas kerja di pabrik. Kehadiran buruh di tempat kerja pada sektor industri manufaktur umumnya belum tergantikan, sehingga mereka berisiko tinggi terpapar bahaya Covid-19. Kondisi ini tentunya menimbulkan situasi kerawanan akan kesehatan dan keselamatan buruh beserta keluarganya.

Kebijakan umum pembatasan sosial berskala besar membawa implikasi pembatasan aktivitas di tempat kerja, atau dikenal dengan bekerja dari rumah (*work from home*). Namun dalam penerapannya kebijakan bekerja dari rumah ditanggapi bervariasi sesuai kondisi di masing-masing sektor usaha. Bagi sektor industri manufaktur, khususnya yang bersifat padat karya, tentunya sulit menerapkannya secara menyeluruh.

Kementerian Ketenagakerjaan dalam upaya perlindungan pekerja dan kelangsungan usaha terkait pandemi Covid-19, pada tanggal 17 Maret 2020 telah mengeluarkan Surat Edaran Nomor M/3/HK.04/III Tahun 2020. Dalam surat edaran tersebut pemerintah mengeluarkan arahan bagi pemerintah daerah dalam membina dan mengawasi aktivitas usaha di daerah administrasinya.

Menyikapi kebijakan pemerintah dalam surat edaran Kementerian Ketenagakerjaan di atas, terdapat dua persoalan yang timbul terkait upaya perlindungan hak-hak buruh di sektor industri manufaktur. Pertama, surat edaran tersebut memberikan kelonggaran bagi pelaku usaha yang terdampak Covid-19 untuk menentukan besaran upah sesuai kesepakatan antara pelaku usaha dan buruh.

Kebijakan ini perlu dikritisi karena menimbulkan ketidakpastian hak-hak buruh, terutama menjelang pembayaran THR. Kebijakan ini bertentangan dengan ketentuan UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang mengatur jelas perihal pengupahan. termasuk dalam kasus-kasus di mana buruh terpaksa diliburkan atau dirumahkan akibat dinamika usaha.

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 bahkan telah mengatur prosedur penangguhan bagi pengusaha yang tidak sanggup membayar sesuai ketentuan. Pengusaha dimaksud harus membuktikan ketidaksanggupannya melalui laporan keuangan dan mengajukan persetujuan Gubernur, dengan sebelumnya mendapat pertimbangan Dewan Pengupahan.

Kedua, sebagai pelaksana pekerjaan operasional di pabrik para buruh tentunya rentan terpapar risiko penularan Covid-19. Namun demikian, surat edaran tersebut tidak mewajibkan pelaku industri untuk melaksanakan pembatasan kegiatan usaha, khususnya bagi pabrik-pabrik yang berlokasi di wilayah PSBB ataupun yang tergolong daerah-daerah rawan bahaya Covid-19 lainnya.

Kewajiban serupa diharapkan berlaku pula bagi pabrik-pabrik yang para buruhnya tinggal di daerah rawan bahaya Covid-19. Pabrik-pabrik tersebut harus menerapkan protokol pencegahan bahaya Covid-19 atau bahkan melakukan pembatasan kegiatan usaha. Karena itu sangat diharapkan agar pemerintah segera mengeluarkan kebijakan lanjutan yang melindungi hak-hak buruh industri.

Pertama, pemerintah perlu menerbitkan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan untuk memastikan terpenuhinya hak-hak kesejahteraan buruh serta upaya pencegahan bahaya di lingkungan kerja terkait bencana Covid-19. Kedua, bagi perusahaan-perusahaan yang terdampak bencana Covid-19, pemerintah dapat memberikan insentif seperti kredit murah perbankan asalkan mereka tidak melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) serta memenuhi seluruh ketentuan hak-hak kesejahteraan buruh selama masa darurat bencana Covid-19. Kebijakan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengatasi masalah modal kerja di masa normal pasca darurat bencana.

Bentuk kebijakan lain yang dapat ditempuh adalah sebagaimana rekomendasi National Association of Manufacturers (NAM) di Amerika Serikat, yakni berupa stimulus fiskal bagi perusahaan yang membayar penuh upah pekerja selama masa karantina ataupun dirumahkan. Insentif pajak dapat pula diberikan bagi perusahaan yang menerapkan protokol pencegahan bahaya Covid-19.

Kita semua berharap agar pandemi Covid-19 ini segera berlalu, namun di tengah situasi krisis ini pemerintah perlu memberikan ketenteraman bagi buruh industri dan keluarganya. Pemerintah pusat dan daerah harus serius mengawasi dan memberikan sanksi kepada perusahaan yang melanggar ketentuan pengupahan dan protokol pencegahan bahaya Covid-19.

Di pihak lain, tentunya partisipasi pelaku industri adalah penting. Di luar aspek kepatuhan terhadap regulasi, sangatlah diharapkan kepedulian pelaku industri dalam upaya pencegahan bencana Covid-19 di lingkungan kerja. Dialog dan kerja sama semua pihak sangat diperlukan bagi perlindungan hak-hak buruh industri maupun keberlangsungan sektor industri manufaktur yang vital bagi pembangunan nasional.

Omnibus Bill: Not to Forsake Labor Productivity

Indonesia is among the economies with high restriction on foreign direct investment (FDI). The country is ranked at 44 out of 69 economies listed in the FDI Regulatory Restrictiveness Index 2018. Following this, the new government initiative known as omnibus bill on job creation seems having its ground. The bill is intended to boost investments, both domestic and foreign, in order to accelerate economic growth. Amid the COVID-19 pandemic, The House of Representatives Legislation Body (Baleg DPR-RI) and the government recently have decided to continue the deliberation of the bill.

The bill proposes to amend 73 laws in a bid to improve the investment climate. But labor unions immediately protested, claiming the draft will reduce worker rights, remuneration, and job security. The bill has been criticized as putting too much labor market flexibility by allowing hourly pay, relaxing outsourcing measure, and reducing severance pay.

Labor market flexibilization has gained increasing attention among policy makers, corporations, and labor unions. It occurs alongside changes in the global production networks, trade liberalization, and economic restructuring in most countries. Flexible labor regulations are favored by large corporations since they enhance competitiveness in business environment with rapidly changing markets and technologies, and may help them to adjust with economic crisis-like what is happening. Corporations seek flexible employment relations that permit the diminishing, reassignment,

and redeployment of workforces with ease. Consequently, the pay structure and benefit systems provide less appreciation to job tenure (Stone, 2015; Eyck, 2003).

Labor market flexibility is often regarded as the opposite of labor rigidity, which is a big concern in the efforts to improve ease of doing business. Country like Indonesia, which is ranked at 73rd in the World Bank's Ease of Doing Business (EODB) 2020 index, should take it into concern as well. However, labor unions and experts warned it can cause economic and social insecurities, especially in the absent of proper social protection systems.

FDI and labor productivity

Will the omnibus bill deliver its promise to attract more FDIs? Answers to this question vary depending on what types of FDI we want to attract. For instance, if we target FDI in the primary or extractive sectors-known as resource-seeking FDI-then offer which combined access to natural resources and cheap wages will most effective. Similarly, if we would to confine the attractiveness on the labor intensive industries.

However, be cautious of the drawbacks from this approach. Labor flexibility tends to promote short-term contract. The situation will lead to underinvestment in human capital, hence hindering the pace of labor productivity growth.

Now, when we talk about the advantage from FDI, it is not merely about getting huge capital inflows. More important is to get transfers of advanced technology and know-how, typically in the manufacturing sectors. There is actually opportunity from the increase of FDI flows to medium and high-technology manufacturing sectors in developing economies (UNCTAD, 2014), where multinational corporations locate production facilities as part of a broader global value chain (GVC). This type of quality FDI provides better impacts to the economy, since it adds more export trade to the host economy. If we want to target this quality FDI, then we need different approach. We have to offer high labor productivity.

