

BAB I

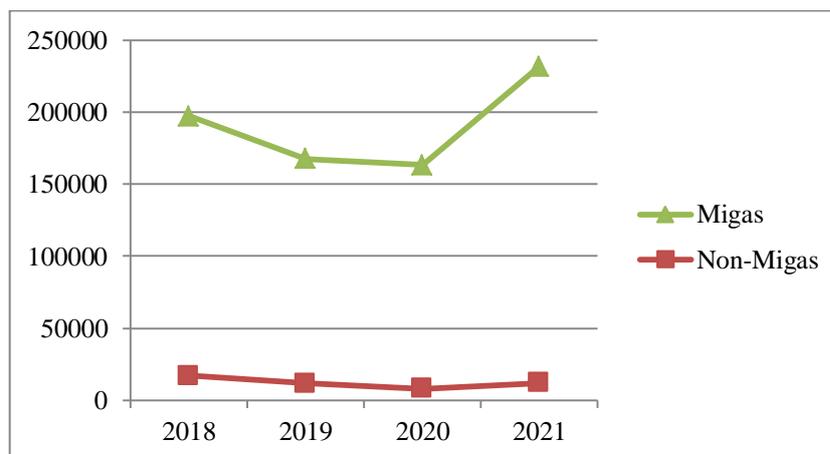
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional adalah salah satu aspek yang penting dalam perekonomian suatu negara. Perdagangan internasional memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian, dengan perkembangan globalisasi yang berlangsung saat ini tentu saja perdagangan internasional sangat penting bagi perkembangan ekonomi negara. Perdagangan internasional akan menciptakan suatu hubungan ekonomi bahkan politik antara satu negara dengan negara lain. Dengan adanya perdagangan internasional negara akan memperoleh berbagai keuntungan seperti perluasan pasar, memperoleh barang yang tidak bisa diproduksi di dalam negeri dan lain sebagainya.

Perdagangan internasional memiliki dua komponen penting yakni komponen ekspor dan impor. Ekspor adalah salah satu komponen penggerak pertumbuhan ekonomi negara. Semakin tinggi kinerja ekspor suatu negara, maka semakin tinggi pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Selain itu ekspor berperan sebagai katalis pertumbuhan investasi dalam negeri dan penyerapan tenaga kerja.

Ekspor Indonesia terbagi menjadi dua sektor yaitu sektor migas dan non migas. Gambar 1.1 memperlihatkan bahwa nilai ekspor non-migas lebih besar dibandingkan dengan nilai ekspor sektor migas. Hal ini menunjukkan bahwa sektor non-migas merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia.



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), Open Data, data diolah

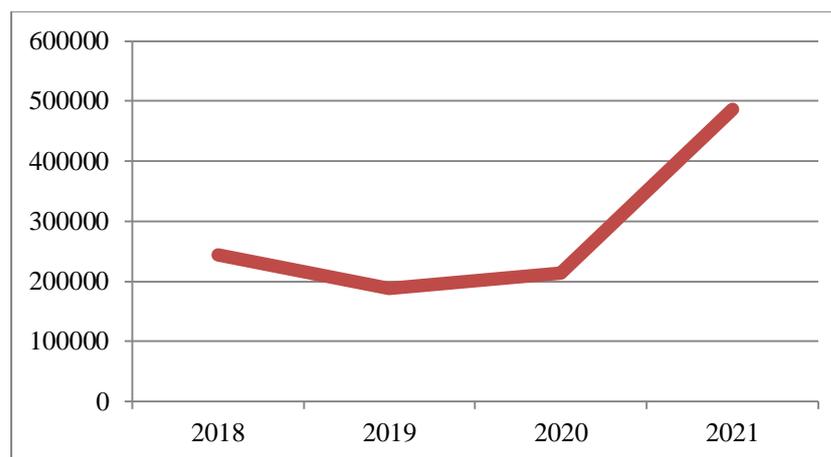
Gambar 1.1 Ekspor Sektor Migas dan Non Migas Indonesia Tahun 2018 –2021

