

STRATEGI DAN TANTANGAN MENGHADAPI ASEAN FREE TRADE AREA (AFTA) 2015

Romi Syahril¹⁾, Khorul Ulum²⁾, Rani³⁾

¹⁾Magister Manajemen, Universitas BSI Bandung
Jl. Margonda No. 105, Depok

romsky_abughaida@yahoo.com atau romsky2911@gmail.com

²⁾Magister Manajemen, Universitas BSI Bandung
Bekasi regency I blok N2 No.09, Cibitung - Bekasi
E-mail: khoirul.khu@bsi.ac.id

³⁾Magister Manajemen, Universitas BSI Bandung
Jl. RS. Fatmawati No.24, Pondok Labu Jakarta Selatan 12450
ran_rani63@yahoo.co.id

Abstrak –Indonesia kini sudah memasuki pasar bebas menghadapi masyarakat ekonomi Asean. Bagaimana strategi dan sikap kita dalam menghadapi hal tersebut dan tantangan apa yang bakal dihadapi. Siap atau tidak siap, kita pasti akan berhadapan. Solusi terbaik adalah dengan mempersiapkan mental, ilmu dan siap bersaing dengan pasar ekonomi Asean.

Kata Kunci : *Aku Cinta Indonesia, Pasar Asean, Perbaiki Infrastruktur, AFTA 2015*

I. PENDAHULUAN

Tahun 2015 merupakan tahun persaingan ekonomi Indonesia dengan negara-negara ASEAN dalam segala bidang. Di tahun tersebut negara-negara ASEAN akan melaksanakan perdagangan bebas antar negara-negara ASEAN yang bernama *ASEAN Free Trade Area* (AFTA). AFTA adalah kerjasama bidang ekonomi antar Negara-negara di ASEAN yang bertujuan menjaga stabilitas politik dan keamanan regional ASEAN sehingga meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia. Selain itu, untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan standar hidup penduduk negara anggota ASEAN.

Ketika AFTA berlaku, pabrik dan industri dibangun dan hasil produksinya bisa dijual dimana saja selama dalam lingkungan ASEAN tanpa adanya hambatan antarnegara. ASEAN akan menjadi pasar tunggal yang memiliki basis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, dan terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas di antara negara ASEAN.

II. LANDASAN TEORI

Posisi Indonesia adalah Negara dengan jumlah penduduk ke-4 terbesar di dunia kira-kira terdapat 253.609.643 jiwa penduduk Indonesia tahun 2014. Dengan jumlah penduduk yang sangat besar, Indonesia memiliki potensi SDM yang sangat besar dari segi kuantitas. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 253.609.643 jiwa, membuat posisi Indonesia menjadi perhatian bagi Negara-Negara ASEAN.

Peluang banyak pihak yang menyatakan bahwa Indonesia belum siap untuk menghadapi ASEAN *Economic Community* 2015, Namun jika kita bisa lebih jeli melihat peluang-peluang yang ada dengan diberlakukannya ASEAN *Economic Community* 2015, bukan tidak mungkin Indonesia akan menjadi Negara yang perekonomiannya meningkat tajam. Peluang-peluang tersebut diantaranya : (1). Manfaat Integrasi Ekonomi. Indonesia memiliki kesempatan yang besar untuk dapat membuka dan membentuk pasar yang lebih luas lagi. Hal ini akan mendorong peningkatan efisiensi dan daya saing, serta pembukaan peluang penyerapan tenaga kerja dikawasan ASEAN. Integrasi ekonomi dalam mewujudkan mewujudkan AEC 2015 akan membentuk pasar yang lebih besar, dorongan peningkatan efisiensi dan daya saing, serta penyerapan tenaga kerja dikawasan ASEAN. Indonesia berpeluang untuk mengirimkan tenaga kerjanya dengan mempersiapkan peningkatan kualitas dan keterampilan (*hard skill* dan *soft skill*). (2). Pasar Potensial Dunia. Penduduk Indonesia menyumbang angka kurang lebih 40% penduduk ASEAN tentu saja merupakan potensi yang sangat besar bagi Indonesia dalam menjadi Negara ekonomi yang produktif dan dinamis yang dapat memimpin pasar ASEAN dimasa depan. Sebagai analogi, bayangkan ketika 40% penduduk ASEAN, yaitu penduduk Indonesia menjadi konsumen dari produk-produk negara tetangga (dengan tidak adanya tarif impor yang masuk ke kantong negara). Itu adalah kondisi yang pertama, dan sekarang bayangkan jika 10% s.d 40% penduduk ASEAN, khususnya penduduk Indonesia menjadi produsen atau mendirikan UMKM dan melakukan ekspor ke negara ASEAN lain. (dengan adanya pajak penghasilan, sewa, dan lain-lain yang masuk ke

