

1. Jelaskan 5 strategi dasar dalam menghadapi persaingan dalam perdagangan internasional dan berikan contoh !

Jawab :

lima strategi dasar dalam menghadapi persaingan dalam perdagangan internasional dan contohnya adalah sebagai berikut :

1.) Promosi dan Penetrasi Pasar

Kenyataan menunjukkan bahwa volume perdagangan Indonesia dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, adalah nomor dua terkecil setelah Filipina, sedangkan volume perdagangan Indonesia dengan Singapura hanya 5,1 persen dari seluruh perdagangan intra-ASEAN. Keadaan tersebut terutama disebabkan oleh komoditas ekspor Indonesia belum banyak dikenal oleh negara-negara ASEAN. Karena itu, keikutsertaan dalam pameran perdagangan internasional perlu ditingkatkan. Peningkatan kunjungan dagang sangat besar pula artinya dalam melakukan promosi dan penetrasi pasar hasil produksi Indonesia.

2.) Peningkatan Efisiensi Produksi Dalam Negeri (economic of scale)

Untuk meningkatkan efisiensi produksi dalam negeri, perlu diciptakan kondisi persaingan yang sehat di antara sesama pengusaha agar tidak terdapat “distorsi harga” bahan baku. Di samping itu, biaya-biaya non produksi secara keseluruhan dapat ditekan. Dalam kaitan ini,. Contohnya : meminimalisasikan biaya produksi dengan mengurangi tenaga kerja manusia melalui peningkatan teknologi yang lebih modern.

3.) Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia

Kualitas sumberdaya manusia Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan kualitas sumber daya manusia negara ASEAN lainnya. Oleh karena itu, dalam rangka menghadapi persaingan dalam perdagangan internasional, usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia perlu lebih ditingkatkan, salah satu contohnya adalah dengan mengembangkan sekolah kejuruan dan politeknik di masa mendatang atau membangun sekolah-sekolah yang berbasis kewirausahaan dan lain sebagainya.

4.) Perlindungan Terhadap Industri Kecil

Perdagangan bebaas akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan, sehingga hanya perusahaan besar yang mampu terus berkembang. Perusahaan besar tersebut di-perkirakan terus menekan industri kecil yang pada umumnya kurang mampu bersaing dengan para konglomerat.maka dari itu industry kecil perlu di lindungi.

Contohnya : Untuk melindungi industri kecil tersebut, perlu diwujudkan sebuah undang-undang anti monopoli atau membentuk suatu organisasi pemersatu perusahaan-perusahaan berskala kecil.

5.) Meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi

Dalam hal ini dengan meningkatnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka kualitas dan standar produksi juga akan meningkat. Karena teknologi bisa meningkatkan efisiensi produksi sehingga dapat bersaing harga dan kualitas di pasar internasional. Contohnya: produk pertanian Indonesia yang tadinya impor sekarang bisa memproduksi sendiri dengan harga dan kualitas yang tidak kalah dengan luar negeri bahkan kita Indonesia bisa ekspor ke Negara lainnya.

2. Jelaskan bagaimana mekanisme pasar uang di Negara-negara asia tenggara bekerja dalam memperdagangkan valuta asing dan berikan gambaran grafik perdagangan pasar uang di asia tenggara dalam satu bulan terakhir !

Jawab :

mekanisme pasar uang di Negara-negara asia tenggara bekerja dalam memperdagangkan valuta asing adalah Dengan melalui bursa perdagangan valuta asing, banyak sekali pasar valuta asing yang saling berhubungan satu sama lainnya dimana mata

uang yang berbeda diperdagangkan, sehingga secara tidak langsung artinya bahwa “tidak ada kurs tunggal mata uang dollar melainkan kurs yang berbeda-beda tergantung pada bank mana atau pelaku pasar mana yang bertransaksi”. Namun dalam prakteknya perbedaan tersebut seringkali sangat tipis.

Pusat perdagangan utama perdagangan valuta asing adalah di London, New York, Tokyo dan Singapura. Namun bank-bank diseluruh dunia menjadi pesertanya. Perdagangan valuta asing terjadi sepanjang hari. Apabila pasar Asia berakhir maka pasar Eropa mulai dibuka dan pada saat pasar Eropa berakhir maka pasar Amerika dimulai dan kembali lagi ke pasar Asia termasuk asia tenggara, terkecuali di akhir pekan.