Unfortunately, a study by International Finance Corporation in 2019 showed a low level of labor productivity in Indonesia. The productivity of

our workforce in the labor-intensive sectors falls below India, Vietnam, Brazil, Cina and Malaysia. Likewise in the capital-intensive sectors, we lag behind Thailand, Vietnam, the Philippines and Malaysia. Moreover, the Asian Development Bank report in 2016 also revealed that half of the Indonesian workforces were classified as under-qualified.

Hence, there is now urgency to focus on the improvement of our labor productivity. Labor productivity is a key precondition for high growth of output, employment and wages and central to long-term growth in living standards (OECD, 2018).

In conclusion, when we are targeting for quality FDI inflows, we do need to consider labor productivity over labor flexibility. Offering labor flexibility may help to attract more quantity of FDI inflows, primarily in the extractive or labor intensive industries. But this will happen at the expense of less social welfare and job security for the labor. Putting much flexibility will also discourage stable employment, career progression, and further investment in human capital.

Instead, with good policies focusing on investments in human capital, the economy will be able to gain more from inflows of quality FDI. Policies in this area include the improvement of labor productivity through more efforts in education, upskilling and reskilling program, internship program, and worker certification.

In light of these, the House needs to pay extra attention on the costs and benefits of passing the proposed omnibus bill. While there is a need to ease labor rigidities in the economy, it should not forsake the future of labor productivity.

The article was published on www.kompasiana.com, 22 April 2020.

Dilema Fleksibilitas Pasar Tenaga Kerja

Indonesia berada di antara negara-negara dengan hambatan tertinggi bagi investasi asing langsung (FDI), sebagaimana laporan FDI Regulatory Restrictiveness Index 2018 yang dirilis OECD. Berdasarkan fakta ini RUU Cipta Kerja yang diajukan pemerintah memiliki pertimbangan kuat. RUU tersebut dimaksudkan untuk mendorong penciptaan lapangan kerja baru melalui peningkatan investasi, baik domestik maupun asing. Di tengah situasi pandemi Covid-19, pemerintah dan DPR bersepakat untuk melanjutkan pembahasan RUU ini.

RUU Cipta Kerja sendiri berisi usulan untuk mengubah 73 undang-undang yang sebagian besar berhubungan dengan penyederhanaan regulasi investasi dan ketenagakerjaan. Namun RUU ini mendapat protes dari serikat pekerja karena ditengara mengurangi hak-hak normatif yang berlaku seperti upah minimum dan pesangon PHK. Persoalan lain yang dianggap merugikan adalah perluasan definisi alih daya (*outsourcing*) serta perubahan dalam hubungan dan jam kerja. RUU ini ditentang karena menerapkan fleksibilitas pasar tenaga kerja.

Persoalan fleksibilitas pasar tenaga kerja (*labor market flexibility*) memang menjadi perdebatan di antara pembuat kebijakan, perusahaan, dan serikat pekerja. Hal ini merupakan gejala di hampir semua negara, yang terjadi seiring perubahan-perubahan dalam jaringan produksi global, liberalisasi perdagangan, serta restrukturisasi ekonomi. Pasar tenaga kerja yang fleksibel disukai perusahaan-perusahaan besar dan perusahaan multinasional, karena diyakini meningkatkan daya saing dalam lingkungan bisnis yang kian dinamis.

Perusahaan-perusahaan kini cenderung menerapkan hubungan kerja fleksibel yang memungkinkan pengurangan, pengalihan tugas, ataupun penempatan ulang tenaga kerja dengan mudah. Ini untuk menyesuaikan diri dengan tantangan-tantangan perubahan seperti situasi pasar, kompetisi, inovasi teknologi, ataupun krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 seperti saat ini. Hubungan kerja fleksibel juga lebih mudah diterapkan pada sektor ekonomi kreatif maupun ekonomi digital.

Fleksibilitas pasar tenaga kerja sering dianggap sebagai jawaban bagi persoalan kekakuan pasar tenaga kerja (*labor market rigidity*). Karena itu, negara seperti Indonesia yang berada di peringkat ke-73 dalam Ease of Doing Business 2020 dipandang perlu menerapkannya. Di pihak lain, pandangan ini ditentang kalangan pekerja karena dinilai tidak adil dan tidak berpihak pada kesejahteraan pekerja.

Fleksibilitas pasar tenaga kerja menimbulkan dilema karena cenderung menerapkan status hubungan kerja, struktur upah, dan sistem kompensasi yang kurang memberi penghargaan pada masa kerja (Stone, 2015; Eyck, 2003). Konsekuensinya dalam jangka panjang meningkatkan kerentanan sosial dan ekonomi, terutama bila tanpa dukungan sistem jaminan sosial yang memadai.

Persoalan menjadi lebih dilematis ketika pola hubungan kerja menjadi berorientasi jangka pendek, sehingga mengabaikan investasi pada pengembangan keterampilan tenaga kerja. Kondisi ini dikhawatirkan menghambat laju pertumbuhan produktivitas tenaga kerja di masa depan.

Produktivitas tenaga kerja dan FDI

Terkait produktivitas tenaga kerja, studi International Finance Corporation di tahun 2019 menunjukkan rendahnya tingkat produktivitas tenaga kerja Indonesia. Produktivitas tenaga kerja kita pada sektor industri padat karya berada di bawah India, Vietnam, Brasil, Tiongkok, dan Malaysia. Demikian pula pada sektor industri padat modal, kita tertinggal dari Thailand, Vietnam, Filipina, dan Malaysia. Sementara itu laporan Asian Development Bank di tahun 2016 mengungkap bahwa separuh tenaga kerja Indonesia tergolong tidak memenuhi persyaratan kerja.

Faktor produktivitas tenaga kerja sendiri merupakan salah satu daya tarik utama investasi. Perusahaan multinasional cenderung berinvestasi di negara-negara dengan produktivitas tenaga kerja yang tinggi. Hal ini terkonfirmasi dalam peningkatan aliran FDI pada sektor-sektor manufaktur berteknologi menengah dan tinggi dalam dasawarsa terakhir (UNCTAD, 2014).

Apakah RUU Cipta Kerja menawarkan daya tarik bagi masuknya FDI? Jawabannya tergantung pada tipe FDI yang dikehendaki. FDI di sektor primer atau ekstraktif (*resources-seeking*) umumnya tertarik dengan kombinasi kemudahan regulasi investasi dan ketenagakerjaan. Demikian pula bagi FDI di sektor industri padat karya.

Namun jika menyasar FDI di sektor industri bernilai tambah tinggi yang berdampak positif bagi peningkatan keterampilan kerja serta penguasaan teknologi baru, maka diperlukan pendekatan berbeda. Sebagaimana dikemukakan pada bagian terdahulu, FDI di sektor ini tertarik dengan produktivitas tenaga kerja yang tinggi. Sayangnya, justru dalam hal ini letak kelemahan kita.

Sebagai kesimpulan, kita perlu memberi perhatian lebih pada upaya peningkatan produktivitas tenaga kerja. Fleksibilitas pasar tenaga kerja akan menarik aliran FDI, terutama di sektor-sektor industri ekstraktif dan padat karya. Namun ini akan terjadi dengan mengorbankan kesejahteraan sosial serta produktivitas tenaga kerja dalam jangka panjang.

Sebaliknya, melalui kebijakan ketenagakerjaan yang berfokus pada percepatan pertumbuhan produktivitas tenaga kerja dilema tersebut akan dapat di atasi. Kebijakan di bidang ini mencakup peningkatan pendidikan vokasi, pelatihan tenaga kerja (*upskilling* dan *reskilling*), program magang, serta sertifikasi pekerja.

Karenanya pemerintah dan DPR perlu menimbang kembali biaya dan manfaat RUU Cipta Kerja. Relaksasi regulasi pada bidang ketenagakerjaan memerlukan pembahasan yang lebih cermat.

