

## KESIAPAN KONSUMEN DALAM NEGERI MENYIKAPI AFTA DAN AEC 2015

Seto Haryo Aji Wicaksono<sup>1</sup>, Ahmad Sugondo<sup>2</sup>, Faizal Roni<sup>3</sup>

Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas “BSI Bandung”

**Abstrak-** Dalam menghadapi realisasinya, negara-negara anggota ASEAN termasuk Indonesia harus melakukan upaya guna mempersiapkan diri. Salah satu perangkat yang perlu dipersiapkan adalah pengaturan pemerintah suatu negara melalui peraturan atau kebijakan (policy). Hal ini penting karena dapat menciptakan alur serta panduan bagi suatu negara untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan juga dapat mengarahkan masyarakat serta perangkat negara lainnya menuju tahap yang ingin dicapai, sehingga pengaturan melalui kebijakan (policy) ini merupakan langkah pertama sebagai upaya mempersiapkan Indonesia. Kehadiran pasar bebas ASEAN (ASEAN Free Trade Area) tinggal menunggu waktu. Siap tidak siap, mau tidak mau kita harus menghadapinya. Kegiatan produksi tidak bisa dipisahkan dari kegiatan konsumsi. Artinya bahwa produksi terjadi hanya ketika terdapat permintaan untuk itu. Pengendalian produksi berarti bisa dilakukan dari pengendalian konsumsi. Selain itu, pemilihan barang apa yang harus diproduksi harus mempertimbangan fungsi konsumsi yang terbentuk. Upaya untuk mengarahkan masyarakat Indonesia untuk mempunyai kepedulian terhadap pola konsumsi menjadi sangat perlu untuk dilakukan. Kegiatan sosialisasi dan edukasi ke masyarakat harus dilakukan, melalui berbagai program yang diadakan oleh berbagai pihak. Pemerintah, baik pusat maupun daerah), lembaga pendidikan, mulai SD, SMP, SMA, sampai perguruan tinggi, dan institusi terkait lainnya perlu melakukan konsolidasi dan koordinasi untuk bisa mendapatkan efek terbaik dari kesadaran masyarakat.

**Kata Kunci:** AFTA, Kesiapan Konsumen, AEC

### I. PENDAHULUAN

Deklarasi Bangkok tahun 1967 merupakan awal dimulainya kerja sama ekonomi negara-negara ASEAN yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pengembangan budaya dikalangan negara-negara ASEAN. Dalam perkembangannya, pelaksanaan kerjasama ekonomi ASEAN berjalan relatif lebih cepat dibandingkan dengan kerjasama di bidang politik, keamanan dan sosial budaya, sehingga mempercepat pembentukan Komunitas Ekonomi ASEAN.

Alasan terbentuknya ASEAN, yaitu untuk membentuk kerja sama dalam meredakan rasa saling curiga, membangun rasa saling percaya, selain itu negara-negara Asia Tenggara telah melakukan berbagai upaya kerja sama regional baik yang bersifat intra maupun ekstra kawasan seperti *Association of Southeast Asia (ASA)*, *South East Asian Ministers of Education Organization (SEAMEO)*, *South East Treaty Organization (SEATO)* dan *Asia and Pacific Council (ASPAC)* serta Malaya, Philipina, Indonesia (MAPHILINDO). Namun pada kenyataannya, organisasi-organisasi tersebut belum dapat meningkatkan integrasi kawasan.

Untuk mengatasi persekutuan yang sering terjadi di antara negara-negara Asia Tenggara dan membentuk kerja sama regional yang lebih kokoh, maka tercetuslah deklarasi tersebut yang dikenal

dengan *Association of South East Asian Nation (ASEAN)*. Upaya-upaya yang dilakukan adalah untuk membangun rasa saling percaya antar negara anggota guna mengembangkan kerjasama regional yang bersifat kooperatif namun belum bersifat integratif. Sejak awal pembentukannya, ASEAN secara insentif menyepakati berbagai kesepakatan dalam bidang ekonomi. Kesepakatan yang menjadi cikal bakal 3 pembentukan *ASEAN Economic Community (AEC)* pada tahun 2015 nanti adalah disepakatinya *Common Effective Preferential Tariff- ASEAN Free Trade Area (CEPT-AFTA)* pada tahun 1992 dengan target implementasi semula tahun 2008, lalu kemudian dipercepat menjadi tahun 2003.

Pada tahun 1997, disepakati *ASEAN Vision 2020*, yaitu mewujudkan kawasan yang stabil, makmur dan berdaya saing tinggi dengan pembangunan ekonomi yang merata yang ditandai dengan penurunan tingkat kemiskinan dan perbedaan sosial ekonomi. Lalu pada tahun 2003, disepakati tiga pilar untuk mewujudkan *ASEAN Vision 2020* yang dipercepat menjadi 2015, yaitu:

1. *ASEAN Economic Community*,
2. *ASEAN Political-Security Community*,
3. *ASEAN Socio-Cultural Community*

Pada bulan Januari 2007, disepakati untuk mempercepat pencapaian *ASEAN Economic Community (AEC)* yang semula tahun 2020 menjadi tahun 2015 dan pada tahun yang sama ditandatangani

pula pedoman bagi negara-negara anggota ASEAN untuk mencapai *ASEAN Economic Community (AEC) 2015*, yaitu *AEC Blueprint*. Dimana setiap negara-negara anggota ASEAN berkewajiban untuk komitmen dalam *blueprint* tersebut yang berisi rencana kerja strategis dalam jangka pendek, menengah dan panjang hingga tahun 2015 menuju terbentuknya integrasi ekonomi ASEAN, yaitu:

1. Menuju *single market dan production base* (arus perdagangan bebas untuk sektor barang, jasa, investasi, pekerja terampil, dan modal);
2. Menuju penciptaan kawasan regional ekonomi yang berdaya saing tinggi (*regional competition policy, IPRs action plan, infrastructure development, ICT, energy cooperation, taxation, dan pengembangan UKM*);
3. Menuju suatu kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata (*region of equitable economic development*) melalui pengembangan UKM dan program-program *Initiative for ASEAN Integration (IAI)*; dan
4. Menuju integrasi penuh pada ekonomi global (pendekatan yang koheren dalam hubungan ekonomi eksternal serta mendorong keikutsertaan dalam *global supply network*).

Pelaksanaan rencana kerja strategis tersebut dijabarkan lebih lanjut melalui *priority actions* yang pencapaiannya dievaluasi dan dimonitor dengan menggunakan score card. Di samping itu, diperlukan dukungan berupa kemauan politik, koordinasi dan mobilisasi sumber daya, pengaturan pelaksanaan, peningkatan kemampuan (*capacity building*) dan penguatan institusi, serta peningkatan konsultasi antara pemerintah dan sektor swasta. Pelaksanaan rencana kerja strategis tersebut juga akan didukung dengan program pengembangan sumber daya manusia dan kegiatan penelitian serta pengembangan di masing-masing negara.

*ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint* tersebut kemudian disahkan pada Rangkaian Pertemuan KTT ASEAN ke-13. *AEC Blueprint* bertujuan untuk menjadikan kawasan ASEAN lebih stabil, sejahtera dan sangat kompetitif, memungkinkan bebasnya lalu lintas barang, jasa, investasi dan aliran modal. Selain itu, juga akan diupayakan kesetaraan pembangunan ekonomi dan pengurangan kemiskinan serta kesenjangan sosial ekonomi pada tahun 2015.

*AEC Blueprint* merupakan suatu master plan bagi ASEAN untuk membentuk Komunitas Ekonomi ASEAN pada tahun 2015 dengan mengidentifikasi langkah-langkah integrasi ekonomi yang akan ditempuh melalui implementasi berbagai komitmen yang rinci, dengan sasaran dan jangka waktu yang jelas.

Terkait dengan *AEC Blueprint*, ASEAN juga telah mengembangkan mekanisme Scorecard untuk mencatat implementasi dan komitmen-komitmen negara anggota sebagaimana yang telah disepakati di dalam *AEC Blueprint*. *Scorecard* dimaksud akan memberikan gambaran komprehensif bagaimana kemajuan ASEAN untuk mengimplementasikan AEC pada tahun 2015.

Terkait dengan implimentasi *AEC Blueprint*, pada tahun 2007-2008, Ditjen Kerjasama ASEAN telah melakukan sosialisasi *AEC Blueprint* bersamaan dengan sosialisasi *ASEAN Charter*, baik di tingkat pusat, khususnya kepada asosiasi-asosiasi bisnis maupun di daerah-daerah di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Irian. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk seminar, workshop, lokakarya maupun Kuliah Umum, wawancara di media massa cetak dan elektronik lokal di pusat dan daerah. Salah satu sasaran yang ingin dicapai adalah untuk memicu kesiapan masyarakat serta menimbulkan mengenai "*public awareness*" mengenai ASEAN.

Indonesia merupakan salah satu Negara terbesar populasinya yang ada di kawasan ASEAN. Masyarakat Indonesia adalah Negara *Heterogen* dengan berbagai jenis suku, bahasa dan adat istiadat yang terhampar dari Sabang sampai Merauke. Indonesia mempunyai kekuatan ekonomi yang cukup bagus, pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia setelah India. Ini akan menjadi modal yang penting untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia menuju *ASEAN Economic Community (AEC)* tahun 2015.

*ASEAN Economic Community (AEC)* merupakan salah satu bentuk *Free Trade Area (FTA)* dan berlokasi di kawasan Asia Tenggara. *ASEAN Economic Community* yang dibentuk dengan misi menjadikan perekonomian di ASEAN menjadi lebih baik serta mampu bersaing dengan negara-negara yang perekonomiannya lebih maju dibandingkan dengan kondisi negara ASEAN saat ini. Selain itu juga dengan terwujudnya *ASEAN Economic Community*, dapat menjadikan posisi ASEAN menjadi lebih strategis di kancah Internasional. Penulis mengharapkan dengan terwujudnya komunitas masyarakat ekonomi ASEAN ini dapat membuka mata semua pihak, sehingga terjadi suatu dialog antar sektor yang nantinya juga saling melengkapi di antara para *stakeholder* sektor ekonomi di negara-negara ASEAN dan ini sangatlah penting.

*ASEAN Economic Community* ini terintegrasi lewat kerja sama ekonomi regional yang diharapkan mampu memberikan akses yang lebih mudah, tidak terkecuali perdagangan luar negeri. Indonesia adalah *market* yang cukup besar bagi produsen-produsen suatu produk untuk menawarkan barangnya. Banyak produsen luar negeri beranggapan Indonesia menjadi salah satu sasaran pemasaran yang paling menguntungkan dibandingkan negara-negara berkembang lainnya.

Dengan diterapkannya *blueprint* perdagangan tanpa batas yang diramal terjadi di tahun 2015 mendatang, tentunya Indonesia memiliki peluang sekaligus tantangan dalam hal perdagangan internasional. Tarif yang hampir 80 % menggunakan *zero percent* tentunya akan mempermudah Indonesia memasuki pangsa pasar bahan baku dari negara tetangga, mengingat tidak semua bahan baku ada di Indonesia. Keadaan ini akan memicu persaingan yang lebih kompetitif baik dalam lingkup domestik maupun internasional. Di samping itu, nama Indonesia yang dikenal sebagai *market* potensial dengan jumlah

penduduk yang besar diharapkan mampu menarik para investor luar negeri yang ingin menanamkan modalnya di Indonesia. Tentu saja di sini pemerintah mempunyai peranan penting dalam mengatur kebijakan terhadap para investor agar tidak saja mencari keuntungan, tetapi mampu meningkatkan tingkat perekonomian Indonesia. Jika pemerintah tidak melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut, beberapa sektor industri akan mengalami titik kelemahan ketika FTA benar-benar diimplementasikan.

Negara-negara di ASEAN yang dikenal sebagai komoditi ekspor berbasis sumber daya alam terbesar di Asia juga menjadikan peluang dalam persaingan pasar produksi dengan *surplus* pada neraca transaksi. Konsentrasi perdagangan ke luar ASEAN memang mengalami penurunan sejak tahun 1993 dari 80 % menjadi sekitar 73 % pada akhir tahun 2008. Keadaan ini berbanding terbalik dengan perdagangan *intra-ASEAN* yang meningkat dari 19 % menjadi 26 % di tahun yang sama. Indonesia yang menjadi salah satu pemain penting dalam percaturan dagang di ASEAN memiliki persentase impor yang tidak berimbang dengan ekspor baik dalam lingkup *intra-ASEAN* maupun ke luar ASEAN. Keadaan ini harus dipahami oleh pemerintah sehingga nantinya terdapat solusi sebelum perdagangan bebas mendominasi pangsa pasar.

Untuk mencapai semuanya itu, Indonesia harus mulai menyiapkan strategi apa yang dipakai agar mampu bersaing di pasar bebas nanti yang hanya sisa menghitung hari. Tentunya dibutuhkan kesadaran dari masing-masing pribadi apa yang akan dilakukan nanti agar mampu bersaing. Terutama bagi orang-orang yang memiliki kekuasaan bagaimana ia menuntun masyarakat-masyarakatnya agar mampu bersaing pada pasar bebas nanti dengan negara-negara Asia lainnya. Strategi-strategi yang bisa dipakai agar mampu bersaing di pasar bebas nanti misalnya lebih meningkatkan pemeriksaan ekspor-impor secara bersih, perlunya stabilitas politik, pemerintah harus bersikap bersih jauh dari korupsi, ketertiban sosial, adanya inovasi teknologi dan ketersediaan infrastruktur yang memadai. Dengan adanya strategi-strategi ini diharapkan pada 2015 nanti Indonesia tidak ketinggalan jauh karena Indonesia memiliki banyak sumber daya alam yang bisa dimanfaatkan. Namun untuk mencapai semuanya itu dibutuhkan juga sumber daya manusia yang ahli dalam bidang-bidang tertentu, meningkatkan pendidikan, dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada sebaik-baiknya sehingga meningkatkan pengelolaan produksi bahan baku agar masyarakat Indonesia memiliki standar kesejahteraan ekonomi yang memadai.