Pasar uang antar bank (PUAB) memenuhi kebutuhan mayoritas dari perputaran uang di dunia usaha serta kebutuhan dari transaksi para spekulasi setiap harinya yang dapat mencapai nilai triliunan dollar. Beberapa transaksi dilaksanakan untuk dan atas nama nasabahnya, tetapi sebagian besar adalah untuk kepentingan pemilik bank ataupun untuk kepentingan bank itu sendiri.

Hingga saat ini, pialang valuta asing adalah merupakan pelaku perputaran valuta dalam jumlah yang besar, memfasilitasi perdagangan PUAB dan mempertemukan penjual dan pembeli untuk “upah”(fee) yang kecil. Namun saat ini banyak bisnis valuta asing ini yang beralih kepada suatu sistem elektronis yang lebih efisien seperti misalnya EBS (sekarang dimiliki oleh ICAP), Reuters Dealing 3000 Matching (D2), the Chicago Mercantile Exchange, Bloomberg dan TradeBook(R)

Berikut ini adalah beberapa perdagangan valuta asing dengan berbagai transaksi :

Transaksi Dan Perdagangan Valuta Asing

No	Transaksi	USD (milliar)	(%)
1	Transaksi Spot	1.005	31,31
2	Kontrak Forward	362	11,28
3	Swap	1.714	53,40
4	Selisih pelaporan	129	4,02
total		3.210	100,00

Perdagangan Valuta Asing

Transaksi Spot.

Transaksi *spot* adalah pembelian atau penjualan mata uang asing dengan kurs yang berlaku dipasar *spot*. Kurs di pasar *spot* ditentukan oleh penawaran dan permintaan terhadap mata uang asing di pasar antar bank. Transaksi didasarkan atas suatu kontrak yang disepakati oleh dua belah pihak. Satu pihak menawarkan sejumlah mata uang kepada penerima dengan sejumlah mata uang lain dengan kurs *spot* yang disepakati saat itu juga.

Pasar *spot* atau *spot market* merupakan pasar yang memfasilitasi transaksi jual beli mata uang asing secara tunai dengan penyerahan dana dilakukan dengan segera setelah transaksi disepakati. Pasar *spot* biasa disebut *actual market* atau *physical market*. Pasar *spot* dapat diartikan juga sebagai pasar valuta asing setempat. Misal pasar *spot* Jakarta, perdagangan mata uang asing yang dilakukan antar bank di Jakarta, dengan kurs *spot* atau *spot rate* Jakarta. Instruksi untuk penyerahan dana atau mata uangnya dalam bentuk cek yang dikeluarkan oleh bank dan dapat dicairkan atau diuangkan dalam satu atau dua hari kerja.

Berikut uraian atau contoh transaksi pada pasar *spot*. Data *qoutation* untuk USD/IDR pada Bank X di kota Jakarta ditunjukkan pada Tabel.

Pasangan Valuta	Kurs Beli	Kurs Jual
USD/IDR	12.000	12.100
JPY/IDR	110,00	120,00

Kurs Transaksi Spot

Nasabah memerlukan Dollar Amerika sebanyak USD 10.000, untuk pembayaran transaksi internasional. Jika nasabah sepakat dengan *quotation* yang ditawarkan, maka transaksi bisa dilakukan. Pada transaksi ini nasabah akan membeli Dollar Amerika dengan pembayaran menggunakan Rupiah Indonesia. Maka *quotation* yang digunakan adalah kurs jual USD/IDR. Nasabah menyerahkan Rupiah Indonesia kepada Bank X sebanyak:

$$\text{USD } 10.000 \times \text{IDR } 12.100/\text{USD} = \text{IDR } 121.000.000.$$

Bank X harus menyerahkan USD 10.000 ke nasabah selambat-lambatnya dua hari atau (2 x 24 jam) setelah transaksi dilakukan.

