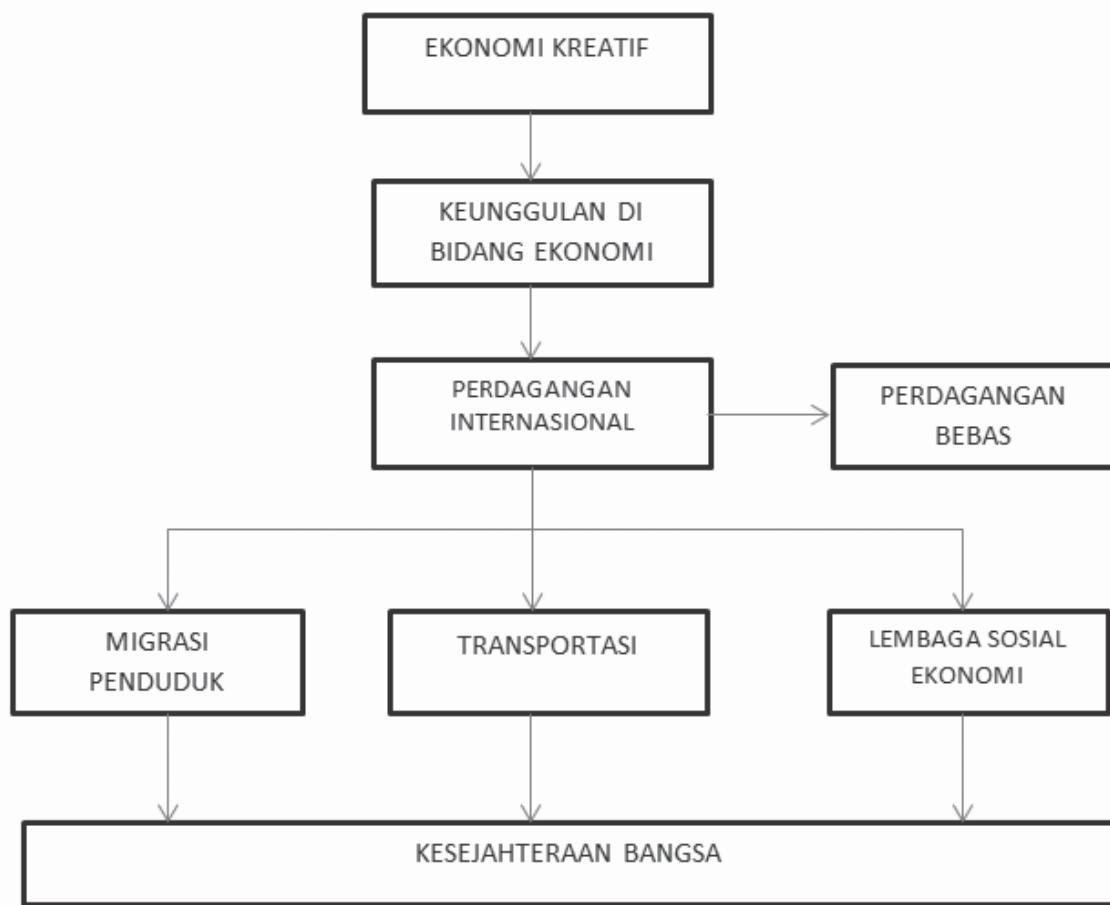


Ketergantungan Antarruang dan Pengaruhnya terhadap Kesejahteraan Masyarakat



Peta Konsep



Tujuan Pembelajaran:

- Setelah mempelajari materi ini, kamu diharapkan mampu:
- a. Menjelaskan pengertian perdagangan internasional
 - b. Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perdagangan internasional
 - c. Menjelaskan manfaat perdagangan internasional
 - d. Menjelaskan hambatan perdagangan Internasional
 - e. Menjelaskan pengertian ekonomi kreatif
 - f. Menjelaskan subsetor ekonomi kreatif
 - g. Menganalisis hubungan antara ekonomi kreatif dan industri kreatif
 - h. Menjelaskan keunggulan di bidang ekonomi
 - i. Memberikan contoh keunggulan di bidang ekonomi
 - j. Menjelaskan perdagangan bebas ASEAN
 - k. Menganalisis hubungan perdagangan internasional dengan migrasi penduduk, transportasi, dan lembaga sosial/ekonomi

Prawacana

Kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa tidak sama. Ada negara yang kaya akan sumber daya alam, ada juga negara yang kurang memiliki sumber daya alam. Perbedaan ini dipengaruhi oleh luas daerah, letak geografis, dan iklim dari negara tersebut. Potensi sumber daya yang dimiliki setiap negara tersebut dapat menimbulkan kelangkaan hasil produksi barang. Di lain pihak kebutuhan manusia di manapun negara itu berada selalu sama, artinya kebutuhannya beraneka ragam. Untuk memenuhi kebutuhan Negara dapat dihasilkan oleh sendiri, dan bisa juga membeli dari negara lain. Kondisi inilah yang mendorong setiap negara melakukan perdagangan internasional.

Negara dapat mengembangkan potensi yang dimiliki dengan mengembangkan ekonomi kreatif sesuai potensi sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing negara. Kegiatan ekonomi negara dapat dikembangkan melalui ekonomi kreatif yang didasarkan dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu. Ketiga hal tersebut sebagai upaya untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis sehingga mampu mendukung industri kreatif dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat. Hasil pengembangan sumber daya negara melalui ekonomi kreatif tersebut menjadi ciri khas dan keunggulan negara tersebut. Di Indonesia ekonomi kreatif dikembangkan untuk meningkatkan daya saing produk-produk di pasar domestik maupun internasional.



A. Perdagangan Internasional

1. Pengertian Perdagangan Internasional



Sumber: www.google.co.id/search?q=gambar+muat+barang+di+pelabuhan

Gambar 3.1. Kegiatan Menurunkan Barang di Pelabuhan Internasional

Coba kalian perhatikan gambar 3.1.! Kegiatan menurunkan barang di pelabuhan yang berasal dari negara lain merupakan bagian kegiatan perdagangan internasional. Masih ingatkah kalian tentang perdagangan antar negara yang sudah kalian pelajari di kelas VIII? Perdagangan tidak hanya dilakukan dalam suatu negara, tetapi ada juga yang dilakukan antar negara. Tidak ada negara yang dapat menghasilkan kebutuhan sendiri. Misalnya, Amerika sebagai negara super power, tidak mampu memenuhi kebutuhan negara sendiri, karena ada barang-barang tertentu yang tidak mereka hasilkan. Amerika tidak dapat memproduksi minyak sehingga mereka membeli minyak dari negara timur tengah dan sebaliknya negara Timur membutuhkan barang dari negara lain. Tidak ada negara yang dapat memenuhi kebutuhan negaranya sendiri. Barang yang dihasilkan oleh negara yang satu berbeda dengan barang yang dihasilkan oleh negara lain. Perbedaan inilah yang menimbulkan pertukaran hasil antara satu negara dan negara lain.

Perdagangan antarnegara terdapat barang-barang keluar dan masuk dari suatu negara ke negara lain, artinya negara yang kelebihan barang akan mengirimkan barangnya ke negara lain. Mengirimkan atau menjual barang ke negara lain disebut **ekspor**. Negara pelaku ekspor disebut **eksportir**. Dan jika suatu negara kekurangan barang kebutuhan untuk memenuhinya memerlukan barang dari negara lain. Masuknya barang dari negara lain ini disebut **impor**. Negara pelaku impor disebut **importir**