Salah satu penyumbang terbesar dalam sektor non-migas Indonesia adalah subsektor industri, banyak produk dihasilkan oleh subsektor industri ini, bahkan produk dari subsektor ini menjadi komoditas unggulan ekspor Indonesia di pasar internasional. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (Kementerian Perdagangan RI, 2022) menyebutkan bahwa produk unggulan Indonesia terdiri dari produk utama dan produk potensial. Produk utama ekspor yaitu udang, kopi, minyak kelapa sawit, kakao, karet dan produk karet, TPT, alas kaki, elektronika, komponen kendaraan bermotor dan furnitur. Sedangkan produk potensial terdiri dari kerajinan, produk perikanan, obat – obatan herbal, produk kulit, makanan kemasan, perhiasan, minyak nabati, rempah – rempah, alat tulis non kertas dan peralatan medis. Dari semua produk potensial Indonesia penulis tertarik dengan produk kulit, walaupun bukan produk utama namun produk kulit memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu produk utama ekspor Indonesia.

Kulit adalah lapisan luar tubuh binatang yang merupakan suatu kerangka luar, tempat bulu binatang itu tumbuh. Di dalam industri perkulitan banyak dijumpai jenis, corak, warna, dan ketebalan kulit yang digunakan untuk proses produksi. Beberapa jenis kulit yang dihasilkan dari proses pengolahan kulit adalah kulit *full grain* (kulit yang disamak dengan zat penyamak *full krom* dengan *nerf*, tidak dibelah atau digosok, dan mempunyai kualitas tinggi sehingga dapat menaikkan harga kulit), kulit *corrected grain* (kulit yang disamak dengan zat penyamak krom dan minyak, kualitas kulit ini kurang baik dan agak kaku), kulit *light buffing* (kulit ini proses pengerjaannya hampir sama dengan kulit *corrected* hanya bedanya kulit *light buffing* diampelas ringan pada permukaannya, kulit ini kualitasnya lebih baik) dan kulit *artificial* (kulit ini keindahannya terletak pada proses penyelesaian akhir, yaitu dengan cara memberi motif tertentu, misal buaya, biawak, ular, motif kulit jeruk. Tujuan pemberian motif adalah untuk menutupi cacat yang diakibatkan oleh cacat alami atau mekanis).

Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (Kementerian Perdagangan RI, 2022) produk kulit masuk ke dalam jajaran 10 produk potensial Indonesia yang menduduki posisi ke empat. Namun dari data ekspor produk kulit Indonesia menunjukkan produk kulit adalah produk unggulan yang tahan akan dampak pandemi. Hal ini terlihat pada tahun 2020 – 2021 ekspor kulit mengalami kenaikan, sedangkan komoditas lain turun pada periode tahun tersebut. Artinya produk kulit ini sangat berpeluang untuk menjadi produk unggulan dari Indonesia.

Investasi industri kulit dan alas kaki cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada empat tahun terakhir (2018 – 2021), bisa terlihat pada gambar 1.2 yang menunjukkan perkembangan dari realisasi penanaman modal asing (PMA) dari industri kulit.



Sumber: (Nasional Single Window for Investment, 2022)

Gambar 1.2 Perkembangan Penanaman Modal Asing (PMA) Sektor Industri Kulit dan Pengolahan Kulit tahun 2018 – 2021 (Ribu US\$)

Dari gambar di atas bisa terlihat data perkembangan investasi untuk industri kulit dan pengolahan kulit, terlihat dari tahun 2020 ke 2021 terjadi kenaikan yang signifikan hampir 100%. Ini disebabkan oleh pemulihan ekonomi pasca pandemi *Covid 19* perekonomian Indonesia yang semakin membaik menyebabkan daya tarik investasi dan permintaan produk kulit meningkat. pemerintah terus mendorong permintaan dan daya tarik produk kulit.