Transaksi untuk mencari keuntungan dengan memanfaatkan pergerakan kurs dikenal dengan istilah *trading*. Sebagian masyarakat menyebut transaksi pada *trading* mata uang asing adalah tindakan spekulatif. Keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari *trading* sangat ditentukan oleh seberapa akurat nasabah dapat memprediksi pergerakan kurs dimasa yang akan datang.

Misal nasabah memprediksi beberapa minggu ke depan kurs USD/IDR menguat. Menguat artinya Dollar Amerika naik, atau Rupiah Indonesia turun. Kurs sekarang ditunjukkan seperti pada Tabel 3.9. Nasabah mendatangi Bank X dan sepakat dengan kurs *spot* tersebut, kemudian membeli USD/IDR pada kurs jual USD/IDR 12.100. Setelah satu minggu kurs berubah menjadi: USD/IDR 12.300 – 12400.

Pada contoh kasus ini kurs USD/IDR menguat. Kemudian nasabah mendatangi Bank X untuk menjual USD/IDR dengan kurs beli USD/IDR 12.300. Dari transaksi beli dan jual USD/IDR nasabah mendapat selisih kurs: pada saat transaksi beli, kurs jual USD/IDR 12.100 pada saat transaksi jual, kurs beli USD/IDR 12.300 selisih kurs dari kedua transaksi adalah: USD/IDR 12.300 – USD/IDR 12.100 = USD/IDR 200 atau 200 *point*.

Artinya nasabah mendapatkan keuntungan IDR 200 per Dollar Amerika yang di beli. Jika pada saat transaksi nasabah membeli USD 1000, maka keuntungan yang diperoleh adalah:

$$\text{Keuntungan} = \text{USD } 1.000 \times \text{IDR } 200/\text{USD} = \text{IDR } 200.000$$

Sebenarnya potensi keuntungan dari transaksi dalam *trading* tidak terbatas selama pergerakan kurs sesuai dengan prediksi nasabah yaitu bergerak naik terus. Sedangkan potensi kerugian akan terbatas pada maksimum USD 1000, yaitu ketika kurs USD/IDR turun mencapai nilai nol.

Transaksi *Forward*.

Transaksi *forward* adalah transaksi pembelian dan penjualan mata uang asing dengan kurs*forward* yang ditetapkan saat transaksi dilakukan. Kurs *forward* berlaku untuk waktu yang akan datang (*future period*) antara 2×24 jam sampai dengan satu tahun. Artinya penyerahan dana atau mata uang dilakukan di masa yang akan datang. Kurs *forward* dihitung berdasarkan kurs*spot* dan perbedaan tingkat bunga antara kedua mata uang yang ditransaksikan. Dengan demikian kurs *forward* dapat lebih tinggi atau rendah daripada kurs *spot*. Kurs *forward* dihitung berdasarkan formula sebagai berikut:

$$\text{Kurs Forward} = (\text{Kurs Spot}) + (r_1 - r_2) \times (n/360) \times (\text{Kurs Spot})$$

r_1 = tingkat bunga mata uang 1, misal IDR

r_2 = tingkat bunga mata uang 2, misal USD

n = hari untuk $n/360$, atau n = bulan untuk $n/12$

Contoh perhitungan kurs pada transaksi *forward* untuk tiga bulan kedepan,

Kurs *Spot* USD/IDR 11900–2.000

tingkat bunga IDR 3 bulan = 14% per tahun.

tingkat bunga USD 3 bulan = 4 % per tahun.

Kurs *Forward* = $12.000 + (14\% - 4\%) \times (3/12) \times 12.000 = 12.000 + 300 = 12.300$ atau,

Kurs *Forward* USD/IDR 12.300

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa kurs *forward* lebih tinggi daripada kurs *spot*. Transaksi untuk kontrak *forward* yang memakai kesepakatan kurs *forward* lebih tinggi daripada kurs *spot* disebut dengan *forward premium* sedangkan kontrak dengan kurs *forward* lebih rendah daripada kurs *spot* disebut dengan *forward discount*.