Tantangan muncul ketika peluang menghadirkan berbagai risiko di dalamnya. Tantangan yang harus dihadapi Indonesia menghadapi perdagangan bebas tidak hanya berada pada permasalahan domestik, tetapi di dalam lingkup internasional khususnya kawasan Asia Tenggara. Kinerja ekspor menunjukkan Indonesia berada pada

peringkat ke-4 di kawasan ASEAN di bawah Singapura, Malaysia, dan Thailand di akhir tahun 2008. Di samping itu kinerja impor juga tidak menunjukkan kekuatan Indonesia sebagai negara penghasil bahan baku dengan berada pada peringkat ke-3 di bawah Singapura dan Malaysia di tahun yang sama. Apabila kondisi daya saing tidak segera diperbaiki, defisit terhadap negara-negara tersebut akan semakin membesar dan menjadi ancaman yang sangat serius bagi perekonomian Indonesia. Keadaan ini sebenarnya bisa diperbaiki dengan memperbaiki produk-produk yang akan diproduksi. Produk-produk yang diciptakan oleh negara-negara ASEAN selama ini menunjukkan kesamaan yang akan berakibat pada persaingan yang cenderung *monoton*. Indonesia harus secara teliti melihat keadaan ini sebagai peluang atau tantangan, melihat negara ini memiliki sumber daya alam yang lebih dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya.

Indonesia dalam KTT ASEAN ke-21 di Phnom Penh tahun 2012, ditunjuk sebagai motor penggerak dalam mengintegrasikan kekuatan Asia Tenggara di dunia global. Bersama-sama dengan Singapura dan Thailand, Indonesia berada di baris terdepan dalam mengimplementasikan konsep-konsep yang telah disepakati. Keadaan ini diperkuat dengan optimisme mantan Menteri Perdagangan RI Gita Wiryawan yang menyebutkan bahwa ASEAN Economic Community (AEC) ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri dan pendapatan per kapita. Dengan konsep *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) diharapkan mampu meningkatkan posisi tawar dalam perekonomian global bersaing dengan blok-blok integrasi lainnya di luar Asia. Tentunya peluang ini harus dimaksimalkan oleh seluruh negara ASEAN dengan persiapan di semua sektor. Tujuan utama dari 10 negara ini adalah tingkat perekonomian yang merata di samping mendapatkan kemudahan akses ekonomi regional. Melihat keadaan memang tidak selalu seperti yang diharapkan.

Persaingan yang terlalu kompetitif memicu kesenjangan ekonomi antar negara. Singapura misalnya, negara dengan pendapatan per kapita tertinggi di ASEAN ini tentunya tidak bisa dibandingkan bahkan disamaratakan dengan negara-negara berkembang di kawasan Asia Tenggara. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang harus teliti dan cermat dalam “kebebasan” ini. Peluang dan tantangan harus dianalisis, ditanggapi, dan diimplementasikan secara konseptual sehingga nantinya Indonesia tidak hanya menjadi *market* bagi para investor luar saja atau bahasa kerennya menjadi kacung di negara sendiri, melainkan mampu mengendalikan pasar internasional serta dapat mewujudkan perubahan yang berarti bagi kehidupan keseharian masyarakatnya. Pertanyaannya adalah, seberapa “siapkah” Indonesia dalam menghadapi ASEAN Economic Community (AEC) 2015?

## II. PEMBAHASAN

### 2.1. Tujuan AFTA

Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN (ASEAN Free Trade Area, **AFTA**) adalah sebuah persetujuan oleh ASEAN mengenai sektor produksi lokal di seluruh negara ASEAN. Ketika persetujuan AFTA ditandatangani resmi, ASEAN memiliki enam anggota, yaitu, Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura dan Thailand. Vietnam bergabung pada 1995, Laos dan Myanmar pada 1997 dan Kamboja pada 1999. AFTA sekarang terdiri dari sepuluh negara ASEAN. Keempat pendatang baru tersebut dibutuhkan untuk menandatangani persetujuan AFTA untuk bergabung ke dalam ASEAN, namun diberi kelonggaran waktu untuk memenuhi kewajiban penurunan tarif AFTA.

Bentuk kerja sama ini mempunyai dua tujuan utama, yaitu: (1) Meningkatkan daya saing ASEAN sebagai basis produksi dalam pasar dunia melalui penghapusan bea dan halangan non-bea dalam ASEAN; dan (2) Menarik investasi asing langsung ke ASEAN.

Dari bentuk kerja sama ini, maka akan dimungkinkan produk dari satu negara di kawasan ASEAN untuk masuk dengan bebas dan membanjiri pasar di negara lain. Bisa dikatakan bahwa akan terbentuk sebuah wilayah yang lebih luas bagi setiap kita untuk memasarkan produknya sekaligus untuk mendapatkan produk dari sumber yang lebih luas. Kondisi seperti ini, bisa dipandang sebagai sebuah peluang, sekaligus sebagai sebuah ancaman. Apabila produsen dalam negeri bisa memproduksi barang dengan lebih efisien, maka tersedianya pasar yang luas akan merupakan kesempatan besar untuk menguasai kawasan. Namun sebaliknya, apabila para produsen kita tidak siap bersaing dengan produsen negara lain, maka produk yang lebih murah yang akan masuk membanjiri Indonesia. Konsumen Indonesia akan mempunyai pilihan yang lebih untuk mendapatkan produk murah.

Hal ini, sepiantas lalu menguntungkan bagi kita, namun demikian, ada yang perlu kita cermati yaitu ancaman matinya para produsen dalam negeri.

### 2.2. Keuntungan yang didapat oleh Indonesia

Keuntungan AFTA yang dapat diperoleh bagi Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Peluang pemasaran barang ke ASEAN akan jauh lebih besar dan akan meningkatkan pendapatan penduduk Indonesia.
2. Biaya produksi akan lebih murah dan Indonesia akan mendapatkan keuntungan yang besar karena rata-rata produknya adalah impor.
3. Pilihan pembeli akan menjadi lebih variatif.
4. Kerjasama dalam menjalankan bisnis semakin terbuka dengan beraliansi dengan pelaku bisnis di negara anggota ASEAN.