Salah satu upaya pemerintah mendukung perkembangan produk kulit dengan menggelar pameran yakni “*Indonesia Leather and Footwear*” setiap tahun untuk menarik pembeli dan juga mengikuti berbagai *event* dunia untuk

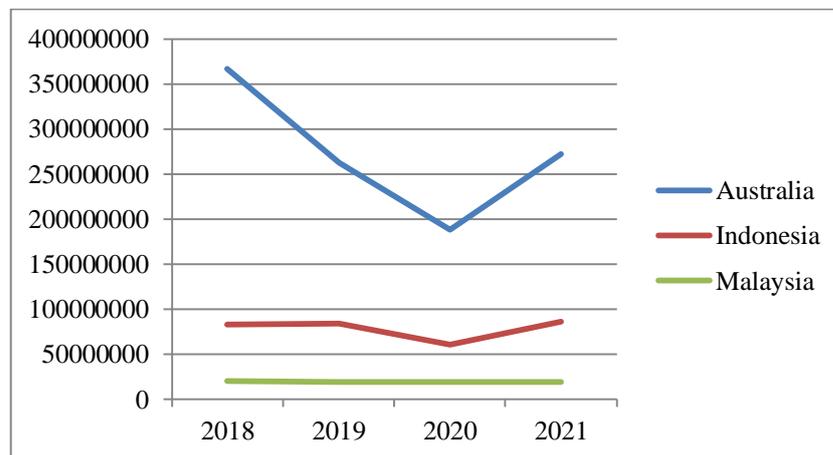
memperkenalkan produk kulit Indonesia ke global seperti pameran dagang *Linea Pelle Leather Fair* (Detik Jabar, 2022). Hal ini merupakan salah satu upaya untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif dan mendorong perkembangan industri kulit.

Perkembangan industri kulit Indonesia dapat terlihat dari nilai ekspor yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Kementerian Perindustrian menyebutkan bahwa (Kementerian Perindustrian RI, 2017) industri kulit, produk kulit dan alas kaki menunjukkan kinerja yang positif. Hingga menjelang akhir tahun 2017, investasi sektor ini telah mencapai Rp 7,62 triliun atau naik empat kali lipat dibandingkan dengan tahun lalu. Pertumbuhan industri ini tak lepas dari kreativitas para pengrajin yang tersebar di berbagai sentra. Sektor industri kulit ini menjadi sektor prioritas agar berdaya saing global dan memberi kontribusi signifikan bagi perekonomian nasional.

BPS (BPS, 2022) mencatat, bahwa dalam tahun 2022 ini saja terjadi kenaikan dari triwulan 1 ke triwulan 2 sekitar 2,35% pertumbuhan PDB pada sektor industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki. Nilai ekspor produk kulit, alas kaki dan barang jadi kulit Indonesia mencapai US\$ 4,16 miliar pada Januari – September 2018, meningkat 6,28% dari periode yang sama tahun 2017. Menurut Menteri Perindustrian, (IDX, 2022). Utilisasi industri kulit, barang jadi kulit, dan alas kaki mengalami kenaikan sebesar 84,49% pada bulan Juli 2022 apabila dibandingkan dengan utilisasi sebelum pandemi. Dengan Indonesia mengikuti kerjasama *Regional Comprehensive Economic*

Partnership (RCEP) tentu memberikan banyak manfaat kepada industri kulit Indonesia seperti mempermudah arus masuk investasi asing ke Indonesia, meningkatkan pemasaran dari produk kulit Indonesia ke negara anggota RCEP, serta transfer teknologi sehingga dapat meningkatkan daya saing produk kulit Indonesia. Namun, kerjasama RCEP juga akan menimbulkan dampak negatif, salah satunya produk dari negara anggota RCEP akan mudah masuk ke Indonesia akibatnya produk Indonesia harus mampu berdaya saing agar dapat bertahan di pasar domestik dan pasar internasional.