Dengan demikian dalam perdagangan antarnegara terdapat arus barang keluar dan arus barang masuk. Secara tidak langsung dalam perdagangan antarnegara terjadi tukar-menukar barang antar negara. Tukar menukar barang antar negara ini dilakukan dengan perantaraan uang. Jadi dapat disimpulkan bahwa **perdagangan internasional** adalah proses pertukaran barang dan jasa antara dua negara atau lebih dengan tujuan mendapatkan keuntungan/laba. Bagaimana dengan perdagangan dalam negeri? Apakah perdagangan dalam negeri juga merupakan pertukaran barang dan jasa? Berdasarkan kegiatan perdagangan internasional dan perdagangan dalam negeri sebenarnya kegiatan yang dilakukan sama yaitu pertukaran barang dan jasa. Namun terdapat beberapa perbedaan antara perdagangan dalam negeri dan perdagangan internasional. Perbedaan ini dapat dilihat dari beberapa aspek berikut ini:

Perdagangan Dalam Negeri	Perdagangan Internasional
<ul style="list-style-type: none">• Kegiatan dilakukan dalam wilayah suatu negara.• Pembeli dan penjual cenderung bertemu/interaksi langsung.• Mata uang yang digunakan sama.• Tidak dikenakan bea masuk hanya retribusi.• Biaya angkut lebih murah.• Kulaitas barang bervariasi.• Peraturan perundang-undangan sama/hukum nasional.	<ul style="list-style-type: none">• Kegiatan dilakukan dalam wilayah antarnegara.• Pembeli dan penjual tidak berinteraksi langsung.• Mata uang yang digunakan berbeda sehingga menggunakan devisa.• Dikenakan pajak/bea masuk• Biaya angkut lebih mahal.• Kualitas barang harus mengikuti standar internasional.• Peraturan peundang-undangan berbeda/hukum internasional.

2. Faktor yang Mendorong Terjadinya Perdagangan Internasional

Pada dasarnya perdagangan Internasional muncul dilatar belakangi oleh karena kemampuan menghasilkan barang antara negara yang satu dengan negara lain berbeda. Perbedaan inilah mendorong terjadinya perdagangan internasional. Faktor yang mendorong terjadinya perdagangan internasional antara lain sebagai berikut :

a. Perbedaan Sumber Daya Alam yang Dimiliki Oleh Setiap Negara.

Sumber daya alam yang dimiliki oleh masing-masing negara tidak sama dan mengakibatkan perbedaan hasil produksi dari negara tersebut. Misalnya perbedaan antara Indonesia dan Saudi Arabia tidak mampu menghasilkan sayur mayur maka mereka mengimpor dari negara di kawasan Asia yang dapat menghasilkan sayur mayur. Indonesia memiliki peluang untuk menjual hasil dari hutan ke negara lain. Oleh karena Indonesia mampu menghasilkan barang tersebut yang didukung oleh ketersediaan sumber daya alam. Keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara dilihat dari keunggulan sumber daya alam disebut keunggulan absolut (*absolute advantage*). Keunggulan absolut adalah kemampuan suatu negara untuk memproduksi barang atau jasa yang tidak dapat diproduksi oleh negara lain.

b. Perbedaan Tingkat Kualitas Sumber Daya Manusia

Ketersediaan sumber daya alam memerlukan daya dukung kemampuan sumber daya manusia. Suatu negara yang mempunyai sumber daya manusia yang dilihat terutama dari segi kualitas maka akan menghasilkan barang dan jasa dengan mutu atau kualitas yang lebih baik.

c. Perbedaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Negara yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi akan mampu memproduksi barang dan jasa yang lebih banyak, bermutu dan efisien dibanding dengan negara yang tidak menguasainya. Ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menghemat biaya produksi, jumlah barang, dan kualitas barang. Keunggulan suatu negara yang dapat memproduksi barang dengan biaya produksi yang lebih murah dibandingkan negara lain disebut *comparative advantage*.

d. Perbedaan Budaya Suatu Bangsa

Perbedaan budaya suatu negara akan sangat mempengaruhi barang yang dihasilkan. Misalnya, seni ukir dan batik Indonesia, merupakan daya tarik sendiri bagi negara lain untuk membeli barang tersebut. Demikian juga keramik China menjadi daya tarik tersendiri bagi negara lain.