Di sini, penulis mengambil ucapan Dr. Ichsanuddin Noorsy bahwa AFTA tidak menguntungkan Indonesia. AFTA hanya

menguntungkan bagi negara-negara seperti Singapura, Malaysia dan Thailand. Hal ini mengacu pada lima indikator :

1. Indikator persaingan. Mengambil *Global Competitive Report 2011 – 2012*, Indonesia berada di peringkat 44 – masih berada di bawah negara-negara ekonomi utama ASEAN, seperti Thailand (38), Malaysia (26), dan Singapura (3).
2. Indikator SDM. Mengambil *Human Development Index 2011* yang dikeluarkan UNDP menyebutkan, Indonesia berada di urutan 124 dari 187 negara yang dinilai (setingkat Honduras, Kiribati dan Afrika Selatan).
3. Indikator Performa. Mengambil *Logistic Performance Index*.
4. Indikator Teknologi : Tinggi, Menengah dan Bawah.
5. Indikator perbandingan rata-rata sistem politik, sistem pemerintahan dengan PDB dan struktur di dalamnya.

Intinya dari lima indikator di atas, Indonesia kalah dengan tiga negara : Singapura, Malaysia dan Thailand. Selain itu, Pemerintah dianggap masih belum bisa memberikan perlindungan secara merata sehingga belum siap menghadapi AFTA 2015.

Mari kita ambil contoh di aspek infrastruktur yang berkaitan dengan bidang konstruksi. Dengan adanya AFTA 2015, diharapkan adanya peningkatan pembangunan infrastruktur di Indonesia, terutama di daerah tertinggal karena investasi akan datang lebih banyak (swasta). Akan tetapi pembangunan infrastruktur membutuhkan tenaga ahli yang lebih banyak pula. Dikhawatirkan, tenaga ahli yang dimiliki akan kalah bersaing dengan tenaga ahli dari luar atau tenaga ahli dalam negeri akan dibeli oleh negara luar. Kita akan jadi budak di negeri sendiri.

Mungkin ada contoh lain yang lebih nyata sekarang ini. Misal dalam investasi, besarnya beban biaya logistik dan rumitnya birokrasi dianggap sebagai persoalan yang memberatkan investor. Tahun 2012, *Asia Business Outlook the Economist Coprporate Network* mengatakan bahwa Indonesia masih kurang luwes terhadap para investor. Besarnya beban biaya logistik dan pelayanan birokrasi menjadi penyebab utamanya. Waktu proses ekspor di Indonesia rata-rata adalah 17 hari, sementara ASEAN rata-rata 14 hari.

Indonesia mempunyai potensi sebagai pasar export yang besar : bahan baku mudah didapat (besi, nikel, dan alumunium), tanah masih relatif murah, mesin, sukucadang, bahan baku serta teknologi mudah didapat. Namun birokrasi mempersulit perijinan : untuk ijin bangun pabrik perlu minimal tiga bulan melalui lima instansi dengan tujuh perijinan yang kadang berbelit dan biaya cukup mahal. Singapura hanya perlu waktu 3-4 hari, melalui satu instansi dan biaya seperempat dari Indonesia, digetupun dengan Malaysia, Vietnam, Thailand, Kamboja dan China. Tanda lain yang mungkin terlihat adalah banyak pengusaha jasa konstruksi di Bali yang beralih ke sektor jasa lainnya. Hal ini tak lepas dari semakin banyaknya proyek-proyek besar di bidang

infrastruktur yang masuk ke Bali, sehingga mereka yang tidak mampu berkompetisi akhirnya tersingkir. Seiring regulasi dan iklim investasi baru, dimana arus investasi tidak terbendung sehingga tidak lagi bisa membatasi pengerjaan proyek di Kabupaten dan Provinsi : Tidak ada pembatasan pangsa pasar untuk skala kecil di Kabupaten, menengah di tingkat Provinsi dan besar di tingkat Pusat. Pengusaha lokal jauh dari sisi kualitas dalam berkompetensi di pasar. Ingat, AFTA 2015 bukan hanya mencakup anggota-anggota ASEAN saja, melainkan negara-negara yang telah menandatangani perjanjian bilateral seperti China, Jepang, Korea Selatan, India, dan Selandia Baru. Bukan hanya tingkat ahli profesional dalam negeri saja yang terancam, namun juga tenaga teknis di berbagai sektor seperti sopir taksi, buruh bangunan, tukang cukur, serta petani lapangan.

AFTA adalah mimpi buruk bagi industri manufaktur, eksportir dan bisnis lainnya, serta sektor tenaga kerja yang belum siap. Akibatnya, bukan hanya tidak bisa memenetrasi pasar, tetapi orang lain akan mengambil pasar domestik milik kita. Ketakutan itu perlu dan manusiawi. Penulis berpendapat ini tak berlebihan. Rencanakan yang terbaik, bersiap untuk kondisi terburuk.

### **2.3. Persoalan yang dihadapi oleh Indonesia**

Dalam menghadapi AFTA, Indonesia sebagai salah satu Negara anggota ASEAN masih memiliki beberapa kendala yang menunjukkan ketidaksiapan kita dalam menghadapi AFTA, diantaranya adalah; dari segi penegakan hukum, sudah diketahui bahwa sektor itu termasuk buruk di Indonesia. Jika tak ada kepastian hukum, maka iklim usaha tidak akan berkembang baik, yang mana hal tersebut akan menyebabkan biaya ekonomi tinggi yang berpengaruh terhadap daya saing produk dalam pasar internasional.

Faktor lain yang amat penting adalah lembaga-lembaga yang seharusnya ikut memperlancar perdagangan dan dunia usaha ternyata malah sering diindikasikan KKN. Akibat masih meluasnya KKN dan berbagai pungutan yang dilakukan unsure pemerintah di semua lapisan, harga produk yang dilempar ke pasar akan terpengaruhi. Otonomi daerah yang diharapkan akan meningkatkan akuntabilitas pejabat publik dan mendorong ekonomi lokal ternyata dipakai untuk menarik keuntungan sebanyak-banyaknya dari dunia usaha tanpa menghiraukan implikasinya. Otonomi malah menampilkan sisi buruknya yang bisa mempengaruhi daya saing produk Indonesia di pasar dunia.

Persoalan lain yang harus dihadapi adalah kenyataan bahwa perbatasan Indonesia sangat luas, baik berupa lautan maupun daratan, yang sangat sulit diawasi. Akibatnya, terjadi banjir barang selundupan yang melemahkan daya saing industri nasional. Miliaran dolar hilang setiap tahun akibat ketidakmampuan menjaga perbatasan dengan baik. Menurut taksiran kemampuan TNI-AL, sekitar 40 persen dari seharusnya digunakan untuk mengamankan lautan akibat kekuarangan dana dan sarana yang lain. Kendala utama bagi masyarakat

Indonesia adalah mengubah pola pikir, baik di kalangan pejabat, politisi, pengusaha, maupun tenaga kerja. Mengubah pola pikir ini sangat penting bagi keberhasilan kita memasuki AFTA.