kantorng negara) kira-kira pendapatan nasional Indonesia lebih banyak yang mana? Kasus 1 atau kasus 2? Dari analogi tadi, Jika kita memilih kasus 1, maka kita perlu mempertimbangkan lagi untuk menggunakan uang yang ada secara lebih bijak, karena bisa saja kita akan mengalami inflasi besar-besaran dalam waktu dekat. Namun, jika kita memilih kasus 2, maka sudah tentu sepatutnya kita menjadi pemuda calon pemimpin negara ini karena mampu memiliki visi untuk menggerakkan perekonomian dan meningkatkan pendapatan nasional Indonesia. Lantas apa yang dapat kita lakukan jika saat ini belum mampu menjadi pengusaha? Jawabnya adalah (a). Persiapkan diri untuk menghadapi tantangan yang ada, (b). Kurangin konsumerisme barang-barang impor. (c) Bangga terhadap produk-produk Indonesia, sehingga uang kita bisa masuk ke kantorng Negara, dan (d) Perluaslah komunikasi dan networking.

Negara Tujuan Investor sebagai Negara dengan jumlah penduduk terbesar (40%) di antara Negara anggota ASEAN, Indonesia diharapkan akan mampu menarik investor ke dalam negeri dan mendapat peluang ekonomi yang lebih besar dari Negara ASEAN lainnya. Dengan kerjasama regional untuk meningkatkan infrastruktur (Pipa gas, teknologi informasi) membuka peluang bagi perbaikan iklim investasi Indonesia melalui pemanfaatan program kerjasama regioal, terutama dalam melancarkan program perbaikan infrastruktur domestik.

Indonesia sudah menata sepuluh komoditi unggulan ekspor baik ke dunia maupun ke intra-ASEAN selama 5 tahun terakhir, dan sepuluh komoditi ekspor yang potensial untuk semakin ditingkakan. Komoditi ekspor ke dunia adalah minyak kelapa sawit, tekstil dan produk tektis, elektronik, produk hasil hutan, karet dan produk karet, otomotif, alas kaki, kakao, udang dan kopi. Sedangkan komoditi ekspor intra ASEAN adalah minyak petroleum mentah, timah, refine copper, batu bara, karet, biji kakao dan emas..

III. PEMBAHASAN

3.1. Upaya Strategis

ASEAN Free Trade Area (AFTA) 2015 dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) sudah di depan mata. Banyak peluang dan tantangan yang akan dihadapi Indonesia menjelang AFTA dan MEA. Era perdagangan kawasan ASEAN (AFTA) yang bakal berlangsung mulai 2015, menjadi tantangan serius bagi perusahaan dalam mengoptimalisasi sumber daya, kinerja, sistem manajemen, dan teknologi informasi.

Para pemimpin negara-negara ASEAN telah sepakat untuk mentransformasi wilayah ASEAN menjadi kawasan bebas aliran barang, jasa, investasi, permodalan, dan tenaga kerja. MEA menggambarkan adanya perekonomian yang mengglobal di antara negara-negara ASEAN dan MEA dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing ekonomi di kawasan regional ASEAN.

Sedangkan AFTA, sejatinya merupakan kesepakatan di antara negara-negara ASEAN untuk membentuk kawasan bebas perdagangan. Tujuan utamanya untuk meningkatkan daya saing ekonomi dan bisnis ASEAN di kancah dunia. Harapannya, jika AFTA sukses, negara-negara ASEAN bisa menjadi basis produksi dunia, seperti Cina. Coba cek koleksi barang elektronik anda di rumah. Berapa banyak yang berlabel 'Made in China'?