Kartu Prakerja dan Pemulihan Ekonomi

Kementerian Ketenagakerjaan mencatat hingga awal Mei 2020 sejumlah 3 juta pekerja terkena PHK maupun dirumahkan akibat pandemi Covid-19. Bappenas memperkirakan tahun ini tingkat pengangguran terbuka (TPT) akan melonjak ke 7,8-8,5 persen, jauh di atas target 4,8-5 persen. Dunia usaha memang mengalami tekanan luar biasa seiring penurunan permintaan pasar serta terutama akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Mengantisipasi gelombang PHK, menjelang pemberlakuan PSBB pemerintah telah mengeluarkan serangkaian kebijakan dan insentif bagi dunia usaha. Selain itu, bagi tenaga kerja yang terdampak diluncurkan program Kartu Prakerja. Pada situs resminya, program ini disebutkan sebagai program pengembangan kompetensi berupa bantuan biaya yang ditujukan untuk pencari kerja, pekerja ter-PHK atau pekerja yang membutuhkan peningkatan kompetensi. Program ini menasar 5,6 juta penerima manfaat, dengan total anggaran Rp 20 triliun.

Dalam pelaksanaannya, program pelatihan yang telah berjalan dalam tiga gelombang dan diikuti sekitar 680.000 peserta ini terus menuai kritik. Kartu Prakerja ditengara salah sasaran karena dapat diakses siapa saja, sekalipun bukan korban PHK ataupun tidak sedang mencari kerja. Bahkan ditemui banyak kasus di mana korban PHK sendiri mengalami kesulitan akses serta gagal seleksi. Kritik lain ditujukan pada kewajiban mengikuti pelatihan daring yang tidak terstandarisasi dan dinilai kurang bermanfaat. Penentuan lembaga penyedia pelatihan yang kurang transparan juga menjadi sorotan.

Namun kritik paling telak adalah bahwa Kartu Prakerja tidak menjawab permasalahan riil. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah hilangnya kesempatan kerja akibat krisis ekonomi, secara teknis disebut pengangguran siklis. Tingginya tingkat pengangguran saat ini bukanlah tergolong struktural, akibat ketidakcocokan keterampilan yang dimiliki pekerja (*skills-mismatch*). Karenanya penyediaan program pelatihan tidaklah tepat.

Kartu Prakerja sebenarnya dirancang untuk mempersiapkan tenaga kerja Indonesia dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, di mana dibutuhkan keterampilan-keterampilan kerja baru. Dapat dipahami bila program tersebut kini diluncurkan pemerintah sebagai strategi *refocusing* anggaran untuk menghadapi dampak pandemi. Namun demikian, berbagai pihak menyarankan realokasi anggaran menjadi bantuan sosial murni.

Modifikasi Kartu Prakerja

Karena itu dapat diajukan pertanyaan apakah Kartu Prakerja perlu dilanjutkan? Jawaban atas pertanyaan ini sebaiknya diletakkan pada konteks pemulihan ekonomi nasional yang kini dipersiapkan Kemenko Perekonomian. Pada fase pemulihan ekonomi, sektor-sektor ekonomi secara bertahap memulai kembali aktivitas usaha dan diharapkan menyerap kembali tenaga kerja.

Namun demikian proses pemulihan ekonomi mungkin akan berjalan lamban, karena pelaku pasar perlu menyesuaikan diri dengan tatanan kehidupan baru (*new normal*). Di sisi lain permintaan pasar belum akan pulih, sebagai dampak penurunan daya beli pada periode sebelumnya. Masyarakat cenderung membatasi pengeluaran pada kebutuhan pokok, sebagaimana tercermin pada penurunan tingkat konsumsi di Kuartal I. Karenanya diperlukan intervensi pemerintah untuk mendongkrak daya beli masyarakat, yakni melalui penciptaan kesempatan kerja sebanyak-banyaknya.

Tidaklah realistis mengharap pelaku usaha membuka kesempatan kerja di masa krisis. Namun pemerintah dapat melakukannya melalui modifikasi Kartu Prakerja. Bentuk pelatihan daring perlu diubah menjadi

pemagangan kerja (*on-the-job training*) di perusahaan-perusahaan swasta maupun BUMN/BUMD.

Melalui pemagangan kerja sebagaimana diatur dalam Permenaker Nomor 36/2016, Kartu Prakerja akan menjadi program yang efektif untuk mengatasi pengangguran dan sekaligus produktif bagi kegiatan usaha. Bila anggaran Kartu Prakerja dialihkan menjadi uang saku dan jaminan sosial peserta selama magang, akan mendorong pelaku usaha segera menyerap kembali tenaga kerja di pasar. Sasaran utamanya para korban PHK di sektor formal, yang umumnya terdidik dan terlatih. Verifikasi peserta dilakukan oleh Kementerian Ketenagakerjaan dan BPJS Ketenagakerjaan.

Selain itu, anggaran Kartu Prakerja dapat digunakan instansi-instansi pemerintahan, mulai dari kementerian hingga kantor kelurahan, untuk membuka rekrutmen tenaga harian lepas pada proyek-proyek padat karya atau layanan publik yang tidak membutuhkan kualifikasi keterampilan khusus. Program serupa pernah dilakukan pada masa krisis ekonomi 1998.

Pandemi Covid-19 menunjukkan sistem jaminan sosial kita masih rapuh terhadap guncangan ekonomi. Kehadiran Kartu Prakerja dapat menjadi solusi, namun alokasi anggaran yang demikian besar harus dimanfaatkan secara efektif dan produktif bagi pemulihan perekonomian nasional. Pelaksanaannya pun harus minim penyimpangan.

Artikel ini dipublikasikan pada *Harian Suara Pembaruan*, edisi 22 Juni 2020.

Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital

Selama empat dekade, Global Competitiveness Index (GCI) yang dirilis World Economic Forum menjadi tolok ukur bagi tingkat daya saing negara-negara di dunia. Menarik dicermati bahwa GCI dalam tiga tahun terakhir menyoroti pentingnya negara-negara di dunia untuk menjaga iklim persaingan usahanya. Sebagaimana diungkap dalam GCI 2019, efektivitas kebijakan persaingan usaha tengah mengalami pelemahan secara global.

Data-data menunjukkan bahwa sebagian besar sektor industri di negara-negara maju menunjukkan peningkatan dominasi pasar. Namun yang paling menonjol ialah sektor-sektor berbasis platform digital dan teknologi informasi, di mana mengalami konsentrasi pasar yang signifikan. Sektor-sektor ini secara struktural memang berbeda. Mereka meningkatkan efisiensi bisnis melalui efek jaringan (*network effect*), yang sekaligus menghambat penetrasi pelaku usaha lain.

Dalam rekomendasi kebijakannya, GCI 2019 menyebut diperlukan pendekatan-pendekatan baru dalam mengantisipasi perkembangan inovasi bisnis pada sektor-sektor berbasis teknologi informasi digital. Pendekatan baru tersebut tentunya tidak bertujuan menghambat inovasi bisnis, namun guna mengatasi dampak sosial ekonomi dari model bisnis digital yang mengarah pada *winner-take-all*.

Produktivitas dan inovasi

Sebelum membahas lebih jauh, perlu dipahami apa yang dimaksud dengan daya saing. Daya saing tentang persaingan zero-sum antarnegara. Daya saing di sini tepatnya adalah tentang produktivitas. Dengan demikian, indeks daya saing sebenarnya berbicara tentang kemampuan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, serta efektivitas dukungan aspek-aspek kelembagaan sosial dan kebijakan pembangunan. Sebagai contoh, Singapura yang mencapai skor 84,8 dan berada pada peringkat pertama GCI 2019. Artinya, Singapura mampu mengoptimalkan 84,8% potensi produktivitas perekonomiannya.