- e. Perbedaan lain yang mempengaruhi perdagangan internasional yaitu perbedaan harga barang, perbedaan upah dan biaya produksi, dan perbedaan selera.

3. Manfaat dan Hambatan Perdagangan Internasional

a. Manfaat Perdagangan Internasional

Setiap perdagangan bertujuan untuk mencari keuntungan. Dalam perdagangan internasional selain untuk mencari keuntungan, ada beberapa manfaat yang diperoleh, antara lain adalah sebagai berikut.

- 1). Setiap negara dapat memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa.
- 2). Setiap negara dapat menciptakan spesialisasi produk yaitu membuat barang produksi yang khusus yang memiliki ciri khas yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain.
- 3). Penduduk dari negara yang melakukan perdagangan akan mendapatkan barang dengan mudah dan harga murah.
- 4). Mendorong kegiatan produksi. Setiap negara berusaha memperluas pemasaran barang hasil produksi. Apabila pemasaran semakin luas, maka produksi dapat ditingkatkan sehingga permintaan terpenuhi.
- 5). Setiap negara dapat meningkatkan hubungan persahabatan antarnegara.
- 6). Kegiatan produksi dapat meningkatkan sehingga perusahaan bertambah maju dan membuka kesempatan kerja.
- 7). Pendapatan negara meningkat melalui perolehan devisa hasil ekspor.
- 8). Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi karena masing-masing negara ingin meningkatkan kualitas dan kuantitas barang.
- 9). Mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.





Sumber : www.google.co.id/search?q=gambar+kegiatan+padat+karya

Gambar 3.2. Kegiatan Padat Karya

b. Hambatan perdagangan Internasional

Di samping manfaat yang dapat diperoleh dari perdagangan internasional, ada beberapa hambatan yang terjadi dalam perdagangan internasional. Hambatan perdagangan internasional menyangkut harga barang luar negeri lebih murah dari hasil produksi dalam negeri, bea masuk yang tinggi, adanya proteksi, adanya kuota, adanya peraturan, dumping, pertentangan politik, dan peperangan.

Kebijakan pemerintah untuk melindungi produksi dalam negeri merupakan hambatan perdagangan internasional. Kebijakan untuk melindungi produk dalam negeri disebut **proteksi**. Misalnya, pemerintah Indonesia yang mengenakan tarif tinggi untuk impor kain yang berasal dari China agar harga kain tersebut menjadi mahal sehingga kain yang dihasilkan oleh Indonesia harganya lebih murah.

Kuota, merupakan kebijakan untuk membatasi jumlah ekspor dan impor barang dari suatu negara. Dengan kebijakan kuota, barang impor tertentu dibatasi dalam jumlah dan volumenya. Contoh, Amerika membatasi kuota tekstil dari Indonesia karena Amerika juga memproduksi tekstil. *Tarif*, kebijakan pajak atas barang impor dan ekspor. Kebijakan tarif ini dengan tujuan dapat

meningkatkan devisa negara, juga dimaksudkan untuk melindungi produk dalam negeri. **Politik dumping**, adalah kebijakan menjual barang di luar negeri lebih murah daripada di dalam negeri. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan devisa negara.