Contoh transaksi *forward*:

Nasabah baru saja mendapat pinjaman jangka pendek, tiga bulan sebesar USD 1.000. Jatuh tempo pengembalian pinjaman adalah tiga bulan ke depan. Uang pinjaman akan digunakan untuk pembayaran transaksi pembelian barang impor. Nasabah mendatangi Bank X untuk melakukan transaksi *forward* tiga bulan. Dengan data *quotation* sebagai berikut:

Kurs *Spot* USD/IDR 11900–12.000

Kurs *Forward* USD/IDR 12.198–12.300

Jika nasabah sepakat dengan *quotation* yang ditawarkan pihak Bank X, maka transaksi dapat dilakukan dan masa berlaku kontrak transaksi adalah tiga bulan. Artinya penyerahan mata uang dilakukan tiga bulan yang akan datang. Nasabah akan membeli Dollar Amerika dengan pembayaran menggunakan Rupiah Indonesia pada kurs *forward* jual yaitu: USD/IDR 12.300.

Artinya ketika kontrak *forward* jatuh tempo, tiga bulan kemudian, nasabah harus menyerahkan Rupiah Indonesia ke Bank X sebanyak:

$\text{USD } 1000 \times \text{IDR } 12.300/\text{USD} = \text{IDR } 12.300.000$, dan

Bank X harus menyerahkan USD 1000 kepada nasabah. Pada kasus ini, berapapun kurs USD/IDR pada saat kontrak *forward* jatuh tempo, nasabah hanya akan membeli Dollar Amerika dengan kurs USD/IDR 12.300. Dalam hal ini nasabah akan terlindungi dari kerugian akibat kurs yang berfluktuasi.

Transaksi Swap.

Transaksi *swap* yaitu suatu kontrak pembelian atau penjualan mata uang asing dengan kurs yang disepakati sekarang sesuai *spot rate* dan dikombinasikan dengan melakukan transaksi pembelian atau penjualan mata uang asing dengan kurs *forward*. Di sini dilakukan dua transaksi sekaligus. Misalkan melakukan transaksi penjualan suatu mata uang asing dengan kurs *spot*(transaksi *spot*), dibarengi dengan pembelian mata uang

asing untuk waktu yang akan datang (transaksi *forward*). Transaksi jual beli dilakukan pada bank yang sama.

Jadi intinya dengan melihat keterangan di atas maka mekanisme pasar uang dalam memperdagangkan valuta asing di asing tenggara tidak jauh berbeda dengan Negara lainnya. Pusat perdagangan utama perdagangan valuta asing adalah di London, New York, Tokyo dan Singapura. Namun bank-bank diseluruh dunia menjadi pesertanya. Perdagangan valuta asing terjadi sepanjang hari. Apabila pasar Asia berakhir maka pasar Eropa mulai dibuka dan pada saat pasar Eropa berakhir maka pasar Amerika dimulai dan kembali lagi ke pasar Asia termasuk asia tenggara, terkecuali di akhir pekan. Atau lebih tepatnya melalui pialang valuta asing yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam upah “fee” atau kecil di asia tenggara. Pialang valuta asing tersebut adalah melalui bank-bank yang ada di Negara-negara tersebut. Yaitu dengan transaksi spot, kontrak forward, swap dan lainnya.

Selain perbankan, kalangan dunia usaha juga merupakan pemeran pasar valuta asing yang terbesar. Hal ini dikarenakan adanya kebutuhan dari aktivitas perusahaan dalam melakukan pembayaran harga barang ataupun jasa dalam mata valuta asing. Kebutuhan mata valuta asing dari suatu perusahaan seringkali hanya kecil nilainya dibandingkan dengan kebutuhan dari bank dan spekulasi dan perdagangan valuta asing yang dilakukannya seringkali hanya membawa dampak yang kecil sekali bagi nilai pasaran kurs mata uang. Meski pun demikian arus perdagangan valuta asing dari perusahaan-perusahaan ini dalam jangka panjangnya merupakan faktor yang penting bagi arah nilai tukar suatu mata uang. Transaksi beberapa perusahaan multinasional dapat membawa akibat yang tidak terduga sewaktu mereka menutup posisi (posisi jual ataupun beli) yang amat besar sekali dimana transaksi ini tidak diketahui secara luas oleh para pemain pasar.