Tingkat produktivitas yang tinggi dipandang penting sebagai sumber pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Peningkatan produktivitas mensyaratkan dukungan lingkungan bisnis yang sehat. Lingkungan bisnislah yang membedakan negara maju dari negara berkembang dalam hal pemanfaatan teknologi, modal manusia dan kapital secara efisien.

Lingkungan bisnis pada prinsipnya adalah tentang efektivitas aspek-aspek kelembagaan sosial serta kebijakan persaingan usaha. Absennya kebijakan persaingan usaha akan menjurus pada praktik monopoli dan oligopoli yang berdampak pada menurunnya kesempatan berusaha. Hal ini pada gilirannya akan menghambat penyediaan lapangan kerja dan efisiensi pasar. Karenanya, kebijakan persaingan usaha merupakan salah satu komponen penting strategi pembangunan negara berkembang.

Michael Porter, guru besar Harvard Business School, dalam artikelnya *“Competition and Antitrust: A Productivity-Based Approach”* (2002), menegaskan bahwa manfaat mendasar dari persaingan usaha adalah untuk mendorong tumbuhnya produktivitas melalui inovasi. Pemikiran ini lebih maju dari teori-teori sebelumnya yang menekankan peran persaingan bagi perlindungan kesejahteraan konsumen. Pertumbuhan produktivitas dalam jangka panjang dapat dicapai melalui inovasi. Inovasi mendorong peningkatan nilai produk dan layanan bagi konsumen serta cara-cara menghasilkannya secara efisien.

Sementara itu, inovasi bisnis dan teknologi membutuhkan iklim persaingan usaha yang sehat. Fakta-fakta empiris di negara-negara maju maupun berkembang mendukung kesimpulan ini. Menjaga iklim

persaingan usaha merupakan jalan menuju pertumbuhan produktivitas yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Inilah alasan mengapa negara harus hadir melalui kebijakan persaingan usaha.

Tantangan ekonomi digital

Kebijakan persaingan usaha di Indonesia telah berumur lebih dari satu dasawarsa, yakni sejak lahirnya UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Lahir di masa reformasi, semangat UU ini adalah mengoreksi maraknya praktik persaingan usaha tidak sehat di masa Orde Baru, di mana terjadi pemusatan kekuatan ekonomi pada beberapa kelompok.

Tahun lalu untuk pertama kalinya Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengkaji pemetaan struktur dan perilaku di sektor ekonomi digital. Terdapat tiga sektor ekonomi digital yang menjadi sorotan, yakni *e-commerce*, *online transportation*, dan *financial technology*.

Persaingan di sektor ekonomi digital sebenarnya berlangsung dinamis, sepanjang inovasi tidak dibatasi. Namun demikian berpotensi menimbulkan perilaku anti persaingan. Hal lain ialah adanya potensi integrasi vertikal dan horizontal yang akan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat di kemudian hari.

Sebagaimana telah disebut, inovasi bisnis platform digital memiliki karakteristik unik. Perusahaan-perusahaan digital mengembangkan kekuatan pasar dan posisi tawarnya melalui teknik *network effect*. Melalui penerapan teknologi informasi, mereka dapat mengendalikan struktur pasar serta akses pada konsumen. Pola perilaku antipersaingan yang terjadi berbeda dari bisnis konvensional. Struktur interaksi para pelaku ekonomi digital serta dampaknya bagi perekonomian lebih kompleks, bahkan terjadi lintas sektor industri.

Perkembangan iklim persaingan usaha di sektor ekonomi digital menjadi penting untuk diantisipasi. Menurut studi E-economy SEA 2019 sektor *e-commerce*, *online transportation*, *online travel*, dan *online media* di Indonesia telah mencapai *gross merchandise value* (GMV) sebesar USD 40 miliar. Di tahun 2025 diperkirakan terus melesat ke USD 130 miliar, dan akan menjadi perekonomian digital terbesar di kawasan Asia Tenggara.

Bagaimana tantangan ini hendak disikapi? Hal ini juga menjadi perhatian banyak negara. Kongres AS, baru-baru ini menerima rekomendasi komisi khusus yang menyelidiki perilaku kompetisi di sektor ekonomi digital. Platform dominan yang menjadi objek penyelidikan adalah Amazon, Apple, Facebook, dan Google. Total valuasi keempatnya mencapai USD 5 triliun. Diperkirakan kurang dari sepuluh tahun mendatang, 30% perekonomian global berada dalam dominasi keempat platform digital tersebut.

Poin-poin rekomendasi komisi menyebut antara lain perlunya pembatasan bagi platform dominan untuk beroperasi di lini bisnis lain yang memiliki konflik kepentingan, larangan praduga (*presumptive prohibition*) terhadap rencana merger dan akuisisi oleh platform dominan, kewajiban bagi platform dominan agar layanan mereka kompatibel dengan berbagai jaringan dan memungkinkan perpindahan data antar-platform (*interoperability and data portability*), penegakan larangan monopoli melalui praktik *predatory pricing* dan *predatory buying*, serta larangan penyalahgunaan posisi dominan pada kontrak kemitraan.

Perkembangan-perkembangan baru di era perekonomian digital perlu diantisipasi dengan segera. Pemerintah, DPR, dan KPPU kiranya melakukan penguatan terhadap kebijakan persaingan usaha yang ada. Dengan demikian kemajuan sektor ekonomi digital akan membuka peluang lebih banyak manfaat di masyarakat.

Artikel ini dipublikasikan pada *Harian Suara Pembaruan*, edisi 16 November 2020.

EPILOG

Presiden Joko Widodo pada akhir tahun 2019 telah mencanangkan sasaran negara Indonesia untuk menjadi lima ekonomi teratas dunia pada tahun 2045, bertepatan dengan seabad usia republik ini. Namun demikian pandemi Covid-19 tampaknya menjadi rintangan untuk mencapai tujuan pembangunan jangka panjang tersebut.

Setelah beberapa tahun mengalami pertumbuhan yang kuat, PDB Indonesia menurun 2,1 persen pada tahun 2020. Sekalipun demikian penurunan ini lebih kecil dibandingkan negara-negara lain di kawasan Asia-Pasifik. Indonesia telah merespons dengan paket kebijakan yang berani dan komprehensif untuk meredam dampak pandemi Covid-19. Perekonomian tampak menguat kembali pada kuartal ketiga tahun 2020, dan pemulihan ekonomi diproyeksikan akan terjadi pada tahun 2021 dan 2022.

Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2022 pada kisaran 4,7-5,5%, naik dari 3,2-4,0% pada tahun 2021. Proyeksi ini didasarkan pada keberhasilan program vaksinasi, pembukaan kembali sektor-sektor ekonomi, dan stimulus APBN. Proyeksi positif ini juga didorong oleh asumsi perbaikan ekonomi global yang berkelanjutan dengan kinerja ekspor yang solid, ditambah pertumbuhan positif pada sisi konsumsi dan investasi.

Dukungan kebijakan pemerintah yang kuat dan perbaikan perekonomian global akan menjadi pendorong utama pada tahap awal pemulihan ekonomi. Selanjutnya pergerakan ekonomi dan kepercayaan masyarakat diharapkan semakin meningkat mengiringi kemajuan program vaksinasi di tahun 2021. Kebijakan fiskal yang ekspansif pada tahun 2021,

bersama dengan peningkatan investasi, diperkirakan akan membantu mendorong pemulihan ekonomi (IMF, 2021).

Namun demikian ketidakpastian seputar prospek pertumbuhan ekonomi masih lebih besar dari biasanya. Bila reformasi yang sedang berlangsung untuk mendorong investasi berjalan baik, akan dapat membantu mengurangi dampak buruk dari pandemi dan menempatkan ekonomi pada jalur pertumbuhan berkelanjutan, yang dibangun di atas bonus demografi yang menguntungkan di Indonesia.