Aktivitas Kelompok



1. Bentuk kelompok dengan anggota antara 3–4 orang per kelompok
2. Materi diskusi masing-masing kelompok.
 - c. Bagaimana dampak perdagangan internasional (positif dan negatif) bagi kehidupan negara?
 - d. Apakah manfaat yang kalian rasakan sebagai pelajar dengan adanya perdagangan internasional?
3. Tuliskan jawaban kelompok pada selembar kertas
4. Presentasikan hasil diskusi di depan kelompok lain
5. Tanggapi atau jawab apabila ada tanggapan/pertanyaan dari kelompok lain

B. Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Potensi Wilayah untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

1. Konsep Ekonomi Kreatif

Pada kelas VII kalian telah belajar tentang kreativitas. Masih ingatkah pengertian kreativitas? Bagaimana peran kreativitas dalam kegiatan ekonomi di Indonesia? **Kreativitas** adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang ada sebelumnya (Supriadi, 2001:7). Dalam setiap kegiatan ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif yang dapat membantu alternatif tindakan. Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat, serta memastikan keberhasilan. Seorang wirausahawan tidak hanya mampu berbuat sesuatu yang baik bagi dirinya melainkan bagi orang lain.

Peranan wirausahawan juga mampu membuka lapangan kerja baru, sehingga dapat membantu pemerintah dapat mengurangi pengangguran. Gagasan kreatif sangat diperlukan dalam kehidupan ekonomi. Karena gagasan ini para pelaku ekonomi muncul suatu ide yang inovatif yang akhirnya dapat menjadi pendorong dalam meningkatkan kegiatan ekonomi. Munculnya gagasan-gagasan yang kreatif diharapkan menimbulkan kemampuan melakukan kegiatan ekonomi.



Sumber : www.google.co.id/search?q=braga+festival+bandung+2015

Sumber : www.google.co.id/search?q=gambar+PRJ&biw (2013)

Gambar 3.3 Braga Festival dan Pekan Raya Jakarta

Perhatikan gambar 3.3! Gambar tersebut memperlihatkan usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan hasil ekonomi kreatif. Berdasarkan INPRES No. 6/2009 tentang " Pengembangan Ekonomi Kreatif untuk tahun 2009-2015," pemerintah melakukan usaha mengembangkan kegiatan ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis yang mendukung industri kreatif dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Konsep ekonomi kreatif yang digunakan dalam desain induk ini mengacu kepada INPRES No 6 Tahun 2009 "era ekonomi baru yang mengintensifkan pemanfaatan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan pada ide dan *stock of knowledge* dari SDM sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya menghasilkan produk atau karya kreatif (Industri kreatif yang terdiri dari 14 klaster sebagaimana tercantum dalam INPRES No. 6 tahun 2009). Perekonomian mengalami transformasi yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM). Artinya kegiatan ekonomi dikembangkan mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utamanya untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Ekonomi kreatif ini dapat tumbuh dari kekuatan ide

yang luar biasa, dituangkan dalam aktivitas industri kreatif dan sebagian besar tenaga kerja berada pada sektor jasa atau menghasilkan produk abstrak, seperti data, *software*, berita, hiburan, periklanan, dan lain-lain.

Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep yang berlandaskan sumber aset kreatif yang diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan potensi ekonomi. Jumlah penduduk yang banyak dan potensi sumber daya budaya yang beraneka ragam dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan industri kreatif. Kekayaan potensi seni budaya dari berbagai daerah sebagai pondasi untuk tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya daerah sebagai bahan baku industri kreatif, yakni dengan munculnya aneka ragam kerajinan dan berbagai produk masyarakat Indonesia di bidang industri kreatif seperti yang terlihat pada gambar 3.4, berikut ini.



Sumber : www.google.co.id/search?q=kerajinan+rajapolah 2015

Gambar 3. 4. Hasil Kerajinan dari Rajapolah Jawa Barat

Pemerintah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor yang meliputi periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, *fashion mode*, film video, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan TV, serta riset pengembangan. Keempat belas lingkup industri kreatif dapat diuraikan sebagai berikut.

- a. Periklanan (*advertising*). Kegiatan ini berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (television dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan *delivery advertising materials or samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.
- b. Arsitektur. Kegiatan ini berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya, arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal.
- c. Pasar Barang Seni. Kegiatan ini berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, dan film.
- d. Kerajinan (*craft*). Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berasal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselein, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).
- e. Desain. Kreatif ini yang berkaitan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- f. Fesyen (*fashion*). Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen.