Bank sentral dari sejumlah negara juga memegang peran yang amat penting dalam pasar valuta asing. Bank sentral ini senantiasa berupaya untuk mengendalikan suplai uang, inflasi, dan ataupun suku bunga bahkan seringkali mereka memiliki suatu target baik resmi maupun tidak resmi terhadap nilai tukar mata uang negaranya. Seringkali bank sentral ini menggunakan cadangan devisa untuk menstabilkan pasar.

Dengan ekspektasi pasar ataupun isu tentang intervensi yang dilakukan oleh bank sentral belaka telah cukup untuk menstabilkan kurs mata uang setempat, tetapi intervensi yang agresif dilakukan beberapa kali dalam setiap tahunnya pada suatu negara yang kurs mata uangnya bergejolak.

- Grafik yang menggambarkan perkembangan pasar uang dalam perdagangan valuta asing setelah saya cari namun tidak di temukan..namun saya menemukan tabel Pertumbuhan Nilai Tukar Mata Uang Negara-Negara di ASEAN Terhadap USD, 2009-2014 (y-o-y, %).

NEGARA	2009	2010	2011	2012	2013	29-Agt-14
Brunei Darussalam	4,17	7,97	0	4,72	-2,48	1,36
Kamboja	-2,21	0,81	0,3	1,76	-0,33	-2,26
Indonesia	14	5,79	0,36	-8,72	-26,92	3,64
Laos	-0,05	3,53	0,56	1,77	-2,07	0,22
Malaysia	0,59	9,17	-3,26	4,42	-8,58	3,69
Myanmar	0,32	0,16	0,48	-13360*	-14,93	1,9
Filipina	1,44	5,73	0,09	7,05	-9,03	1,35
Singapura	3,45	8,57	-0,78	5,43	-3,28	1,18
Thailand	4,52	9,32	-6,26	4,25	-7,96	2,2
Vietnam	6,7	-5,71	-7,97	2,05	-2,36	-0,21

Catatan: Data tersaji pada posisi 29 Agustus 2014 adalah pertumbuhan berbasis year-to-date Angka (+) menunjukkan apresiasi mata uang dan angka (-) menunjukkan depresiasi mata uang *= Pada tahun 2012 Myanmar mengalami penyesuaian nilai mata uang

Sumber: Bloomberg (2014)

3. Jelaskan hubungan antara investasi langsung yang di lakukan sebuah Negara dengan neraca pembyaran masing-masing Negara.

Jawab :

Sebelumnya saya akan menjelaskan apa sih itu neraca pembayaran ? neraca pembayaran adalah Segala transaksi yang dilakukan oleh suatu negara dalam hubungan

ekonominya dengan negara lain, baik berupa barang, jasa maupun modal, dicatat secara sistematis di dalam suatu daftar atau catatan yang disebut neraca pembayaran internasional (balance of payment). Terus apa hubungannya terhadap investasi langsung ? jadi dalam neraca pembayaran, investasi yang dilakukan oleh sebuah Negara akan dimasukkan atau tercatat kedalam neraca pembayaran baik Negara yang melakukan investasi maupun yang menerima investasi. Dan neraca pembayaran juga sebagai indikator fundamental ekonomi suatu Negara baik investasi Negara maupun investasi asing serta variabel2 ekonomi lainnya.

4. Jelaskan menurut pendapat anda bagaimana sebuah perusahaan membangun daya saing dalam perdagangan internasional dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap daya saing perusahaan ?

Jawab :

Menurut pendapat saya cara untuk membangun daya saing dalam perdagangan internasional di sebuah perusahaan adalah sbb :

- Melakukan differensiasi produk yaitu dengan membuat suatu keunggulan kompetitif dalam produk perusahaan tersebut yang dapat mengungguli produk yang bertipe sama dengan perusahaan lain.
- Memperbaiki kualitas produk dengan standar internasional yang tidak kalah dengan produk dari Negara lainnya dengan disertai kreatifitas dan inovasi yang unik baik dalam tampilan maupun rasa tetapi disukai oleh para konsumen umumnya.
- Menggunakan teknologi yang lebih canggih dan modern untuk dapat menghasilkan efisiensi produk, dengan biaya yang semurah mungkin akan tetapi kualitas tetap bisa bersaing dengan produk internasional.
- Memberikan pengenalan produk kepada konsumen dengan cara mempromosikannya misalnya lewat iklan atau sebagainya.
- Memahami kebutuhan pasar menawarkan jumlah yang begitu besar dan divergen. Peluang ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin diferensi pasar harus dipetakan secara matang. Para pengusaha harus melakukan hal tersebut. Jika tidak maka ancaman produk-produk.