Sebagaimana diketahui, di luar dampaknya yang luar biasa pada kesehatan masyarakat, pandemi Covid-19 juga memberi dampak sosial-ekonomi yang tidak ringan. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang diberlakukan sejak April 2020 telah menimbulkan penurunan ekonomi yang dalam. Pertumbuhan PDB Indonesia di tahun 2020 tercatat negatif dalam tiga kuartal berturut-turut: -5,32 persen pada kuartal kedua, -3,45 persen pada kuartal ketiga, dan -2,19 pada kuartal keempat. Akibat situasi resesi ini, sekitar 40.000 perusahaan terpaksa memberhentikan atau mem-PHK karyawannya. Jumlah pengangguran pada Agustus 2020 meningkat 2,7 juta orang, membawa tingkat pengangguran menjadi 7,1 persen, yang merupakan level tertinggi sejak 2011.

Selain tingkat pengangguran yang meningkat, pandemi telah menyebabkan banyak orang jatuh miskin. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah penduduk miskin Indonesia mencapai 27,55 juta orang pada September 2020, atau meningkat 2,76 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini menjadikan tingkat kemiskinan Indonesia melonjak pada 10,19 persen dari jumlah penduduk. Indonesia, yang telah berhasil menurunkan angka kemiskinan hingga di bawah 10 persen pada tahun 2018 silam dan mencapai tingkat terendahnya pada 9,22 persen di tahun 2019, kini kembali mengalami peningkatan angka kemiskinan.

Tak dapat dipungkiri, hantaman Covid-19 menghadirkan ancaman bagi perekonomian Indonesia. Di tengah pandemi, semua pelaku perekonomian baik produsen, konsumen, maupun investor terkena dampaknya. Arah dan kecepatan pemulihan ekonomi akan sangat bergantung pada efektivitas tanggapan pemerintah terhadap pandemi. Sementara itu pemerintah juga harus memperhatikan kondisi makroekonomi dengan hati-hati, khususnya

rasio hutang terhadap PDB, sekalipun situasi krisis akibat Covid-19 ini memaksa pemerintah untuk mengambil segala opsi langkah guna menyelamatkan perekonomian.

Untuk membiayai berbagai program stimulus dan perlindungan sosial, pemerintah telah meningkatkan pengeluarannya sebesar 18,6 persen dari tahun 2019. Pada tahun 2020, telah menganggarkan stimulus ekonomi senilai Rp 695,2 triliun untuk memperkuat sistem layanan kesehatan dan memberikan bantuan sosial. Rancangan anggaran 2021 juga mengalokasikan Rp 356 triliun bagi pemulihan ekonomi dari pandemi.

Salah satu dampak yang timbul dari krisis Covid-19 ini adalah tingkat utang Indonesia yang mencapai rekor tertinggi baru. Utang pemerintah pusat terhadap PDB naik dari 30 persen pada 2019 menjadi 38 persen pada 2020, dan diproyeksikan mencapai 41 persen pada 2021. Mengingat upaya pemungutan pajak diperkirakan akan berkurang signifikan, pemerintah mengandalkan penerbitan utang baru untuk memenuhi kebutuhan pembiayaannya. Tantangannya adalah jumlah pengambil obligasi pemerintah Indonesia yang tidak mencukupi. Alhasil, pemerintah dan Bank Indonesia (BI) sepakat meluncurkan program pembagian beban, di mana memungkinkan BI membeli obligasi pemerintah dengan bertindak sebagai *standby buyer* di pasar perdana.

Sementara itu, pemerintah membuat keputusan politik yang berani dengan mengesahkan Omnibus Bill pada Oktober 2020, yang kemudian ditunda pelaksanaannya oleh MK untuk memberi kesempatan perbaikan dalam masa dua tahun. Agar kebijakan ini berjalan efektif, pemerintah perlu memberikan kerangka kerja operasional untuk menarik investasi dan membangun kepercayaan pasar. Ini akan menjadi tantangan besar mengingat lemahnya kapasitas kelembagaan untuk menegakkan hukum dan peraturan di tengah sistem politik desentralisasi di Indonesia.

Pada sektor kesehatan, perubahan pada sistem layanan kesehatan BPJS Kesehatan dan kebutuhan untuk bersiap menghadapi kemungkinan pandemi di masa depan akan mempengaruhi struktur sistem, rantai pasokan, dan peraturan penetapan harga. Pemerintah juga perlu mengeluarkan seruan untuk peraturan lintas sektor yang lebih ketat untuk memastikan terlaksananya protokol kesehatan yang aman bagi berbagai sektor usaha, khususnya yang terkait pergerakan dan kerumunan.

Ketahanan nasional pada sektor kesehatan perlu terus ditingkatkan di masa depan. Terutama pada kemampuan pembuatan perangkat dan produk layanan kesehatan di dalam negeri. Langkah yang mungkin dilakukan dengan potensi yang signifikan bagi Indonesia adalah dengan mendorong pengembangan industri manufaktur perangkat medis di dalam negeri. Pasar perangkat medis di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir bernilai sekitar USD 1 miliar setiap tahun dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi USD 1,5 miliar pada tahun 2025, di mana sebagian besar (92%) merupakan perangkat berteknologi menengah dan tinggi yang diimpor.

Jangkauan layanan sistem jaminan sosial nasional, melalui BPJS Kesehatan dan BP Jamsostek, juga perlu terus diperbaiki untuk meningkatkan ketahanan negara. Misalnya, meningkatkan perlindungan yang ditawarkan bagi populasi yang rentan dan memperkenalkan manfaat pertanggungjawaban asuransi bagi lebih banyak orang.

Selanjutnya, pendayagunaan inovasi teknologi digital akan terus mengambil peranan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk berbelanja, belajar, menikmati hiburan, dan bekerja. Dunia usaha perlu menyelenggarakan digitalisasi rantai pasokan untuk keperluan internal staf, pelanggan, dan pemasok, termasuk meningkatkan kualitas rantai pasokan, menawarkan pengalaman pembelajaran digital, dan menyediakan saluran layanan baru bagi pelanggan. Momentum ini dapat pula dimanfaatkan untuk memperkuat rantai pasokan domestik dan mengurangi ketergantungan dari impor, khususnya bagi produk-produk strategis, seperti makanan dan obat-obatan.

Indonesia juga dapat memetakan perubahan global yang dipicu oleh pandemi Covid-19 dan menyesuaikan strategi transformasi ekonominya untuk memanfaatkan peluang. Misalnya, penelitian McKinsey (2021) menunjukkan bahwa pangsa ekspor global Tiongkok dalam manufaktur padat karya turun sekitar tiga poin persentase antara 2014 dan 2016, meskipun tetap dominan. Indonesia memiliki peluang untuk memperoleh porsi yang lebih besar dari perubahan arus perdagangan tersebut. Untuk itu perlu dipetakan kembali sektor-sektor di mana Indonesia secara memiliki keunggulan, baik komparatif maupun kompetitif.

Perubahan pada tingkat konsumen juga akan menjadi lahan subur bagi mentransformasi ekonomi Indonesia. Survei McKinsey pada Maret 2020 menunjukkan sebagai akibat dari pandemi, konsumen Indonesia memiliki preferensi yang meningkat tajam untuk produk-produk lokal pada berbagai kategori. Misalnya, 53% responden melaporkan preferensi yang lebih besar untuk buah-buahan lokal, dan lebih dari 40% menyatakan preferensi yang meningkat untuk produk lokal di seluruh lini termasuk perawatan kesehatan, perawatan pribadi, barang kertas, dan makanan kemasan.