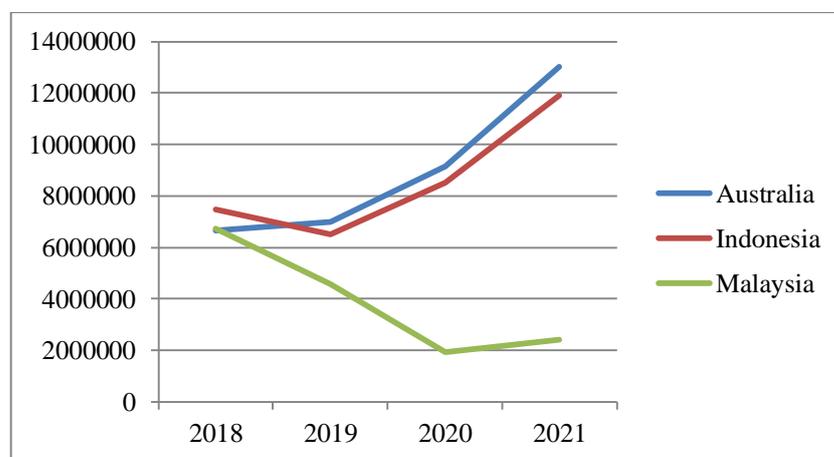
Salah satu penyebab ekspor produk kulit Indonesia cenderung rendah adalah banyaknya pesaing produk kulit lain yang juga anggota dari RCEP misalnya produk kulit dari Malaysia dan Australia. Seperti yang bisa terlihat pada gambar 1.3 dan 1.4, ekspor dari produk kulit ke dua negara tersebut juga cenderung tinggi.



Sumber: (UN Comtrade Statistic, 2021), diolah 2022

Gambar 1.3 Perkembangan Ekspor Indonesia, Australia, dan Malaysia pada Sektor Industri Kulit dan Pengolahan Kulit SITC 611 Tahun 2018 – 2021 (US\$)

Pada tahun 2019 nilai ekspor produk kulit Indonesia SITC 611 mengalami penurunan akibat pandemi *covid 19* namun seiring dengan pemulihan ekonomi pasca pandemi, ekspor Indonesia dan Australia pada produk kulit juga ikut mengalami kenaikan sehingga dapat memacu pertumbuhan ekonomi. Namun bisa terlihat ekspor produk kulit dengan SITC 611 pada negara Malaysia dalam empat tahun ini cenderung stagnan.



Sumber: (UN Comtrade Statistic, 2021), diolah 2022

**Gambar 1.4 Perkembangan Ekspor Indonesia, Australia dan Malaysia
Sektor Industri Kulit dan Pengolahan Kulit SITC 612
Tahun 2018 – 2021 (US\$)**

Gambar di atas menunjukkan bahwa produksi dari produk kulit di Australia dan Indonesia mengalami kenaikan setelah turun saat pandemi *covid 19*, hal ini terlihat dari sektor produk kulit Indonesia dan Australia hampir sebanding produksinya, berbeda dengan Malaysia walaupun pada tahun 2021 produk kulit dan pengolahan kulit naik namun dari sebelum adanya *covid 19* ekspor produk kulit Malaysia cenderung turun.

Dari ketiga negara tersebut dapat disimpulkan bahwa permintaan produk kulit dunia mengalami kenaikan pada tahun 2021, Malaysia dan Australia untuk ekspor produk kulit sebelum pandemi *covid 19* mengalami penurunan dari tahun ke tahun, berbeda dengan Indonesia yang cenderung ekspor produk kulit sebelum pandemi relatif stabil, walaupun kuantitasnya jauh lebih besar Australia, namun hal tersebut merupakan potensi tersendiri bagi Indonesia.