Namun, selain menghadapi berbagai persoalan, AFTA jelas juga membawa sejumlah keuntungan. Pertama, barang-barang yang semula diproduksi dengan biaya tinggi akan bisa diperoleh konsumen dengan harga lebih murah. Kedua, sebagai kawasan yang terintegrasi secara bersama-sama, kawasan ASEAN akan lebih menarik sebagai lahan investasi. Indonesia dengan sumber daya alam dan manusia yang berlimpah mempunyai keunggulan komparatif. Namun, peningkatan SDM merupakan keharusan. Ternyata, kemampuan SDM kita sangat payah dibandingkan Filipina atau Thailand.

Berdasarkan peraturan Pemerintah Nomer 63 tahun 1999, pihak asing dimungkinkan untuk mempunyai saham hampir 99 persen. Jadi jika ingin menambah sahamnya, sedangkan partner lokalnya tidak mampu, maka saham partner lokal menjadi terdivestasi.

### **2.4. Dampak AFTA**

Ada banyak dampak suatu perjanjian perdagangan bebas, antara lain spesialisasi dan peningkatan volume perdagangan. Sebagai contoh, ada dua negara yang dapat memproduksi dua barang, yaitu A dan B, tetapi kedua negara tersebut membutuhkan barang A dan B untuk dikonsumsi.

Secara teoritis, perdagangan bebas antara kedua negara tersebut akan membuat negara yang memiliki keunggulan komparatif (lebih efisien) dalam memproduksi barang A (misalkan negara pertama) akan membuat hanya barang A, mengekspor sebagian barang A ke negara kedua, dan mengimpor barang B dari negara kedua.

Sebaliknya, negara kedua akan memproduksi hanya barang B, mengekspor sebagian barang B ke negara pertama, dan akan mengimpor sebagian barang A dari negara pertama. Akibatnya, tingkat produksi secara keseluruhan akan meningkat (karena masing-masing negara mengambil spesialisasi untuk memproduksi barang yang mereka dapat produksi dengan lebih efisien) dan pada saat yang bersamaan volume perdagangan antara kedua negara tersebut akan meningkat juga (dibandingkan dengan apabila kedua negara tersebut memproduksi kedua jenis barang dan tidak melakukan perdagangan).

Saat ini AFTA sudah hampir seluruhnya diimplementasikan. Dalam perjanjian perdagangan bebas tersebut, tarif impor barang antarnegara ASEAN secara berangsur-angsur telah dikurangi. Saat ini tarif impor lebih dari 99 persen dari barang-barang yang termasuk dalam daftar Common Effective Preferential Tariff (CEPT) di negara-negara ASEAN-6 (Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand) telah diturunkan menjadi 5 persen hingga 0 persen.

Sesuai dengan teori yang dibahas di atas, AFTA tampaknya telah dapat meningkatkan volume perdagangan antarnegara ASEAN secara signifikan.

Ekspor Thailand ke ASEAN, misalnya, mengalami pertumbuhan sebesar 86,1 persen dari tahun 2000 ke tahun 2005. Sementara itu, ekspor Malaysia ke negara-negara ASEAN lainnya telah mengalami kenaikan sebesar 40,8 persen dalam kurun waktu yang sama.

Adanya AFTA telah memberikan kemudahan kepada negara-negara ASEAN untuk memasarkan produk-produk mereka di pasar ASEAN dibandingkan dengan negara-negara non-ASEAN. Untuk pasar Indonesia, kemampuan negara-negara ASEAN dalam melakukan penetrasi pasar kita bahkan masih lebih baik dari China. Hal ini terlihat dari kenaikan pangsa pasar ekspor negara ASEAN ke Indonesia yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan pangsa pasar China di Indonesia.

Pada tahun 2001 pangsa pasar ekspor negara-negara ASEAN di Indonesia mencapai 17,6 persen. Implementasi AFTA telah meningkatkan ekspor negara-negara ASEAN ke Indonesia. Akibatnya, pangsa pasar ASEAN di Indonesia meningkat dengan tajam. Dan pada tahun 2005 pangsa pasar negara-negara ASEAN di Indonesia mencapai 29,5 persen. Berbeda dengan anggapan kita selama ini bahwa ternyata daya penetrasi produk-produk China di Indonesia tidak setinggi daya penetrasi produk-produk negara ASEAN. Pada tahun 2001 China menguasai sekitar 6,0 persen dari total impor Indonesia. Pada tahun 2005 baru mencapai 10,1 persen, masih jauh lebih rendah dari pangsa pasar negara-negara ASEAN. Jadi, saat ini produk-produk dari negara ASEAN lebih menguasai pasar Indonesia dibandingkan dengan produk-produk dari China.

Sebaliknya, berbeda dengan negara-negara ASEAN yang lain, tampaknya belum terlalu diperhatikan potensi pasar ASEAN, dan lebih menarik dengan pasar-pasar tradisional, seperti Jepang dan Amerika Serikat. Hal ini terlihat dari pangsa pasar ekspor kita ke negara-negara ASEAN yang tidak mengalami kenaikan yang terlalu signifikan sejak AFTA dijalankan. Pada tahun 2000, misalnya, pangsa pasar ekspor Indonesia di Malaysia mencapai 2,8 persen. Dan pada tahun 2005 hanya meningkat menjadi 3,8 persen. Hal yang sama terjadi di pasar negara-negara ASEAN lainnya.

Produsen internasional tidak harus mempunyai pabrik di setiap negara untuk dapat menyuplai produknya ke negara-negara tersebut. Produsen internasional dapat memilih satu negara di kawasan ini untuk dijadikan basis produksinya dan memenuhi permintaan produknya di negara di sekitarnya dari negara basis tersebut. Turunnya tarif impor antarnegara ASEAN membuat kegiatan ekspor-impor antarnegara ASEAN menjadi relatif lebih murah dari sebelumnya. Tentunya negara yang dipilih sebagai negara basis suatu produk adalah yang dianggap dapat membuat produk tersebut dengan lebih efisien (spesialisasi).

Negara-negara di kawasan ini tentunya berebut untuk dapat menjadi pusat produksi untuk melayani pasar ASEAN karena semakin banyak perusahaan yang memilih negara tersebut untuk

dijadikan pusat produksi, akan semakin banyak lapangan kerja yang tersedia. Sayangnya, Indonesia tampaknya masih tertinggal dalam menciptakan daya tarik untuk dijadikan pusat produksi.

## **2.5. Kesiapan Indonesia**

Infrastruktur dan sumber daya manusia (SDM) Indonesia dinilai belum siap menghadapi ASEAN Free Trade Area (AFTA) atau pasar bebas ASEAN mulai 2015. "Kita semua tahu bagaimana kualitas SDM dan infrastruktur kita, padahal pasar bebas ASEAN itu tidak lama lagi," kata pengamat politik ekonomi internasional UI, Beginda Pakpahan, di Jakarta. Ia mengatakan pada dasarnya FTA (Free Trade Area) sangat potensial untuk memperluas jejaring pasar sekaligus menambah insentif, karena tidak adanya lagi pembatasan kuota produk.