- g. Video, Film dan Fotografi. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing film*, sinematografi, sinetron, dan eksibisi atau festival film.
- h. Permainan Interaktif (*game*). Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
- i. Musik. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- j. Seni Pertunjukan (*showbiz*). Kegiatan ini berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- k. Penerbitan dan Percetakan. Kegiatan ini berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
- l. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*). Kegiatan ini berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
- m. Televisi dan Radio (*broadcasting*). Kegiatan ini berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar) siaran radio dan televisi.

- n. Riset dan Pengembangan. Kegiatan ini berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultansi bisnis dan manajemen.

Dari uraian tentang subsektor andalan ekonomi kreatif ini menunjukkan bahwa Pemerintah menginginkan ekonomi kreatif merupakan salah satu tulang punggung ekonomi nasional. Beberapa hal yang dapat dipahami sebagai pertimbangan kebijakan ini sebagai berikut. *Pertama*, ekonomi kreatif telah menunjukkan potensi signifikan terhadap penciptaan dan penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan ekonomi. *Kedua*, ada beberapa jenis modal (*capital*) yang dimiliki oleh individu warga bangsa yang dapat menjadikan seseorang atau masyarakat bertahan dan berkembang dalam menghadapi kehidupan yang sangat kompetitif. Di era globalisasi dimana antara negara di dunia tanpa memiliki batas jarak dan waktu maka dunia menjadi tempat yang sangat dinamis dan kompleks, sehingga kreativitas dan pengetahuan menjadi suatu aset yang tidak ternilai dalam kompetisi dan pengembangan ekonomi. Ekonomi kreatif di era globalisasi ini, telah menarik minat dari berbagai negara untuk mengembangkan ekonomi, termasuk di Indonesia.

Ekonomi kreatif yang dimulai sejak tahun 2006 tersebut dapat melahirkan kegiatan-kegiatan kreatif. Hasil ekonomi kreatif dari berbagai daerah mampu mendongkrak kegiatan ekonomi lokal dan diharapkan mampu menembus pasar internasional. Misalnya yang dikembangkan di Bandung yaitu industry kreatif *fashion* dan sepatu yang banyak diminati dari daerah lain sehingga banyak wisatawan lokal dan mancanegara berbelanja di Bandung. Daerah lain seperti Solo yang terkenal dengan batik dengan Pasar Klewer yang banyak dikunjungi masyarakat dari daerah lain atau mancanegara untuk berbelanja. Potensi-potensi kreatif dari beberapa daerah melakukan kegiatan kreatif secara rutin dengan tujuan untuk memperkenalkan hasil inovasi ke masayarkat local dan dunia. Kegiatan kreatif yang secara rutin diselenggarkan daerah antara lain sebagai berikut :

- a. Bandung, misalnya Helfest, Braga Festival
- b. Jakarta, misalnya Festival Kota Tua, PRJ, Jak Jazz, Jifest
- c. Solo, misalnya Solo Batik Carnival, Pasar Windu Jenar
- d. Yogyakarta : Festival Kesenian Yogyakarta, Pasar Malam Sekaten, Biennale

- e. Jember: Jember Fashion Carnaval
- f. Bali : Bali Fashion Week, Bali Art Festival, Bali sanur festival
- g. Lampung : Way Kambas Festival
- h. Palembang: Festival Musi