Dengan potensi tersebut Indonesia bisa memanfaatkan industri kulit ini menjadi sektor utama apabila melakukan langkah yang tepat untuk memaksimalkan potensi kulit ini, selain kulit punya potensi yang sangat besar juga kita tahu bahwa banyak daerah yang menjadikan kulit ini sebagai produk unggulannya yang bahkan sudah sangat dikenal di Indonesia maupun di kancah internasional yakni seperti Kabupaten Garut yang terkenal akan produk kulitnya. Namun dengan semua potensi yang dimiliki industri kulit masih banyak permasalahan yang harus dihadapi yakni seperti permasalahan – permasalahan produktivitas, teknologi yang ramah lingkungan, persaingan antar negara produsen kulit di pasar internasional yang semakin ketat.

Perdagangan bebas yang semakin kuat saat ini memberikan peluang dan tantangan baru yang harus dihadapi. Dari sisi permintaan pasar, perdagangan bebas memberikan peluang baru karena pasar makin meluas. Adanya pesaing produk kulit dari negara lain, seperti Italia, Malaysia, Selandia Baru, Australia, China dan lain sebagainya. Seiring dengan dilaksanakannya kebijakan perdagangan bebas atau dihapuskannya hambatan – hambatan perdagangan antar negara, maka Indonesia perlu meningkatkan daya saing agar dapat

menghadapi tantangan di pasar internasional, dengan kata lain jika produk kulit Indonesia ingin bertahan maka harus meningkatkan daya saing atau keunggulan komparatifnya.

Dari uraian latar belakang, secara garis besar produk kulit menjadi salah satu produk potensial untuk terus dikembangkan dan ditingkatkan daya saing produknya sebagai salah satu langkah tidak langsung untuk meningkatkan perekonomian. Sehingga judul yang diambil penulis adalah “Analisis Keunggulan Komparatif Produk Kulit (SITC 611 dan 612) Indonesia di Pasar Internasional dan 2 Negara *Regional Comprehensive Economic Partnership* (Malaysia dan Australia) Tahun 2002 – 2021.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana keunggulan komparatif produk kulit Indonesia dibandingkan dengan dua negara RCEP (Malaysia dan Australia) di pasar internasional tahun 2002 – 2021?
2. Bagaimana posisi daya saing produk kulit Indonesia dibandingkan dengan dua negara RCEP (Malaysia dan Australia) di pasar internasional tahun 2002 – 2021?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis keunggulan produk kulit Indonesia dibandingkan dengan dua negara RCEP (Malaysia dan Australia) di pasar internasional tahun 2002 – 2021.
2. Untuk menganalisis posisi daya saing produk kulit Indonesia dibandingkan dengan 2 negara RCEP (Malaysia dan Australia) di pasar internasional tahun 2002 – 2021.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian analisis komparatif produk kulit Indonesia di pasar internasional adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang didapatkan oleh penulis adalah sebagai wawasan dan pengetahuan mengenai keunggulan, dan kemampuan produk kulit Indonesia, Malaysia dan Australia di pasar internasional.

2. Bagi Pemerintah

Untuk memberikan informasi kepada pemerintah khususnya departemen perindustrian, perdagangan dan lembaga penelitian terkait daya saing produk kulit Indonesia di pasar internasional.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Masyarakat (produsen produk kulit)

Memberikan informasi kepada para perajin/produsen produk kulit dalam memasuki pasar internasional.

1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di tiga wilayah negara meliputi Indonesia, Malaysia dan Australia. Dalam hal ini penulis menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui *website* resmi dari *Open Data, The United Nations Comtrade* (UN Comtrade Statistic, 2021) dan Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS, 2022).

1.5.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akhir bulan September 2022 dengan pengajuan judul kepada pihak Program Studi Ekonomi Pembangunan.

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Keterangan	2022																2023															
		Sep		Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Maret				April					
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan Judul	■																															
2	Pengumpulan Data	■	■																														
3	Penyusunan UP			■	■	■	■	■																									
4	Seminar UP								■																								
5	Revisi UP									■	■	■	■	■																			
6	Penyusunan Skripsi															■	■	■	■	■	■	■	■										
7	Sidang Skripsi & Komprehensif																											■					
8	Revisi Skripsi																											■	■	■			