Dengan adanya kebijakan perdagangan bebas AFTA ini, nantinya tidak akan ada hambatan tarif (bea masuk 0-5%), ataupun hambatan non-tarif untuk negara anggota ASEAN. Skema Common Effective Preferential Tariffs For ASEAN Free Trade Area (CEPT-AFTA) merupakan suatu skema untuk mewujudkan AFTA melalui penurunan tarif hingga menjadi 0-5%, penghapusan pembatasan kuantitatif dan hambatan-hambatan non tarif lainnya.

Perkembangan terakhir terkait dengan AFTA adalah adanya kesepakatan untuk menghapuskan semua bea masuk impor barang bagi Brunai Darussalam pada tahun 2010, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapura dan Thailand, dan bagi Cambodia, Laos, Myanmar dan Vietnam pada tahun 2015. Dengan adanya kebijakan-kebijakan terkait AFTA, tentu akan menyusul tantangan serta peluang yang akan dihadapi negara Indonesia, khususnya di sisi bisnis dan ekonomi.

Upaya strategis yang dapat dilakukan antara lain:

1. Meningkatkan *agro-based* industri

Pemerintah meningkatkan *agro-based* industri (pertanian berbasis industri). Sementara ini Indonesia masih mengandalkan sumberdaya alam yang ada untuk di ekspor tanpa melewati proses pengolahan atau hanya pengolahan setengah jadi, seperti karet, kelapa sawit, dan lain-lain. Beberapa tahun terakhir perkebunan kelapa sawit masih menghasilkan bahan setengah jadi, misalnya *crude palm oil* (CPO) dan *palm kernel oil* (PKO). Jika sumberdaya alam yang ada diolah hingga jadi tentunya mempunyai nilai tambah yang tinggi dibanding dengan barang setengah jadi dan juga dapat meningkatkan daya saing industri pertanian di ASEAN bahkan dunia. Selain itu, pertanian berbasis industri juga menyerap tenaga kerja dan menambah pendapatan negara. Cakupan agro-industri sangat luas dan memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian negara. Dengan pengolahan yang sempurna negara-negara di dunia terutama ASEAN akan menerima produk-produk Indonesia. Sehingga Indonesia dapat menguasai pasar ASEAN bahkan dunia.

2. Membuat kebijakan yang pro-job dan pro-bisnis

Pemerintah segera memperkuat kebijakan dan langkah-langkah yang pro-bisnis dan pro-job, bukan memperkuat kebijakan dan langkah seperti yang terjadi belakangan ini yang diindikasikan dengan adanya kenaikan upah minimum regional (UMP/UMK) yang sangat drastis di beberapa

daerah pada awal tahun 2013 ini. Jika tidak, Indonesia dapat dipastikan hanya akan menjadi pasar potensial bagi negara ASEAN lainnya, bukannya menjadi pemain utama di kawasan ASEAN. Oleh karena itu, Indonesia disebut sebagai negara paling menarik bagi pengembangan usaha baru. Untuk memperlancar dan menunjang kebijakan tersebut, pemerintah tidak mengeluarkan kebijakan yang membuat rakyat tergantung dengan pemerintah dan nantinya rakyat akan bermalas-malasan untuk bekerja karena merasa hidupnya sudah dipenuhi, seperti memberikan BLT (Bantuan Langsung Tunai) kepada masyarakat.

3. Memperbaiki infrastruktur

Pemerintah segera memperbaiki infrastruktur yang mempersulit pendistribusian hasil-hasil pertanian khususnya, seperti akses jalan antar desa, antar kota yang akan menambah biaya pendistribusian produk. Salah satu penyebab buah-buahan produk Indonesia lebih mahal daripada produk Cina yaitu akses jalan pendistribusian buah-buahan tersebut memerlukan biaya yang mahal dan memakan waktu berhari-hari sehingga membuat buah-buahan tersebut menjadi lebih mahal. Sedangkan produk dari Cina buah-buahan yang akan diekspor ke Indonesia dari tempat pemanenan hanya memerlukan waktu beberapa jam dan langsung masuk kapal, sehingga membuat buah-buahan produk Cina menjadi lebih murah setelah sampai di Indonesia. Dengan alasan harga, masyarakat lebih memilih produk Cina yang harganya lebih murah dan itu berimbas pada produk-produk lokal menjadi kalah di pasar.