Survei tersebut juga menunjukkan bahwa krisis kesehatan membuat masyarakat Indonesia semakin sadar akan keamanan produk dan lingkungan, serta praktik pencegahan yang dilakukan di toko-toko. Lebih dari 70% responden, misalnya, mengatakan mereka lebih peduli tentang keamanan produk dan proses manufaktur yang ramah lingkungan dan lebih bersedia untuk meneliti faktor-faktor tersebut setelah pandemi. Perusahaan yang memahami pergeseran tersebut dapat menggunakan wawasan tersebut untuk mendapatkan pangsa pasar.

Pada sektor pariwisata, saat dunia perlahan dibuka kembali Indonesia akan bersaing dengan destinasi wisata lain di seluruh dunia. Pemerintah memperkirakan bahwa sektor pariwisata kehilangan lebih dari USD 10 miliar pendapatannya pada tahun 2020, karena kedatangan turis asing mengalami penurunan sekitar sepertiga dibanding tahun 2019.

Langkah pertama untuk mengurangi penurunan tersebut adalah dengan mengembangkan destinasi wisata domestik untuk mengkompensasi sebagian dari hilangnya pendapatan dari kunjungan wisatawan mancanegara. Misalnya, wisatawan domestik berusia di bawah 30 tahun yang mungkin kurang berisiko akan tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat wisata baru, setelah merasa aman untuk bepergian. Pemerintah juga dapat menggunakan momen ini untuk meningkatkan infrastruktur pariwisatanya, seperti bandara dan standar layanan industri perhotelan.

Lebih jauh, terkait transformasi perekonomian Indonesia ke depan dalam menyambut era Revolusi Industri 4.0, kita tidak dapat melupakan strategi dan upaya untuk mempersiapkan sektor tenaga kerja nasional. Sebuah studi McKinsey menunjukkan bahwa perkembangan teknologi modern dan otomasi, akan menciptakan lebih banyak pekerjaan di Indonesia

daripada yang hilang pada periode 2014 dan 2030. Ini tentunya sejalan dengan anjakan Making Indonesia 4.0.

Banyak dari pekerjaan baru di era Revolusi Industri 4.0 akan membutuhkan keterampilan baru, dan diperkirakan adanya kekurangan sembilan juta pekerja dengan keterampilan teknologi digital antara tahun 2015 dan 2030. Pemerintah perlu menyelenggarakan pelatihan-pelatihan untuk mengajarkan keterampilan baru tersebut secara lebih luas dan cepat, misalnya melalui program Kartu Prakerja yang tengah berjalan.

Pembangunan infrastruktur akan tetap menjadi perhatian, bahkan ketika pandemi menggeser beberapa prioritas. Tekanan dapat meningkat untuk logistik yang lebih baik guna mendukung pengiriman barang dan infrastruktur digital yang lebih baik. Konektivitas, baik fisik maupun virtual, akan menjadi penting terutama bagi pulau-pulau terpencil. Pandemi juga memperjelas kebutuhan akan infrastruktur sanitasi yang lebih baik, misalnya akses air bersih serta perbaikan rumah tinggal. Di sisi lain, pembangunan infrastruktur akan membuka lapangan kerja, sehingga mendorong penyaluran belanja pemerintah secara yang produktif.

Belajar dari pandemi

Perekonomian Indonesia telah mengalami berbagai hantaman krisis, di mana krisis ekonomi di tahun 1998 adalah yang terparah. Indonesia telah belajar untuk bertahan dan mengatasi tantangan krisis demi krisis. Harapan kita semua adalah agar situasi krisis ini memicu langkah-langkah peningkatan kapasitas perekonomian nasional dalam mengantisipasi ancaman krisis-krisis di masa mendatang yang tampaknya semakin nyata di era globalisasi ini. Pada tema-tema tersebut, akan kita lihat bagaimana Indonesia akan menata ulang dan bertransformasi pasca pandemi Covid-19, khususnya pada peningkatan jangkauan sistem jaminan sosial, pembangunan kembali sektor pariwisata dan transportasi, penguatan rantai pasokan domestik untuk produk-produk strategis, ketahanan nasional, serta percepatan transformasi ekonomi.

Pandemi Covid-19 telah menjangkiti lebih dari 123 juta umat manusia di seluruh dunia. Dampak sosial-ekonominya pun tengah mendorong resesi global. Jutaan orang jatuh miskin. Demikian pula yang terjadi di Indonesia.

Berdasarkan riset SMERU (2020), dampak pandemi Covid-19 terhadap peningkatan kemiskinan berkisar antara 9,7-12,4 persen. Ini berarti kemajuan Indonesia dalam mengurangi kemiskinan selama dekade terakhir terhapus. Implikasinya, Indonesia perlu memperluas program perlindungan sosialnya untuk membantu masyarakat miskin baru selain masyarakat miskin yang sudah ada.

Karenanya tantangan utama kebijakan pemerintah di tahun 2021 adalah mengendalikan pandemi, mendistribusikan vaksin, dan memastikan transisi yang lancar ke kondisi kenormalan baru (*new normal*) melalui penerapan protokol kesehatan yang lebih ketat. Untuk mendorong pemulihan ekonomi, pemerintah perlu membangun kembali kepercayaan publik terhadap situasi kesehatan masyarakat dan kapasitas pemerintah untuk mengatasinya.

Lebih jauh dari itu, pemerintah dan dunia usaha perlu mengidentifikasi perubahan-perubahan yang diperlukan agar perekonomian kita dapat berkinerja lebih baik pasca pandemi. Hal ini terutama perlu berfokus pada kebijakan untuk meningkatkan daya beli masyarakat dan membuka kembali lapangan pekerjaan. Ke depan, pemerintah juga perlu merumuskan strategi jangka panjang yang akan membantu Indonesia bertumbuh lebih cepat melalui desain transformasi perekonomian yang tepat.

Saat krisis melanda, adalah sulit untuk mengalihkan perhatian dari kekhawatiran yang sedang berlangsung. Namun, menatap harapan ke masa depan tentunya tak akan menumpulkan upaya-upaya yang perlu segera dilakukan dalam jangka pendek. Sebaliknya, harapan akan masa depan yang lebih cerah akan memperkuat segala upaya yang tengah dikerjakan. Hal ini sekaligus menunjukkan optimisme pada masa depan yang ditandai dengan komitmen untuk menata perekonomian Indonesia yang tangguh, tumbuh dan berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, A. (2011). *Refleksi dan Gagasan Kebijakan Fiskal*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Adisasmita, H. R. (2013). *Pembangunan Ekonomi Maritim*. Graha Ilmu.
- Anga, J. M. (2015). *Latest Developments in the Global Cocoa Market*. International Cocoa Organization.
- Anwar, M. A., Ananta, A., Kuncoro, A. (Eds.). (2007). *Kesan Para Sahabat tentang Widjojo Nitisastro*. Penerbit Buku Kompas.
- APF Canada. (2018). *Survey of Entrepreneurs and MSMEs in Indonesia Building the Capacity of MSMEs Through Human Capital*.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019*.
- Bappeda Jatim. (2015). *Buku Data Dinamis Provinsi Jawa Timur Semester I 2015*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur.
- Basri, F., Munandar, H. (2009). *Lanskap Ekonomi Indonesia: Kajian dan Renungan Terhadap Masalah-Masalah Struktural, Transformasi Baru, dan Prospek Perekonomian Indonesia*. Kencana.
- Basri, M. C., Dkk. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Baswir, R. (2008). *Ekonomi Kerakyatan: Amanat Konstitusi untuk Mewujudkan Demokrasi Ekonomi di Indonesia*, dalam (Sarjadi dan Sugema, Eds.) *Ekonomi Konstitusi*. Jakarta: Sugeng Sarjadi Syndicate.
- BPOM. (2016). *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No.12/2016*.
- BPS. (2016). *Statistik Indonesia*.
- BPS. (2017). *Analisis Ketenagakerjaan Usaha Mikro dan Kecil*.