2. Upaya Meningkatkan Ekonomi Kreatif

Bagaimana upaya yang dilakukan dengan sistem ekonomi Indonesia untuk meningkatkan ekonomi kreatif? Sistem ekonomi Indonesia memiliki acuan yang jelas yaitu UUD 1945, yaitu sistem ekonomi Pancasila, yang di dalamnya terkandung demokrasi ekonomi. Masyarakat memegang peranan aktif dalam kegiatan ekonomi, sedang pemerintah menciptakan iklim yang sehat bagi pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha. Demokrasi ekonomi berarti kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh, dari dan untuk rakyat di bawah pengawasan pemerintah. Dalam demokrasi ekonomi ini melibatkan pemerintah, pengusaha swasta, dan seluruh rakyat, sehingga dalam pelaksanaanya harus ada kerja sama antara pemerintah, rakyat dan swasta. Sistem ekonomi Indonesia diatur dalam UUD 1945 pasal 33, bunyi pasal tersebut ayat (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; dan (3) Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Berdasarkan bunyi dari tiga ayat pasal 33 UUD 1945 pemerintah sangat berperan menunjang sistem ekonomi yang berbasis pada kegiatan ekonomi kerakyatan. Peran Negara tersebut antara lain mengembangkan koperasi, mengembangkan BUMN, memanfaatkan segala sumber kakayaan alam demi sebesar-besar kemakmuran masyarakat. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, pemerintah memiliki strategi dengan melaksanakan pembangunan secara terintegrasi antara masyarakat, swasta dan pemerintah. Beberapa strategi tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. Menyiapkan insentif untuk memacu pertumbuhan industry kreatif berbasis budaya. Insentif tersebut meliputi perlindungan produk budaya, kemudahan memperoleh dana pengembangan, fasilitas pemasaran dan promosi, hingga pertumbuhan pasar domestik dan internasional.
- b. Membuat *Roadmap Industry* kreatif yang melibatkan berbagai lembaga pemerintah dan kalangan swasta

- c. Membuat program komprehensif untuk menggerakkan industri kreatif melalui pendidikan, pengembangan sumber daya manusia, desain, mutu, dan pengembangan pasar.
- d. Memberikan perlindungan hukum dan insentif bagi karya industry kreatif. Contoh yang dilindungi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) antara lain, buku, tulisan, drama, tari, koreografi, karya seni rupa, lagu atau musik, dan arsitektur. Pemberian hak paten terhadap penemuan baru, merek produk atau jasa, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang.
- e. Membentuk *Indonesia Creative Council* yang menjadi jembatan untuk menyediakan fasilitas bagi para pelaku industri kreatif.

Kementerian Perdagangan melakukan upaya pengembangan ekonomi kreatif untuk mewujudkan strategi pemerintah dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pengembangan Database ekonomi kreatif Indonesia yang didukung dengan teknologi informasi .

Updating dan pengembangan *database* dan portal Indonesia Kreatif serta informasi yang diperlukan berkenaan dengan perkembangan ekonomi kreatif Indonesia diperlukan untuk pemetaan dan penyajian semua informasi yang terkait dengan pelaku usaha ekonomi kreatif. Sistem informasi dan database yang berbasis multi media ini nantinya akan saling terintegrasi melalui media internet. Sistem ini diharapkan dapat memberikan kemudahan, kenyamanan, maupun kecepatan dan ketepatan bagi pengguna dalam mengakses informasi dalam menjawab kebutuhan pelaku ekonomi kreatif akan informasi yang diinginkan.

- b. Peningkatan penggunaan teknologi melalui program kemitraan

Kegiatan ini diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian pelaku ekspor atau calon pelaku ekspor ekonomi kreatif yang ditekankan pada penerapan teknologi sehingga mampu menghasilkan produk berdaya saing tinggi yang dapat dilakukan bekerjasama dengan institusi tertentu. Bentuk kegiatan berupa : *Capacity building* melalui pelatihan di dalam dan luar negeri, *Training of trainer* (ToT), dan Fasilitasi infrastruktur kerja kepada beberapa peserta training terbaik.

c. Pekan produk kreatif Indonesia (PPKI)

PPKI terdiri atas tiga kegiatan pokok yang diselenggarakan secara paralel yakni pameran, konvensi dan gelar seni budaya. Kegiatan dapat berupa seminar, talk show, dialog dubes, pelatihan, klinik konsultasi, anjungan pembiayaan, maupun kegiatan lainnya.