4. TOEFL Bahasa Indonesia

Dengan adanya ASEAN Free Trade Area yang akan hadir di tahun 2015, akan ada banyak pencampuran kebudayaan antar negara-negara di ASEAN. Masyarakat Indonesia yang sejak awal sudah multi budaya, akan dihadapkan dengan keragaman budaya dari negara lain. Tidak hanya itu, masyarakat Indonesia juga akan menemui persaingan yang kuat dalam dunia bisnis dan sosial budaya. Salah satu cara menghadapinya adalah dengan memberlakukan tes TOEFL Bahasa Indonesia untuk semua warga ASEAN yang akan bekerja di Indonesia. Langkah ini diperlukan untuk mengurangi kesenjangan bahasa dan komunikasi antar bangsa yang akan bersaing di Indonesia. Selain itu, warga asing akan mudah untuk melakukan komunikasi dengan warga Indonesia dengan menggunakan bahasa universal di Indonesia, yaitu bahasa Melayu.

TOEFL Bahasa Indonesia juga akan membuka peluang baru untuk menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa ASEAN. Ini dikarenakan dengan diberlakukannya TOEFL Bahasa Indonesia, sebagian besar masyarakat ASEAN akan memiliki bahasa wajib yang sama, yaitu bahasa Indonesia. Dengan adanya langkah ini, akan mempermudah masyarakat Indonesia

yang akan mencoba peruntungan dengan bekerja di luar negeri.

5. Menciptakan Perusahaan yang Kreatif, Inovatif dan mampu bersaing dengan pihak Asing

ASEAN Free Trade Area, menuntut setiap industri maupun perusahaan yang akan bersaing didalamnya untuk memberikan output terbaik dan memiliki ciri khas yang menampilkan keunggulan bangsa, sehingga industri tersebut mampu bersaing dengan negara lain. Indonesia memiliki ratusan industri yang tersebar di berbagai sektor. Industri tersebut meliputi industri sandang, pangan, property, pariwisata, pertambangan dan lain lain.

Jika diperhatikan, ada perbedaan besar antara industri di Indonesia dengan negara lain, yaitu kemampuan industri dalam menciptakan output yang memiliki daya tarik serta kualitas kelas atas. Indonesia memang memiliki industri yang lebih banyak, namun kualitas rata-rata dari industri tersebut masih kurang bersaing. Pemerintah perlu melakukan sinergi dengan masyarakat untuk membangun industri yang berkualitas, kreatif, inovatif dan mampu bersaing dengan industri lain.

6. Membangun Kesadaran “Aku Cinta Indonesia”

Dengan adanya ASEAN Free Trade Area akan menciptakan asosiasi dan akulturasi antar budaya di Indonesia. Budaya-budaya antar negara di ASEAN akan saling berbaur dan menciptakan persaingan budaya. Indonesia harus menanamkan rasa cinta tanah air dan rasa bangga menggunakan produk industri sendiri pada masyarakatnya. Tujuannya agar Indonesia tidak kalah saing dalam persaingan antar budaya di ASEAN. Selain itu, penanaman rasa cinta produk Indonesia, akan meningkatkan jumlah pendapatan ekonomi dan mengurangi dampak impor produk dari luar negeri.

3.2. Tantangan AFTA 2015 Bagi Indonesia

Sebelum membahas mengenai keuntungan, ada baiknya terlebih dahulu kita melihat tantangan yang ada, agar dapat mempersiapkan diri. Baik secara langsung ataupun tidak langsung, tantangan-tantangan ini akan memberikan dampak khusus kepada pertumbuhan bisnis dan ekonomi Indonesia. Dengan mengetahuinya, kita akan mampu menentukan sikap dan melakukan persiapan.

