

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dan kontribusi penting dalam setiap aktivitas perdagangan suatu negara. Hal itu terlihat dari perkembangan kontribusi UMKM di negara-negara berkembang. Sebagai contoh adalah negara-negara di Asia Tenggara. Secara geografis negara-negara di Kawasan Asia Tenggara merupakan wilayah yang berada di antara Asia Selatan dan Asia Timur. UMKM telah menjadi faktor penting dalam negara-negara di Asia Tenggara khususnya negara-negara anggota ASEAN.

Dalam menyikapi kehadiran UMKM, ASEAN telah melakukan berbagai rangkaian perjanjian maupun kegiatan yang bertujuan untuk mendorong partisipasi UMKM dalam perdagangan intra-ASEAN maupun internasional. Upaya pertama ialah melalui Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-27 yang menghasilkan *roadmap* ASEAN 2025: *Forging Ahead Together*. Dalam *roadmap* tersebut menjelaskan maksud dari cita-cita dan tujuan ASEAN 2025 sebagai sebuah kawasan yang aman dan stabil, demokratis, harmonis dan toleran dengan semangat *unity in diversity*. *Roadmap* tersebut juga ditujukan untuk mencapai suatu kawasan yang kompetitif dan terintegrasi penuh dengan pasar global (Kemenlu,2016).

Dalam hal UMKM, pemerintah negara anggota ASEAN melakukan pertemuan dengan pemerintah Canada pada tahun 2017 untuk membahas peningkatan inovasi digital untuk UMKM ASEAN serta pelatihan teknis untuk Sekretariat ASEAN maupun lembaga-lembaga UMKM di ASEAN. Pertemuan tersebut juga untuk membahas pembangunan ekonomi yang terwujud sebagai *The Canada-OECD Project on ASEAN SMEs* dimana kebijakan tersebut merupakan upaya mendukung implementasi dari *ASEAN Strategic Action Plan fo SME Development 2016-2025* (Binis.com, 2017). Kebijakan pemerintah ASEAN dengan pemerintah Canada tersebut merupakan salah satu bentuk *concern*

Kresnaufal Sudono, 2021

DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR UMKM KE ASEAN PADA PERIODE 2014 - 2019

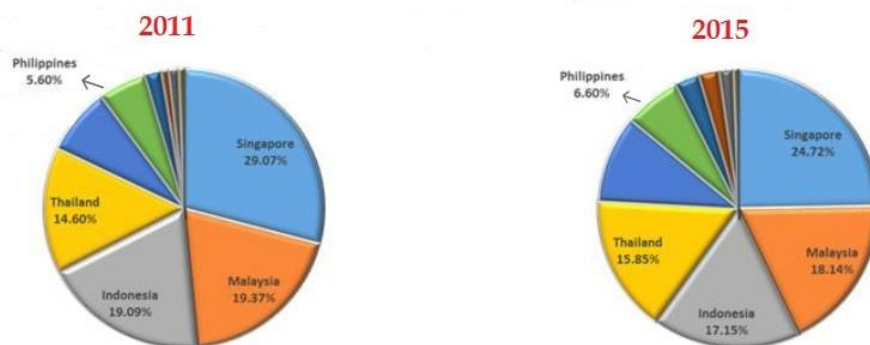
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.respository.upnvj.ac.id]

ASEAN terhadap UMKM negara anggota dan juga merupakan upaya ASEAN untuk mendorong UMKM memperluas pasar ke intra ASEAN hingga luar ASEAN.

Indonesia merupakan salah satu negara ASEAN 5 atau negara yang tergabung sebagai negara perintis berdirinya organisasi ASEAN. Negara-negara itu meliputi Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina. Berdasarkan Gambar 1 Indonesia pada tahun 2011 mencatat sebesar 19.09 persen dan menjadi urutan ketiga terbesar dalam aktivitas ekspor di ASEAN 5 setelah Singapura dan Malaysia. Kemudian bersamaan dengan perkembangan UMKM di Indonesia, aktivitas ekspor pada tahun 2015 terlebih mengalami penurunan yang tercatat sebesar 17.15 persen. Hal ini terlihat bahwa aktivitas ekspor Indonesia ke pasar ASEAN memiliki penurunan nilai.