- BPS. (2017). Upah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif 2011-2016.
- BPS. (2019). Profil Industri Mikro dan Kecil.
- British Council. (2017). Enabling Spaces: Mapping creative hubs in Indonesia.
- BSN. (2017). Pendaftaran Pangan Olahan.
- Cho, H. (2005). Reading the Korean Wave as a Sign of Global Shift, *Korea Journal*, winter.
- Dekaindo. (2013). *Laporan Lokakarya Kakao Indonesia 2013*. Dewan Kakao Indonesia.
- Dekaindo. (2015). *Laporan Penyelenggaraan Lokakarya "Menyongsong Pemberlakuan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 67/Permentan/Ot.140/5/2014 Tentang Persyaratan Mutu dan Pemasaran Biji Kakao"*. Dewan Kakao Indonesia.
- Deloumeaux, L. (2019). International Trade of Cultural Goods and Services: Measurement Challenges.
- Departemen Perindustrian. (2007). *Gambaran Sekilas Industri Kakao*. Sekretariat Jenderal Departemen Perindustrian.
- Dewan Riset Daerah Provinsi Jawa Timur. (2017). *Pembangunan Jawa Timur Berkeadilan dan Berdaya Saing*. Dewan Riset Daerah Provinsi Jawa Timur.
- DGNED, Ministry of Trade. (2017). Food & Beverages Food Safety Standard and Eco-Friendly Packaging, Export News Indonesia, Ditjen PEN/MJL/17/III/2017.
- DGNED, Ministry of Trade. (2018). Indonesian Spices, Export News Indonesia, Ditjen PEN/MJL/26/IV/2018.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur. (2014). *Rencana Strategis Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2019*. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur.
- Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur. (2014). *Rencana Strategis Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2019*. Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Timur.
- Dumairy. (1996). *Perekonomian Indonesia*. Penerbit Erlangga.

- Farida, A. S. (2011). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Penerbit Pustaka Setia Bandung.
- Gerakan Mahasiswa Kristen Indonesia (Ed). (2017). *Pancasila Rumah Bersama*. Libri, BPK Gunung Mulia.
- Goeltom, M. S. (2007). *Essays in Macroeconomic Policy: The Indonesian Experience*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Grossman, G. M., dan Helpman, E. (1992). *Innovation and Growth in the Global Economy*. 2nd Ed. Cambridge: MIT Press.
- Guellec, D., Potterie, B. P. (2001). *R&D and Productivity Growth: Panel Data Analysis of 16 OECD Countries*. OECD Economic Studies, Nomor 33.
- Hadiwinata, B. S. (2002). *Politik Bisnis Internasional*. Penerbit Kanisius.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*, London: Penguin Books
- ICCO. (2014). *The Cocoa Market Situation*. International Cocoa Organization.
- IMF. (3 March 2021). Indonesia Has an Opportunity to Boost Growth, *IMF Country Focus*.
- Indrawati, S. M., Dkk. (2020). *Terobosan Baru Atas Perlambatan Ekonomi: Rujukan untuk Sebuah Kebijakan Perekonomian*. Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- International Finance Corporation (IFC). (2016). Women-Owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions. Market Research Report.
- International Finance Corporation (IFC). (2016). Women-Owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions. Market Research Report.
- Kemkominfo. (2020). Peta Ekosistem Industri Game Indonesia 2020.
- Kim, E. dan J. Ryoo (2007). South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave, *Korean Social Science Journal*, XXXIV (1).
- Kim, M. (2011). The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations from Korea's Experience, *Keio Communication Review*.

- Kim, T. (25 Oktober 2012). Financing Key to Boosting Hallyu, *The Korea Times*.
- Korean Culture and Information Service. (2010). *Passport to Korean Culture*, Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*, Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- KPPU. (2009). *Kajian Industri dan Perdagangan Kakao*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Krisnamurti, B. (Ed.). (2012). *Ekonomi Gula*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kuncoro, M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Kuncoro, M. (2009). *Ekonomika Indonesia: Dinamika Lingkungan Bisnis di Tengah Krisis Global*. UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Kuncoro, M. (2010). *Dasar-Dasar Ekonomika Pembangunan Edisi 5*. UPP STIM YKPN.
- Kuntjorojakti, D. (2012). *Menerawang Indonesia Pada Dasawarsa Ketiga Abad Ke-21*. Pustaka Alvabet.
- Kwon, M. dan R. Lee (21 Agustus 2012). K-Drama Leads Hallyu, *The Korea Times*.
- Langie, G. S. S. J. R. (1937). *Indonesia di Pasifik: Analisa Masalah-Masalah Pokok Asia-Pasifik*. Terjemahan. Penerbit Sinar Harapan.
- LIPI. (2020). Laporan Kajian Animasi: Dampak Pandemi Covid-19 Pada Industri Animasi Indonesia.
- Mastel. (2021). Indonesia ICT Industry Outlook 2021.
- Ministry of Industry. (2020). Indonesia Food Innovation Catalogue, available in <http://online.anyflip.com/dprzp/txgh/mobile/index.html>.
- Ministry of Industry. (2021). Indonesia Food Innovation Catalogue, available in <http://online.anyflip.com/dprzp/qnmq/mobile/index.html>.
- Mubyarto. (1997). *Ekonomi Pancasila: Lintasan Pemikiran Mubyarto*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Nafziger, E. W. (1997). *The Economics of Developing Countries*. 3rd Ed. New Jersey: Prentice-Hall.

- Nasir, A. (2014). *Sejarah Sistem Fiskal Migas Indonesia*. Penerbit PT Grasindo.
- Nugroho, I. D. (2011). *Majapahit: Peradaban Maritim Ketika Nusantara Menjadi Pengendali Pelabuhan Dunia*. Suluh Nuswantara Bakti.
- Nurjati, E. (2020). Indonesian Animation Industry: Its Mapping and Strategy Development
- Nusantara, A. H. G., Arief, S., Mas' oed, M., Dkk. (1996). *Membangun di Tengah Pusaran Hutang: Tinjauan Multidisipliner Hutang Luar Negeri dan Pembangunan Indonesia*. Interfidei.
- Pangestu, M. (Ed.). (2015). *A Tribute to Ali Wardhana (Indonesia's Longest Serving Finance Minister: From His Writings and His Colleagues)*. Penerbit Buku Kompas.
- Panglaykim, J. (1983). *Beberapa Aspek Ekonomi dan Bisnis Nasional & Internasional*. Ghalia Indonesia.
- Panglaykim, Y. (1974). *Persoalan Masa Kini: Perusahaan-Perusahaan Multinasional*. Centre for Strategic and International Studies.
- Patunru, Arianto A., Pangestu, M., Basri, M. C. (Eds.). (2018). *Indonesia in The New World: Globalisation, Nationalism and Sovereignty*. ISEAS Publishing.
- Prasetyantoko, A., & Hervino, A. D. (2011). *Indonesia dalam Mata Rantai Perdagangan Dunia: Menyoal Kebijakan Ekspor Minyak Sawit Mentah*. Institute for Global Justice.
- Rachbini, D. J. (2004). *Ekonomi Politik: Kebijakan dan Strategi Pembangunan*. Granit.
- Rachbini, D. J. (2008). *Arsitektur Hukum Investasi Indonesia (Analisis Ekonomi Politik)*. Penerbit Indeks.
- Rahardjo, D. (2004). *Ekonomi Pancasila dalam Tinjauan Filsafat Ilmu*. <http://www.ekonomikerakyatan.ugm.ac.id>. Diakses 9 Juni 2017.
- Shim, D. (2005). Globalization and Cinema Regionalization in East Asia, *Korea Journal*, winter.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia, *Media, Culture, and Society*, 28(1).
- Siahaan, H. M., Purnomo, T. (Eds.). (1993). *Sosok Demokrasi Ekonomi Indonesia*. Yayasan Keluarga Bhakti.