1. Tantangan Inovasi Teknologi

AFTA menjadi tantangan serius bagi perusahaan dalam mengoptimalkan teknologi informasi. Hal senada diungkapkan Presiden Direktur IBM Indonesia, Gunawan Susanto, Juni lalu. Salah satu tantangan yang sudah menanti dalam AFTA, kata Gunawan, yakni masuknya perusahaan teknologi dunia yang menyerang pasar di Indonesia. Untuk itu, perusahaan Indonesia harus waspada.

“Perusahaan asing sudah mulai bikin *warehouse* di sini, produk *e-commerce* mereka

juga sudah masuk, ini akan jadi ancaman bagi perusahaan kita,” ujar dia.

Gunawan mencontohkan datangnya aplikasi Uber, yang mulai mengusik pengusaha dan sopir taksi. Hal itu, merupakan contoh nyata tantangan.

“Sekarang tren bisnis makin personal dan mobile. Perusahaan jualan produk sudah sangat personal dengan analitik sosial, untuk itu perusahaan harus bergerak. Jangan nunggu nanti, karena AFTA sudah tinggal tahun depan,” jelasnya.

Tantangan tersebut makin intens karena tidak sedikit perusahaan di Indonesia yang telah menyadari pentingnya inovasi dalam teknologi dan informasi. Menurutnya, tren inovasi perangkat mobile, jejaring sosial, analitik data, dan komputasi awan menjadi tantangan perusahaan dalam era perdagangan AFTA.

“Perusahaan Indonesia sudah mulai memikirkan ke arah AFTA 2015. Beberapa level kepala bidang sebuah perusahaan sadar akan kunci inovasi teknologi,” jelas Gunawan. Ia menyatakan, selama beberapa bulan berdialog dengan beberapa pengambil keputusan di banyak perusahaan, mereka sudah mulai mengeksplorasi infrastruktur teknologi.

“Saya cukup terkejut, saat beberapa kepala komersil perusahaan mulai bertanya soal SaaS (*software as a service*) dan komputasi awan,” ungkapnya. Fakta tersebut menunjukkan makin luasnya kesadaran perusahaan akan pentingnya infrastruktur teknologi bagi peningkatan kinerja perusahaan.

Gunawan melihat, cara pandang perusahaan atas tantangan teknologi tidak jauh berbeda dengan gambaran perusahaan di tingkatan global. Menurut studi yang dilakukan IBM, tujuh dari 10 perusahaan yang disurvei memahami infrastruktur IT punya peranan penting dalam kompetisi atau mengoptimalkan keuntungan dan pendapatan. Dari kebanyakan responden, 62 persen perusahaan sudah berencana meningkatkan belanja infrastruktur IT untuk 12 hingga 18 bulan ke depan.

2. Tantangan Perdagangan

Bukan rahasia umum bahwa Indonesia masih berpredikat sebagai negara pengimpor, alih-alih pengekspor. Mengapa Indonesia sampai saat ini masih sebatas sebagai pasar bagi produk dari negara-negara ASEAN yang lain?

Pertama, karena penduduk Indonesia yang saat ini berjumlah 231,3 juta jiwa merupakan 39% dari total penduduk ASEAN. Kelas menengah Indonesia saat ini juga berjumlah sekitar 100 juta orang. Tentu ini merupakan pasar yang menggiurkan bagi negara-negara ASEAN lain.

Kedua, Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang saat ini sebesar 846 miliar dolar AS juga merupakan 40,3% PDB total negara-

negara ASEAN. Ini juga merupakan indikasi pasar potensial yang terbesar.

Ketiga, masyarakat kelas menengah dan atas Indonesia sudah terkenal sebagai masyarakat yang konsumtif. Ini terlihat misalnya orang Indonesia rata-rata memiliki lebih dari satu smartphone atau tablet. Berbeda misalnya dengan masyarakat Jepang yang terkenal dengan sifat hematnya. Indikasi yang jelas dari Indonesia sebagai pasar saja adalah selalu defisitnya neraca perdagangan internasional Indonesia dengan negara-negara ASEAN sejak tahun 2005.