Namun, bagi Indonesia bukan melulu keuntungan, sebab FTA juga bisa menjadi ancaman bila pemerintah RI tidak mempersiapkan SDM dan infrastruktur dalam negeri. Dampak terburuk justru mengancam masyarakat lapisan paling bawah, seperti petani gurem dan pedagang kecil. Saat ini Indonesia setidaknya berada di peringkat keenam di ASEAN di luar negara-negara yang baru bergabung (Kamboja, Vietnam, Laos, dan Myanmar).

Selain SDM, infrastruktur di tanah air juga belum mendukung untuk menghadapi AFTA. Indonesia harus bisa menjadi pengelola atau tidak melulu menjadi broker atau mediator dalam perdagangan bebas. Agenda terdekat menjelang era pasar bebas, Indonesia harus bisa membenahi dan menyelesaikan kepemimpinan nasional, mewujudkan "good corporate governance", dan membenahi birokrasi sekaligus memberantas korupsi. Selain itu, DPR juga harus sejalan dengan pemerintah dalam masa-masa krisis dan membenahi jajaran TNI/POLRI.

## **2.6. Konsumsi, Distribusi dan Produksi di Pasar.**

Produksi dalam arti yang luas diidentifikasi sebagai setiap tindakan yang ditujukan untuk menciptakan dan menambah manfaat atau nilai guna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tindakan yang dimaksud meliputi: mengubah bentuk barang, memindahkan suatu barang dari suatu tempat ke tempat lain, mengatur waktu penggunaan suatu barang, dan menciptakan suatu jasa.

Proses produksi hanya bisa berlangsung jika terpenuhinya faktor faktor produksi yang diperlukan. Faktor produksi yang dimaksud terdiri dari sumber daya alami (land), modal (capital), tenaga kerja (labour), dan entrepreneurship (kewirausahaan). Fungsi produksi merupakan hubungan antara input yang berupa sumber daya perusahaan dengan output yang berupa barang dan jasa. Fungsi produksi terikat pada hukum yang disebut "law of diminishing returns." Hukum tersebut menjelaskan pertautan antara tingkat produksi dan tenaga kerja yang digunakan.

Distribusi adalah setiap upaya yang dilakukan baik oleh orang maupun lembaga yang ditujukan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan saluran distribusi merujuk pada proses pemilihan atau rute yang akan ditempuh oleh suatu produk ketika produk tersebut mengalir dari produsen ke konsumen.

Kegiatan distribusi, secara ekonomis, merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berupaya menambah manfaat atau nilai guna suatu barang melalui proses pemindahan tempat dan pengaturan waktu. Melalui kegiatan inilah suatu produk akan disalurkan pada tempat dan waktu yang tepat. Berdasarkan intensitasnya saluran distribusi dapat dibedakan atas tiga bentuk yaitu saluran intensif, selektif, dan eksklusif. Dan lembaga lembaga distribusi yang paling umum antara lain grosir, agen, dan pedagang eceran.

Konsumsi adalah tindakan menghabiskan atau mengurangi nilai guna suatu barang dan jasa. Kegiatan konsumsi merupakan tindakan pemuasan atas berbagai jenis tuntutan kebutuhan manusia. Pola konsumsi seseorang akan berubah ubah sesuai dengan naik turunnya pendapatan. Variasi pola konsumsi seorang konsumen selalu ditujukan untuk memperoleh kepuasan yang maksimum. Kepuasan itu sendiri dalam pengertian yang sebenarnya sukar untuk diukur. Atas dasar itulah dalam teori keseimbangan konsumsi dimulai dengan beberapa dugaan.

Perilaku konsumen akan sejalan dengan hukum permintaan, dan hal ini hanya berlaku apabila syarat syaratnya terpenuhi (*ceteris paribus*). Dalam mempelajari perilaku konsumen tersebut dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu *indifference curve approach* dan *marginal utility approach*.

### **2.7. Mencari Keseimbangan Produksi dan Konsumsi**

Penerapan teori pertumbuhan yang telah membawa kesuksesan di negara negara kawasan Eropa ternyata telah menimbulkan kenyataan lain di sejumlah bangsa yang berbeda. Salah satu harapan agar hasil dari pertumbuhan tersebut bisa dinikmati sampai pada lapisan masyarakat paling bawah, ternyata banyak rakyat di lapisan bawah tidak selalu dapat menikmati cururan hasil pembangunan yang diharapkan itu.

Bahkan di kebanyakan negara negara yang sedang berkembang, kesenjangan sosial ekonomi semakin melebar. Dari pengalaman ini, akhirnya dikembangkan berbagai alternatif terhadap konsep pembangunan yang bertumpu pada pertumbuhan. Pertumbuhan ekonomi tetap merupakan pertimbangan prioritas, tetapi pelaksanaannya harus serasi dengan pembangunan nasional yang berorientasi pada manusia pelakunya.

Pembangunan yang berorientasi kerakyatan dan berbagai kebijaksanaan yang berpihak pada kepentingan rakyat. Dari pernyataan tersebut jelas sekali bahwa konsep, ekonomi seharusnya dikembangkan sebagai upaya untuk lebih mengedepankan masyarakat. Orientasi ekonomi

seharusnya dilakukan sebagai sebuah strategi untuk membangun kesejahteraan dengan lebih mengutamakan pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu strategi yang merangkum nilai nilai sosial. Konsep ini merupakan paradigma baru yang bersifat *people centered, participatory, empowering, and sustainable*. Pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan ekonomi dimaksudkan untuk (1) menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang, (2) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat, (3) melindungi yang lemah dalam menghadapi yang kuat.

Ada tiga dasar yang melandasi konsep pembangunan yang berpusat pada rakyat yaitu:

1. Memusatkan pemikiran dan tindakan kebijaksanaan pemerintah pada penciptaan keadaan keadaan yang mendorong dan mendukung usaha usaha rakyat untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan untuk memecahkan masalah-masalah mereka sendiri pada tingkat individual, keluarga, dan komunitas.
2. Mengembangkan struktur struktur dan proses proses organisasi yang berfungsi menurut kaidah kaidah sistem yang swa organisasi.
3. Mengembangkan sistem sistem produksi konsumsi yang diorganisasi secara teritorial yang berlandaskan pada kaidah kaidah pemilikan dan pengendalian lokal.

### **2.8. Konsumsi di Tahun 2015**

AFTA 2015 berpotensi mengubah sistem perekonomian terbuka yang mengizinkan produk asing masuk ke dalam negeri, menjadi semakin terbuka lebar. Terbentuknya *The borderless village* memungkinkan produk luar negeri bisa dengan leluasa membanjiri “halaman rumah” kita. Efeknya, bisa jadi perusahaan tetangga rumah menjadi tidak ada pesanan dan akhirnya mati.