Gambar 1 Nilai Ekspor UMKM Negara ASEAN 5 ke pasar ASEAN



Sumber IMF 2016

Kemudian dalam sektor ekspor non-migas, berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa pada tahun 2016 nilai ekspor non-migas yang dilakukan Indonesia ialah sebesar 14,38 % dan sempat mengalami penurunan sebesar 0.21 % di tahun 2017 namun kemudian mengalami peningkatan kembali menjadi 14,37 % pada tahun 2018. Kemudian kontribusi terhadap PDB, dimana tahun 2016 UMKM Indonesia berada di nilai 59,84 % dan bergerak meningkat menjadi 61,07 % pada tahun 2018. Sementara jika melihat dari faktor jumlah UMKM, UMKM Indonesia mengalami nilai yang sama dari tahun 2016 sampai dengan 2018 yaitu sebesar 99,9% pelaku UMKM hadir. Hal ini menjelaskan bahwa UMKM

Kresnaufal Sudono, 2021

DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR UMKM KE ASEAN PADA PERIODE 2014 - 2019

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.respository.upnvj.ac.id

memiliki kontribusi yang nyata bagi pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Tabel 1. Perkembangan UMKM Indonesia Tahun 2016-2018

Indikator	2016	2017	2018
Jumlah Unit UMKM	99,99%	99,99%	99,99%
Tenaga Kerja	97,04%	97,2%	97,0%
PDB konstan	57,17%	57,8%	57,24%
PDB harga berlaku	59,84%	60,0%	61,07%
Ekspor non-migas	14,38	14,17%	14,37%

Sumber Kemenkop 2019

Dalam hal ini UMKM berperan penting dalam ekspor non-migas di Indonesia sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan barang dan jasa domestik ,penciptaan lapangan pekerjaan serta peningkatan nilai tambah bagi nilai kemiskinan di Indonesia. Berdasarkan table diatas, Indonesia pada tahun 2016 memiliki jumlah unit UMKM sebesar 99,99 % dan terus berada di nilai yang sama hingga pada tahun 2018 (Ditjen P2P, 2015). Hal ini menjelaskan bahwa Indonesia memiliki banyak pelaku usaha yang berkembang di seluruh Indonesia.

Dalam upaya mendukung UMKM, Presiden Jokowi memiliki visi pemerintahan periode 2014-2019 yaitu terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong. Visi tersebut dilanjutkan melalui Nawacita presiden dengan point;

(2) Membuat pemerintah tidak absen dalam membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis dan terpercaya.

(6) Meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing dipasar internasional.

(7) Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik.

Kemudian dalam rangka mendukung nawacita Presiden, Kementerian Koperasi dan UKM membuat Rencana Strategis yang mencakup sasaran atau upaya pencapaian Kementerian dalam mewujudkan pembangunan koperasi dan UKM yang sehat, tangguh, kuat dan mandiri dalam rangka memperluas kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, pemerataan pendapatan serta yang terpenting memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

Rencana Strategis Kementerian koperasi dan UKM memiliki arah yang sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 yaitu peningkatan daya saing UMKM dan koperasi yang mampu tumbuh menjadi usaha berkelanjutan dengan skala besar dengan tujuan untuk mendukung kemandirian perekonomian nasional. Rencana strategis tersebut juga dilakukan melalui berbagai program/kegiatan yang mencakup upaya peningkatan kapasitas dan kinerja usaha koperasi dan UKM, penguatan serta perluasan peran pendukung usaha serta peningkatan dukungan iklim usaha/pasar (Ditjen P2P, 2015).

Dalam kurun waktu berjalannya ASEAN serta kerjasama didalamnya, setiap negara anggota tidak lupa dengan cita-cita ASEAN yaitu sebagai pasar tunggal dan basis produksi yang menggerakkan para pelaku usaha negara anggota. Cita-cita ASEAN dapat terwujud dengan upaya bersama menciptakan pembangunan ekonomi yang merata, melahirkan kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi serta terintegrasi penuh dalam perekonomian global. Upaya juga perlu dilakukan secara progresif guna menciptakan kemudahan aliran investasi, perdagangan barang dan jasa, penghapusan hambatan perdagangan, serta pemberlakuan sertifikasi dan standardisasi atas produk dan jasa.