- Simbolon, P. T. (2006). *Menjadi Indonesia*. Penerbit Buku Kompas.
- SMERU. (April 2020). The Impact of Covid-19 Outbreak on Poverty: An Estimation for Indonesia, *Working Paper*.
- Soegijoko, B. T. S., Pratiwi, N. A. H., Anwar, A. C. (2011). *Bunga Rampai Pembangunan Kota Indonesia dalam Abad 21: Konsep dan Pendekatan Pembangunan Perkotaan di Indonesia*. Yayasan Sugijanto Soegijoko dan Urban and Regional Development Institute (URDI).
- Soesastro, M. H. (Ed.). (1973). *Indonesia dan Dunia Internasional*. Yayasan Proklamasi Centre for Strategic and International Studies.
- Strinati, D. (2004). *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*, London: Routledge.
- Suparno, E. (2009). *National Manpower Strategy*. Penerbit Buku Kompas.
- Syadullah, M. (2012). Dampak Kebijakan Bea Keluar Terhadap Ekspor dan Industri Pengolahan Kakao, *Buletin Ilmiah*, Litbang Perdagangan, Vol. 6 (1).
- Tambunan, T.H. (2020). MSMES In Times of Crisis, Evidence from Indonesia.
- Thee, Kian Wie. (2005). The Major Channels of International Technology Transfer to Indonesia: an Assessment. *Journal of the Asia Pacific Economy*, Vol. 10 (2), pp. 214-236.
- Tolentino, P. E. E. (1993). *Technological Innovation and Third World Multinationals*. London: Routledge.
- TPSA Project. (2016). A Step-by-Step Guide for Indonesian SMEs to Export to Canada.
- TPSA Project. (2018). Opening the World of Trade to Women: How Gender Affects Trade Benefits for Indonesian SMEs.
- Trade Research and Development Agency. (2009). Art of the Shadow. Ministry of Trade Republic of Indonesia.
- UNCTAD. (2008). *Cocoa Study: Industry Structures and Situation*. United Nations Conference on Trade and Development.
- UNDP. (2019). Indonesia Country Profiles.
- UNDP. (2019). Indonesia Country Profiles.

- Wanandi, J. (2014). *Menyibak Tabir Orde Baru: Memoar Politik Indonesia 1965-1998*. Penerbit Buku Kompas.
- Wardhono, F. I. (tt). *Agropolitan, Pembangunan Desa, dan Kawasan Terpadu Mandiri*. Himpunan makalah.
- Wattimena, M. (2014). *Meretas Ketertinggalan Daerah Kepulauan: Percepatan Pembangunan Ekonomi, Infrastruktur Daerah Kepulauan dan Kawasan Timur Indonesia*. PT Pelangi Cendikia.
- Weber, L. E. dan Duderstadt, J. J. (Ed.). (2004). *Reinventing the Research University*. London: Economica.
- Wibowo, I. (2010). *Negara Centeng: Negara dan Saudagar di Era Globalisasi*. Penerbit Kanisius.
- Wicaksono, Teguh Yudo, Deni Friawan. 2008. Recent Developments of Higher Education In Indonesia: Issues And Challenges, *EABER Working Paper Series*, Paper No.45.
- Widyatmadja, J. P. (2005). *Kebangsaan dan Globalisasi dalam Diplomasi*. Penerbit Kanisius.
- Wignjosoebroto, S. & Suyanto, B. (Eds.). (2008). *Jatim 5 Tahun ke Depan: Tantangan & Solusinya*. Dewan Pakar Provinsi Jawa Timur.
- Wijatno, S. & Gunadi, A. (2014). *Perdagangan Bebas dalam Perspektif Hukum Perdagangan Internasional*. Penerbit PT Grasindo.
- World Bank. (2015). *Enterprise Surveys*. 2015.
- Yang, Joon-Mo. (2009). University and Industry Linkages: the Case of Korea. *Proceeding of Korea Institution and Economics Association (KIEA) International Conference*.
- Yustika, A. E., Heriqbaldi, U., Hirawan F. B., Dkk. (2019). *Berselancar di Atas Ombak: Refleksi Ekonomi Indonesia (2015-2018)*. Intrans Publishing.

TENTANG PENULIS



Dr. Wahyudi Wibowo, S.T., M.M.

Email : wahyudi@ukwms.ac.id

Blog : <https://wibowowahyudi.wordpress.com>

Blog : <https://www.kompasiana.com/wahyudi13628>

NIDN : 0715047402

SSRN Author ID : 1640771

Sinta Author ID : 5983771

Penulis saat ini berkarya sebagai dosen tetap pada Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (<http://ukwms.ac.id>). Aktivitas lain yang pernah dijalani antara lain menjadi anggota Dewan Riset Daerah Provinsi Jawa Timur pada periode 2014-2019. Bidang penelitian yang ditekuni meliputi perdagangan internasional dan pembangunan ekonomi. Selain beraktivitas di bidang pendidikan dan penelitian, penulis juga aktif menyumbangkan gagasan di media massa cetak dan elektronika, serta media sosial.

Menyelesaikan pendidikan terakhir dari program Doctor of Economics, International Trade and Commerce Department, Kyungsoong University, Korea Selatan. Gelar Magister Manajemen diraih dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta, dan Sarjana Teknik diraih dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya. Pada tahun 2015 pernah bertugas sebagai Visiting Fellow pada University of San Carlos, Filipina, serta Kyungsoong University, Korea Selatan, pada tahun 2020.

Perekonomian Indonesia terus bergerak dinamis, meski diterpa berbagai periode krisis. Resesi ekonomi yang menerpa selama pandemi Covid-19 merupakan salah satu periode krisis terberat. Seiring pelonggaran mobilitas masyarakat dan bergulirnya kembali aktivitas ekonomi di berbagai sektor, perekonomian Indonesia kini tengah berada di jalur pemulihan. Kendati demikian, sejumlah tantangan tengah menekan kualitas pertumbuhan ekonomi ke depan. Dalam jangka pendek, tantangan tersebut terutama terkait inflasi, krisis rantai pasokan global, serta stabilitas nilai tukar rupiah. Di sisi lain, akselerasi di sektor ekonomi digital kian meningkat. Kemampuan mengelola peluang dan tantangan yang ada menjadi kunci mendorong momentum pemulihan menuju perekonomian yang tangguh, bertumbuh, dan berkeadilan sosial. Buku ini berisi kumpulan pemikiran reflektif penulis yang sehari-hari menekuni profesi sebagai staf pengajar di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Artikel-artikel terpilih yang dihimpun dalam buku ini sebagian besar pernah diterbitkan di media massa maupun jurnal ilmiah.



Dr. Wahyudi Wibowo, S.T., M.M. merupakan dosen tetap pada Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Aktivitas lain yang pernah dijalani antara lain menjadi anggota Dewan Riset Daerah Provinsi Jawa Timur pada periode 2014–2019. Bidang penelitian yang ditekuni meliputi perdagangan internasional dan pembangunan ekonomi. Selain beraktivitas di bidang pendidikan dan penelitian, penulis juga aktif menyumbangkan gagasan di media massa cetak dan elektronika, serta media sosial. Penulis menyelesaikan pendidikan terakhir dari Program Doctor of Economics, International Trade and Commerce Department, Kyungshung University, Korea Selatan. Gelar Magister Manajemen diraihinya dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta, dan Sarjana Teknik diraih dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Penulis pernah bertugas sebagai Visiting Fellow pada University of San Carlos, Filipina, di tahun 2015, serta pada Kyungshung University, Korea Selatan, di tahun 2020.

Fakultas Bisnis
Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Kalurang Km 8,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

✉ cs@deepublish.co.id
📍 Penerbit Deepublish
📧 @penerbitbuku_deepublish
🌐 www.penerbitdeepublish.com



Kategori →