Sedangkan Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing perusahaan adalah :

- Ancaman Pendatang Baru dalam Industri baik itu dalam negeri maupun dari luar negeri , Profitabilitas perusahaan cenderung tinggi ketika perusahaan lainnya terhalangi untuk memasuki industri. Pendatang baru dapat mengurangi profitabilitas industri karena mereka menambah jumlah produksi dan dapat secara substansial mengikis posisi keberadaan pasar yang sudah ada.
- Posisi Tawar Pelanggan
Pelanggan produk atau jasa suatu industri dapat menekan perusahaan yang ada untuk mendapatkan harga yang rendah atau pelayanan yang lebih baik dari penyedia (industri) apabila : (1) pelanggan memiliki pengetahuan yang baik tentang kualitas produk dan memiliki informasi yang cukup mengenai produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat mengevaluasi produk atau jasa tersebut dengan penjual lainnya. (2) Ukuran pembelian yang dilakukan oleh pelanggan (banyaknya uang yang digunakan pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan), (3) kurang dirasakannya fungsi produk bagi pelanggan (kemanfaatan produk), (4) jumlah pelanggan lebih terkonsentrasi daripada jumlah penyedia produk atau jasa (oligopsoni). Pelanggan juga memiliki posisi tawar lebih kuat ketika produk dan jasa yang ditawarkan oleh industri cenderung homogen atau standar (tidak ada perbedaan antara satu dan yang lainnya) sehingga membutuhkan biaya yang rendah untuk mengganti ke pemasok lain, dan ketika pelanggan juga dapat masuk ke dalam industri dimana mereka biasanya melakukan pembelian (membuat sendiri produk yang biasa dibelinya).
- Intensitas Persaingan Antara Perusahaan dalam Industri
Tingkat persaingan antar perusahaan yang sudah ada saat ini adalah determinan penting ketertarikan industri dan profitabilitas. Intensitas persaingan dapat mempengaruhi biaya pasokan, distribusi dan ketertarikan pelanggan, dan kemudian secara langsung mempengaruhi profitabilitas. Persaingan antar perusahaan cenderung saling mematikan dan profitabilitas industri rendah apabila: (1) Tidak adanya pemimpin yang jelas dalam pasar (keseimbangan kekuatan antara perusahaan dalam pasar), sehingga dapat terjadinya perang harga antara industri yang satu dengan yang lainnya, (2) jumlah pesaing yang terlalu banyak, (3) Pesaing beroperasi dengan biaya tetap yang tinggi yang dapat

memberikan motivasi untuk memaksimalkan kapasitas mereka dan cenderung memotong harga ketika mereka memiliki kelebihan kapasitas. (4) Sulitnya untuk keluar dari industri, (5) pesaing memiliki sedikit peluang untuk bisa melakukan diferensiasi produk, (6) Pertumbuhan penjualan yang rendah sehingga tingkat persaingan untuk merebut pasar sangat tinggi.

- **Potensi untuk Produk atau Jasa Pengganti**

Untuk memprediksi tingkat keuntungan, perusahaan harus melihat apakah ada atau tersedianya produk yang sama di dalam pasar, atau memiliki fungsi yang sama dengan produk yang ditawarkan. Produk atau jasa pengganti dapat mengancam profitabilitas perusahaan yang ada saat ini jika mereka dapat menawarkan harga yang lebih rendah dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh industri yang ada saat ini, atau memiliki kualitas yang lebih baik dengan harga yang sama dengan yang ditawarkan oleh industri saat ini.

5. Jelaskan menurut anda bagaimana seharusnya produk UMKM dapat menjadi produk unggulan bagi Indonesia dan mampu bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN.