Upaya progresif itu lebih awal tertuang dalam *Blueprint ASEAN SME Development Decade (ASDD)* pada tahun 2002-2012. *Blueprint* tersebut

dirancang untuk melengkapi upaya negara anggota ASEAN mendorong serta mempertahankan pengembangan UMKM sebagai aktor dalam perekonomian negara-negara anggota ASEAN seperti Indonesia. Dalam *blueprint* tersebut menjelaskan rencana strategis pengembangan kepada arus perdagangan komoditas barang UMKM ke Kawasan dengan mengedepankan fasilitas, seleksi target, efisiensi, inovasi, dan *networking* (Kanchana, 2003). Melalui adanya *Blueprint* jauh sebelum tahun pelaksanaan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN), ASEAN telah memberikan concern kepada UMKM setiap negara anggotanya. Sehingga hal itu menjadi fokus dalam upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor UMKMinya.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)/ *ASEAN Economic Community* (AEC) merupakan pasar tunggal untuk Kawasan Asia Tenggara yang bertujuan untuk meningkatkan integrasi kawasan dengan mencakup kemudahan arus barang dan jasa, arus tenaga kerja, arus investasi dan arus modal. MEA didasarkan pada prinsip-prinsip ASEAN yang dilandasi semangat kerjasama kawasan non-intervensi, tidak membuat mata uang khusus, dan tidak membangun pakta pertahanan. MEA 2015 memberi peluang kepada pelaku usaha negara-negara ASEAN untuk dapat beroperasi di Indonesia demikian sebaliknya.

Indonesia dalam hal ini memiliki fokus perhatian dalam mempersiapkan kehadiran MEA pada tahun 2015. Pemerintah Indonesia periode 2014 – 2019 melakukan berbagai upaya diplomasi yang komprehensif bersama dengan para pemangku kepentingan seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Koperasi dan UKM, Bank Indonesia, Lembaga terkait serta para pelaku usaha. Upaya diplomasi bertujuan untuk menjaga daya tahan UMKM dan pengembangan akses UMKM di pasar ASEAN.

1.2 Rumusan Permasalahan

Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang memiliki banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kehadiran UMKM dari berbagai daerah dapat menjadi optimisme suatu negara dalam memberikan kontribusinya terhadap perekonomian suatu daerah ataupun nasional. Namun hal nya berbeda jika melihat dari nilai ekspor UMKM Indonesia ke pasar ASEAN dimana nilai ekspor masih mengalami peningkatan dan penurunan tahun 2014 - 2019. Melihat kondisi Indonesia, penulis akan melakukan penelitian tentang: "**Bagaimana Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor UMKM ke ASEAN pada periode 2014 - 2019.**"

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk melihat sejauh mana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor UMKM ke pasar ASEAN melalui kacamata diplomasi ekonomi
- b. Untuk melihat sejauh mana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor UMKM ke pasar ASEAN melalui peningkatan daya saing UMKM

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dapat menambah wawasan ilmu Hubungan Internasional yang berkaitan dengan bahan yang diteliti, khususnya kebijakan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ke ASEAN.

2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kebijakan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ke ASEAN

b. Dapat dijadikan informasi bagi pihak terkait dengan masalah yang diteliti serta bagi masyarakat yang membutuhkan mengenai kebijakan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ke ASEAN pada periode tahun 2014-2019.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam rangka memberikan pemahaman terhadap isi skripsi secara menyeluruh, penulis membagi laporan ini menjadi 5 (lima) dan dengan sejumlah sub-bab yang saling berkaitan. Bab tersebut diantaranya adalah:

Bab I Merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang topik yang dibahas dan kaitannya dengan penelitian skripsi. Selain itu, bab ini juga berisi rumusan, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan skripsi.

Bab II Bab dua ini berisikan mengenai tinjauan pustaka yang dijadikan komparasi oleh penulis. Selain itu memuat kerangka teori dan konsep yang digunakan sebagai pisau analisis penulis dalam menulis skripsi. Bab ini juga memuat mengenai alur pemikiran serta hipotesis penulis terkait topik yang dibahas.

Bab III Bab tiga membahas tentang metodologi penelitian, teknis analisa, pendekatan penelitian serta teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk membuat skripsi.

Bab IV Bab empat membahas tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan ASEAN serta daya saing yang dapat diunggulkan UMKM Indonesia di ASEAN

Bab V Bab lima menampilkan upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan pemerintah, sektor swasta hingga masyarakat Indonesia dalam meningkatkan ekspor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ke ASEAN dalam periode 2014-2019.