Konsumsi tidak sebatas hanya sebagai kegiatan menghabiskan barang, tetapi lebih dari itu, perhatian pada kegiatan konsumsi sangat penting karena prinsip konsumsi mempunyai peran yang penting dalam menciptakan kesejahteraan dan keteraturan dalam sistem kemasyarakatan. Bahkan, dalam perekonomian, fungsi konsumsi pun disejajarkan dan tidak bisa dipisahkan dengan prinsip produksi dan distribusi. Bahkan, hancurnya/rusaknya Aspek konsumsi akan berakibat pada hancurnya aspek distribusi dan produksi.

Kegiatan konsumsi berawal dari adanya kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan adalah fungsi dasar atas sesuatu yang secara esensial diperlukan. Makan untuk memenuhi nutrisi, tempat tinggal untuk istirahat, transportasi untuk bekerja, pendidikan untuk masa depan anak adalah beberapa contoh kebutuhan manusia.

Sedangkan keinginan adalah semua fungsi tambahan yang jika tidak ada sebenarnya tidak mengganggu, akan tetapi setiap manusia mengharapkan untuk bisa mendapatkan fungsi

tambahan tersebut. Keinginan seringkali merupakan perwujudan untuk menegaskan status sosial seseorang sekaligus membuktikan kepada orang lain bahwa dia mampu memilikinya. Makanan enak, rumah yang bagus, mobil mewah, adalah sebagian dari contoh keinginan manusia.

Secara global Macam-macam/Jenis Kebutuhan manusia dapat kita klasifikasikan menjadi beberapa macam yaitu :

1. Jenis Kebutuhan Menurut Tingkat Kepentingan/Intensitasnya. Menurut tingkat kepentingan/intensitasnya kebutuhan dapat kita bagi menjadi 3 yaitu :
  - a. Kebutuhan Primer, yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi agar manusia dapat hidup layak atau dapat mempertahankan hidupnya.
  - b. Kebutuhan Sekunder, yaitu Kebutuhan yang dipenuhi setelah manusia mampu memenuhi kebutuhan primernya. Kebutuhan sekunder disebut juga kebutuhan pelengkap. Kebutuhan ini dipenuhi untuk melengkapi kebutuhan primer.
  - c. Kebutuhan Tersier, yaitu kebutuhan akan barang mewah yang tingkatannya lebih tinggi dari kebutuhan primer dan sekunder, yang biasanya untuk menaikkan status sosial seseorang.
2. Sedangkan menurut sifatnya, Kebutuhan bisa dikelompokkan menjadi 2 yaitu :
  - a. Kebutuhan Jasmani (material), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani/tubuh, contoh kebutuhan ini misalnya kebutuhan akan makan, minum, mandi, olah raga.
  - b. Kebutuhan Rohani (spiritual), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kejiwaan/rohani, contoh kebutuhan ini misalnya kebutuhan akan rasa senang, bahagia, tentram, tenang.
3. Berdasarkan Subjek/Penggunanya, kebutuhan dikelompokkan menjadi:
  - a. Kebutuhan Individual / Individu / Pribadi. Kebutuhan individu adalah jenis kebutuhan yang dibutuhkan oleh orang perseorangan secara pribadi. Contohnya adalah sikat gigi, menuntut ilmu, sholat lima waktu, makan, dan banyak lagi contoh lainnya.
  - b. Kebutuhan Sosial / Kolektif. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan akan berbagai barang dan jasa yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan sosial suatu kelompok masyarakat. Contohnya adalah jalan umum, penerangan tempat umum, berserikat mengeluarkan pendapat, berbisnis, berorganisasi, dan lain-lain.

Tujuan dari kegiatan konsumsi adalah terpenuhinya kesejahteraan. Dalam istilah umum, **sejahtera** menunjuk ke *keadaan yang baik*, kondisi manusia di mana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai. Untuk mencapai kondisi sejahtera itulah maka manusia

berusaha untuk memnuhi sebanyak mungkin kebutuhan-kebutuhannya.

Namun demikian, dalam perkembangan dunia modern ini, telah terjadi dis-orientasi dalam upaya manusia memenuhi sebanyak mungkin kebutuhannya. Beberapa fenomena yang terjadi dalam kehidupan modern di antaranya:

1. Manusia lebih memperhatikan pemenuhan kebutuhan materi saja, daripada kebutuhan spiritual.
2. Manusia yang berupaya memberikan keseimbangan pemenuhan kebutuhan materi dan spiritual, memandang bahwa dua kebutuhan itu merupakan kebutuhan yang saling meniadakan. Artinya bahwa dalam sebuah aktifitas yang dilakukan, seseorang hanya bisa memenuhi jenis kebutuhan materi saja ataukah spiritual saja.
3. Manusia lebih memperhatikan kebutuhan individu daripada kebutuhan orang lain atau masyarakat.

Kondisi seperti di atas, terjadi karena beberapa alasan:

1. Konsep ekonomi yang sudah mengakar dalam benak setiap kita yang menyatakan bahwa kebutuhan manusia tidak terbatas sedangkan alat pemuas kebutuhan itu terbatas. Karena pemahaman inilah maka manusia berlomba untuk bisa memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memuaskan kebutuhan pribadinya lebih dahulu, dan mengesampingkan kebutuhan orang lain.
2. Pandangan bahwa kesejahteraan manusia diukur dari besarnya konsumsi. Ada anggapan bahwa semakin besar konsumsi maka semakin sejahtera sebuah masyarakat. Dengan ini maka manusia cenderung untuk menghabiskan (menggunkan) harta dan kekyaaannya untuk kegiatan konsumsi dan bukan pada kegiatan produksi. Manusia cenderung mempunyai orientasi konsumsi daripada produksi.
3. Sistem keuangan yang tidak menguntungkan. Diakui ataukah tidak, sistem bunga memberikan efek yang tidak menguntungkan bagi masyarakat. Pemilik uang lebih suka meminjakan uangnya karena aman dan pasti menguntungkan daripada harus melibatkan uangnya dalam kegiatan produksi. Secara tidak langsung, sistem ini pun menggiring semua orang untuk mempunyai kekayaan yang banyak, bisa melakukan konsumsi dalam jumlah besar. Akhirnya. Orientasi produksi menjadi rendah, kepedulian kepada sesama juga semakin hilang. Kegiatan-kegiatan saling bekerja sama dan saling membantu menjadi terlupakan.

Dari kondisi di atas, salah satu upaya untuk menguatkan sistem perekonomian, sekaligus upaya untuk menjadikan sistem ini *imun* terhadap serbuan produk asing, adalah dengan menyehatkan sistem konsumsi masyarakatnya. Upaya untuk menyehatkan berarti upaya untuk menghilangkan sumber perakitnya, dan mengubah kebiasaan kebiasaan lama dengan kebiasaan baru yang menyehatkan. Beberapa diagnosa dan upaya penyehatannya diantaranya:

1. Re-Orientasi tujuan berkonsumsi, dari sekadar memuaskan kebutuhan materi menjadi memuaskan kebutuhan materi dan spiritual.