Jawab :

Menurut pendapat saya untuk menjadi produk UMKM yang unggul bagi Indonesia dan mampu bersaing dalam masyarakat ekonomi ASEAN adalah dengan beberapa cara yaitu :

- **Pertama** konsisten menjaga kualitas produk. Menghadapi gempuran produk impor dari negara tetangga yang popularitasnya cukup diperhitungkan oleh kalangan masyarakat kita, UKM Indonesia tak perlu “*ciut nyali*” asalkan tetap konsisten menjaga kualitas produk yang mereka pasarkan. Buatlah standar operasional prosedur (SOP) yang jelas dalam setiap proses produksi, agar barang-barang yang Anda pasarkan memiliki kualitas atau standar mutu yang terjamin.
- **Kedua**, tambahkan daya saing UKM melalui packaging produk yang menarik. Seperti kita ketahui bersama, sampai saat ini packaging produk menjadi salah satu faktor

pendorong bagi para calon konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. Karenanya selain menjaga kualitas produk, hal lain yang perlu diperhatikan para pelaku UKM adalah mendesain packaging yang menarik, serta mencantumkan logo dan nama produk di setiap kemasan produk.

- **Ketiga**, berani bersaing dari segi harga. Salah satu keunggulan produk China di pasar dunia yaitu harga jualnya terkenal lebih murah dibandingkan produk-produk dari negara lainnya. Langkah ini bisa Anda tiru, dengan cara membuat biaya produksi seefisien mungkin agar harga jual produk bisa lebih murah dibandingkan produk serupa di pasar bebas 2015.
- **Keempat**, menjaga loyalitas konsumen. Memiliki banyak pelanggan setia menjadi kunci utama kesuksesan untuk menghadapi persaingan pasar bebas 2015. Ketika konsumen memiliki loyalitas yang cukup tinggi terhadap produk-produk yang dipasarkan, maka sebagai pelaku UKM tak perlu khawatir ditinggalkan konsumen ketika produk-produk dari negara tetangga mulai berdatangan ke Indonesia.

6. Buatlah sebuah essay atau mini paper tentang kajian penerapan MEA jika di tinjau dari sisi daya saing produk2 indonesia, mobilitas sumber daya dan neraca pembayaran Indonesia !

Jawab :

- Di tinjau dari sisi daya saing produk

Faktor utama memburuknya kinerja ekspor bukan disebabkan faktor permintaan (demand side) melainkan sisi penawaran (supply side) atau dapat dikatakan bahwa terdapat persoalan kinerja ekonomi domestik yang berdampak pada rendahnya produktivitas produk ekspor Indonesia. Menurut World Economic Forum, beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab rendahnya daya saing industri di tingkat mikro diantaranya (1) buruknya infrastruktur, (2) buruknya institusi dan kelembagaan pemerintah dan swasta terkait dengan pelayanan publik, (3) inefisiensi pasar barang industri, (4) pendidikan dan keahlian tenaga kerja yang belum memadai, (5) efisiensi pasar tenaga kerja yang rendah, (6) rendahnya kemampuan perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru, (7) perkembangan pasar keuangan yang belum mendorong perkembangan industri, dan (8) rendahnya inovasi dan penerapan teknologi tinggi yang efisien. Berdasarkan Industrial Development Report tahun 2011, industri manufaktur Indonesia mengalami penurunan peringkat daya saing dari 40 pada tahun 2005

menjadi peringkat ke-43 pada tahun 2009. Daya saing Indonesia yang diukur dengan indeks daya saing kinerja industri (Competitiveness Industrial Performance) masih di bawah negara-negara ASEAN, seperti Singapura, Thailand, Malaysia, dan Filipina. Gambaran daya saing komoditas ekspor diantara negara anggota dalam kerjasama RCEP menuntut Indonesia untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas produksi sehingga dapat bersaing dengan produk-produk serupa, menciptakan iklim usaha yang kondusif dalam rangka meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar dan meningkatkan kemampuan dalam penguasaan teknologi informasi dan komunikasi termasuk promosi pemasaran dan lobby. Apabila tidak mempersiapkan diri dengan baik, maka Indonesia akan menjadi pasar bagi komoditas negara-negara lainnya