Sebetulnya, pekerjaan rumah bagi para pengusaha di Indonesia adalah bagaimana memenangkan preferensi pasar atas produk asli Indonesia, baik pasar domestik, ASEAN, maupun internasional. Pengusaha dan produsen Indonesia dituntut terus menerus dapat meningkatkan kemampuan dalam menjalankan bisnis secara efektif dan maksimal. Disinilah kualitas produk Indonesia diuji, dan perusahaan Indonesia harus bisa mengubah pola pikir dari *product oriented* menjadi *customer oriented* untuk memenangkan preferensi pasar.

Hal senada diutarakan Profesor Rika Fatimah, Ph.D., dari Universitas Kebangsaan Malaysia, yang menyoroti pentingnya mengembangkan pola pikir berwawasan MEA dan kesiapan kewirausahaan melalui *social business*. Rika mengatakan, “Ada 4 MEA mindset yang harus dikembangkan, yaitu: stakeholders, kesiapan menghadapi MEA 2015, kesiapan sumberdaya manusia, serta ketahanan dalam menjalankan kewirausahaan, di mana keempat faktor tersebut akan menopang *social business* yang merupakan salah satu model untuk mendukung kegiatan kewirausahaan.”

Namun, bukan berarti Indonesia tinggal diam. Menurut Associate Profesor Ruhul Salim, Ph.D. dari *Curtin Business School*, Australia, Indonesia menempati posisi penting di MEA sebagai produsen otomotif terbesar kedua di ASEAN. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan Jepang dan Korea yang memproduksi kendaraan di Indonesia. Bahkan, perusahaan ternama General Motors mulai memproduksi kendaraan di Indonesia sejak 2013. Namun investasi semacam ini juga harus didukung oleh kebijakan pemerintah dan infrastruktur yang baik.

“Pada masa krisis ekonomi global 2009, sektor otomotif Indonesia nyaris tidak tersentuh oleh efek krisis tersebut. Kemudian jika Indonesia ingin memimpin pasar ASEAN apa yang harus dilakukan? Hal ini tergantung pemerintah. Pemerintah Indonesia harus membuat kebijakan-kebijakan yang mendukung implementasi AFTA dan MEA,” jelas Ruhul.

IV. KESIMPULAN

Untuk menghadapi ASEAN Free Trade Area (AFTA) Indonesia harus mempersiapkan diri semaksimal mungkin jika Indonesia tidak ingin menjadi pasar potensial bagi negara ASEAN lainnya. Beberapa upaya-upaya yang dapat dilakukan Indonesia untuk mempersiapkan itu antara lain meningkatkan agro-based industri, membuat kebijakan yang pro-job dan pro-bisnis, memperbaiki infrastruktur, dan menciptakan perusahaan yang kreatif, inovatif dan mampu bersaing dengan pihak asing. Adapun upaya-upaya non-ekonomi yang dapat dilakukan untuk menunjangnya antara lain membuat TOEFL bahasa Indonesia dan membangun Kesadaran “Aku Cinta Indonesia”.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Winantyo R, Arifin S, Rizal A, Djafara. 2008. Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 Memperkuat ASEAN ditengah Kompetisi Global. Jakarta (ID) : Elex Media Computindo.
- [2] Hardojo AP. 2008. Mendahulukan si Miskin. Yogyakarta (ID): LkiS Yogyakarta.
- [3] Radhi F. 2008. Kebijakan Ekonomi Pro Rakyat. Jakarta (ID) : Republika.

Biodata Penulis

Romi Syahril, memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Jurnalistik, IISIP Jakarta, lulus tahun 2000. Dan saat ini sedang kuliah Magister Management (MM) semester 3 di Universitas BSI Bandung dan sebagai dosen BSI.

Khoirul Ulum, memperoleh gelar Sarjan Ekonomi (SE) lulus tahun 2002, dan sedang kuliah Magister Management (MM) semester 3 di Universitas BSI Bandung dan sebagai dosen BSI.

Rani, memperoleh gelar Sarjan Pendidikan (S.Pd) lulus 2008, sedang kuliah Magister Manajemen (MM) semester 3 di Universitas BSI Bandung. Dosen BSI.