Pemuasan kebutuhan Material dan spiritual harus dilakukan sekaligus, bukan kegiatan yang terpisah, sekali waktu memuaskan kebutuhan materi dan sekali waktu memuaskan kebutuhan spiritual. Tetapi sebuah kegiatan harus bisa memnuhi kebutuhan material sekaligus kebutuhan sipritual. Dalam aktivitas berkonsumsi: makan, minum, tidur, berpakaian, belajar, bersosial, dan berekonomi. Itu semua harus memperhatikan kaidah, etika dan aturan: masyarakat, negara, agama dan kepercayaan.

2. Re-Orientasi tujuan berkonsumsi, dari sekadar memuaskan kebutuhan individu menjadi memuaskan kebutuhan masyarakat.

### **III. KESIMPULAN**

#### **3.1. Kesiapan Konsumen Dalam Negeri dalam Menghadapi AFTA dan AEC 2015**

Dengan orientasi baru dimaksud, maka ketika tahun 2015 mulai membanjirnya produk-produk luar negeri, kita sudah mempunyai pertahanan yang cukup baik. Pertahanan dari dalam individu. Pertahanan dimaksud adalah:

1. Pertahanan dari orientasi konsumsi yang berlebihan, diganti dengan orientasi produksi. Mereka akan membeli barang kualitas bagus dari luar negeri atas barang-barang modal, yatu barang-barang yang akan digunakan untuk berproduksi di indonesia dan untuk menciptakan nilai tambah.
2. Pertahanan dari mengabaikan produk dalam negri. Karena orientasi kesejahteraan bersama, setiap individu akan memberikan perhatian lebih pada terjalannya keberlangsungan usaha saudara dengan mengkonsumis barang-barang konsumen dari dalam negeri. Pertimbangan konsumsi bukan hanya maksimisasi kenikmatan, tetapi adalah maksimisasi maslahat. Dengan itu, maka AFTA menjadi suatu masa yang sangat menyenangkan.

#### **3.2. Kesimpulan**

1. AFTA 2015 tinggal menunggu waktu, kita harus bersiap diri untuk menghadapinya. Kesiapan masyarakat Indonesia sangat dibutuhkan, bukan hanya kesiapan untuk memproduksi barang, tetapi juga kesiapan dalam melakukan kegiatan konsumsi.
2. Konsumsi seharusnya ditujukan tidak semata untuk memeuni kebutuhan individual, tetapi lebih penting lagi adalah kebutuhan sosial, yaitu terciptanya kemaslahatan bersama dari kegiatan konsumsi yang dilakukannya.
3. Konsumsi untuk barang-barang produksi luar negeri seharusnya diarahkan untuk barang-barang modal dan barang produksi. Sedangkan pemenuhan barang konsumtif dilakukan dengan barang produksi dalam negeri
4. Perlu Edukasi pada masyarakat untuk membangunkan kesadaran akan pentingnya kecerdaan berkonsumsi.

5. AEC adalah bentuk integrasi ekonomi regional yang direncanakan untuk dicapai pada tahun 2015. Tujuan utama dari AEC 2015 adalah menjadikan *ASEAN* sebagai pasar tunggal dan basis produksi dimana terjadi arus barang, jasa, investasi dan tenaga terampil yang bebas serta aliran modal yang lebih bebas.
6. Keterlibatan semua pihak diseluruh Negara anggota *ASEAN* mutlak diperlukan agar dapat mewujudkan *ASEAN* sebagai kawasan yang kompetitif bagi kegiatan investasi dan perdagangan bebas dapat memberikan manfaat bagi seluruh Negara *ASEAN*. Bagi Indonesia, dengan jumlah populasi. Luas dan letak geografi dan nilai PDB terbesar di *ASEAN* harus menjadi aset agar Indonesia bisa menjadi pemain besar dalam AEC 2015 nanti.
7. Strategi dan persiapan yang selama ini telah dilakukan oleh para stake holder yang ada di Indonesia dalam rangka menghadapi sistem liberalisasi yang diterapkan oleh *ASEAN*, terutama dalam kerangka integrasi ekonomi memang dirasakan masih kurang optimal. Namun hal tersebut memang dilandaskan isu-isu dalam negeri yang membutuhkan penanganan yang lebih intensif. Disamping itu seiring perkembangan waktu, Indonesia dengan potensi sumber daya yang melimpah telah membawa pergerakannya ke arah yang lebih maju lagi, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pengakuan internasional terhadap eksistensi Indonesia di jalur positif.
8. Pihak pemerintah, pemerintah selaku regulator dapat menciptakan kebijakan yang bijak dan tepat terutama kebijakan fiskal yang meringankan pengusaha dalam negeri serta sanksi yang tegas bila terjadi pelanggaran terutam yang dilakukan oleh negara lain, jika kebijakan yang diambil baik, insyaAllah meskipun AEC 2015 sarat akan liberalisasi bisa membawa pada arah kebaikan.
9. Pihak swasta, salah satu variabel pemacu perekonomian, agar dapat mematuhi dengan sangat segala kebijakan pemerintah dan terima apa pun sanksinya bila melanggar. Kebijakan dan sanksi merupakan intervensi pemerintah agar berjalan dengan baik sehingga rakyat menjadi lebih sejahtera.
10. Pihak rakyat, jadikan AEC 2015 ini untuk melakukan pembenahan peningkatan kualitas *Human Development Index (HDI)* dan menjadi rakyat yang memiliki pengetahuan dan berdaya saing tinggi sehingga dapat diterima baik dalam negeri maupun luar negeri dan tidak menjadi pembantu di negeri sendiri.

### **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Das Basu, Sanchita. 2015 *Achieving The ASEAN Economic Community*

- [2] Triansyah Djani D. 2007. ASEAN Selayang Pandang, Jakarta: Dir. Jen. Kerjasama ASEAN Departemen Luar Negeri Republik Indonesia
- [3] 2012, Asia Business Outlook the Economist Corporate Network
- [4] Arif Wibowo. 2014 Kesiapan Konsumen Indonesia dalam Menghadapi AFTA 2015
- [5] Dian Wahyudin. 2014. Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju Asean Economic Community (AEC)

- [6] Andri Aditya. 2007. Indonesia dan AFTA

**Media Internet:**

- [1] <http://www.bps.go.id>
- [2] <http://www.ditjenkpi.kemendag.go.id>
- [3] <http://www.kemenperin.go.id>
- [4] <http://www.antara.co.id/arc/2007/4/4/infrastruktur-dan-sdm-indonesia-belum-siap-hadapi-afta/>