- Di tinjau dari sisi mobiltas sumber daya

Dari SDM saya lihat bangsa Indonesia belum siap terhadap itu. Kita masih sibuk mengurus DPR, politik, korupsi dan lain sebagainya, sementara negara lain sudah lebih siap untuk menghadapi MEA ini. Ibaratnya kita ini seperti raksasa yang bangun tidur di sebuah pulau, dan begitu pulau dibikin jembatan terhubung dengan pulau lain, dan penduduk pulau lain masuk ke pulau ini barulah kaget. Contoh konkret dari ketidaksiapan ini salah satunya tercermin dalam proyek MRT (Mass rapid transit yaitu sebuah sistem transportasi transit cepat yang sedang dibangun di Jakarta. Proses pembangunan telah dimulai pada tanggal 10 Oktober 2013 dan diperkirakan selesai pada tahun 2018.) yang cuma 1 dan enggak jadi-jadi. Sementara Singapura di waktu yang sama telah menyiapkan 5 MRT dan sudah beroperasi. Sementara itu, dari sisi kesiapan tenaga kerjanya, saya melihatnya kurang, kenapa? Begitu bergelar sarjana mereka baru bisa dikatakan siap berkompetisi di dunia setelah melalui Management Trainee. Beda dengan Singapura atau Malaysia yang fresh graduate-nya sudah siap pakai, seperti contohnya lulusan NUS Nanyang Technology University dll.

Dari perspektif lainnya yakni persaingan dalam memperebutkan market. Iklim MEA membuat profesional, investasi, produk menjadi free flow. Indonesia dengan 240 juta penduduknya, terlihat sebagai pangsa yang gemuk dan lemah. Ini yang membuat

nantinya kita akan digempur dengan produksi- produksi luar negeri, yang mungkin jika tidak dipersiapkan dengan matang – bisa menjadi raja bahkan di negara kita sendiri.

Banyak pihak yang beranggapan jika pemberlakuan MEA akan merugikan bagi ekonomi Indonesia, karena Indonesia memiliki pasar paling besar di kawasan ASEAN dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Penduduk Indonesia yang mencapai kurang lebih 240 juta jiwa dinilai akan menjadi pasar yang besar bagi negara-negara ASEAN lainnya.

Sementara itu negara ASEAN lainnya tidak memiliki pasar sebesar Indonesia sehingga Indonesia akan memasuki pasar negara tetangga yang lebih kecil, berbanding terbalik dengan besarnya pasar Indonesia yang akan mudah dimasuki oleh negara ASEAN lainnya.

- Di tinjau dari sisi neraca perdagangan

Era MEA itu nantinya akan menciptakan integrasi diantara 10 negara yang berada di Asia Tenggara dalam suatu kawasan ekonomi eksklusif. Sedangkan transaksi perdagangan Indonesia dengan negara-negara ASEAN pada saat ini masih mengalami defisit, hanya dengan Filipina saja dimana Indonesia mampu mendapatkan surplus pada neraca perdagangan. Menurut saya jika di lihat dari neraca perdagangannya Indonesia belum siap untuk menghadapi MEA tersebut.

Kondisi tersebut dinilai merugikan bagi ekonomi Indonesia, selain itu juga dikhawatirkan pelaku usaha berskala kecil yang ada di Indonesia seperti koperasi dan UMKM terancam tergusur, yang selama ini justru hidup dari pasar-pasar tradisional tingkat desa dan kecamatan.

- Di tinjau dari sisi neraca pembayaran

Menurut saya Indonesia belum siap dalam penerapan MEA, hal ini dapat dilihat dari keadaan neraca pembayaran Indonesia yang masih mengalami deficit, yaitu Indonesia lebih banyak mengimpor produk daripada mengekspor.

DAFTAR PUSTAKA

<http://ardra.biz/ekonomi/valuta-asing/perdagangan-valuta-asing/>

<http://deteksi.co/2014/12/potret-struktur-ekonomi-kawasan-jelang-aec-2015-bagian-ketiga/>

<http://www.kemenkeu.go.id/en/node/41244>

<http://beritadaerah.co.id/2015/02/24/mendag-ragukan-kesiapan-indonesia-menghadapi-mea/> .

<http://www.neraca.co.id/article/42465/Siapkah-Kita-Menghadapi-Masyarakat-Ekonomi-ASEAN-MEA-2015> .