d. Festival Ekonomi Kreatif

Dalam kegiatan ini Kementerian perdagangan bertindak sebagai Co sponsor penyelenggaraan Festival Ekonomi Kreatif dengan misi ‘Mempromosikan Ekonomi Kreatif Indonesia’ dalam upaya meningkatkan citra dan identitas bangsa Indonesia dalam kerangka *Nation Branding*. Festival Ekre DN (JavaJazz, Jakarta Food and Fashion Festival) dan Festival Ekre LN (Festival Animasi-Kartun Internasional, Seoul; Ottawa International Animation Festival)

e. Wahana kreatif

Sarana memperkenalkan dan mempromosikan produk kreatif, sebagai upaya menampilkan karya dan budaya bangsa Indonesia melalui wahana kreatif kepada pengunjung asing dan dipajang di bandara Internasional dan tempat tujuan wisata. Kegiatan ini diharapkan dapat membangun citra Indonesia dan mempromosikan Indonesia sebagai salah satu negara pemasok produk kreatif berkualitas dunia.

f. Peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran

Peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran perlu dilakukan karena banyak potensi ekonomi kreatif yang berkualitas baik di dalam maupun luar negeri. Bentuk kegiatan berupa : pemasaran melalui gerai atau outlet, distributor, agen dan promotor terkenal, promosi (pameran dan penerimaan misi pembelian) dan branding

g. Riset ekonomi kreatif dan fasilitas pemberian insentif yang mendukung inovasi

Riset ekonomi kreatif dan fasilitas pemberian insentif yang mendukung Inovasi ini bertujuan untuk merangsang terciptanya *instrument*, formulasi ilmiah, metodologi baru dan inovasi dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui kegiatan riset dan pemberian insentif.

- h. Fasilitasi kegiatan yang mendorong lahirnya insan kreatif dan *entrepreneur* kreatif baru
- i. Kegiatan Fasilitasi kegiatan yang mendorong lahirnya insan kreatif dan *entrepreneur* kreatif Baru untuk merangsang terciptanya insan kreatif dan *entrepreneur* baru di Indonesia. Bentuk kegiatannya berupa kontes/perlomba ekonomi kreatif di dalam negeri yang kemudian dilanjutkan dengan pengiriman kontestan terpilih dalam perlomba ekonomi kreatif skala Internasional, *training* maupun promosi.
- j. Penciptaan identitas lokal daerah tingkat I dan II serta identitas nasional

Penciptaan identitas produk maupun ekonomi kreatif lokal maupun nasional untuk memperkenalkan produk dan ekonomi kreatif dimaksud kepada dunia luar. Penciptaan identitas ini dimaksudkan untuk membangun *image* lokal atau nasional dan dapat berfungsi sebagai branding. Kegiatan juga mendorong agar produk dimaksud didaftarkan dalam HKI. Bentuk kegiatan berupa identifikasi potensi produk dan ekonomi kreatif daerah, fasilitasi sertifikasi produk dan ekonomi kreatif daerah.

Aktivitas Kelompok



1. Bentuk kelompok dengan anggota antara 3–4 orang per kelompok
2. Materi diskusi masing-masing kelompok antara lain :
 - a. Apa yang harus dimiliki seorang pengusaha agar produksi yang dihasilkan disukai masyarakat?
 - b. Mana yang lebih dibutuhkan oleh seorang yang akan membuka usaha antara modal dan kreativitas?
 - c. Bagaimana hubungan antara ekonomi kreatif dan industri kreatif?
 - d. Bagaimana prospek industri kreatif tersebut bagi peningkatan ekspor Indonesia ke negara lain?

3. Kelompok 1 dan 5 membahas materi diskusi nomor 1
Kelompok 2 dan 6 membahas materi diskusi nomor 2
Kelompok 3 dan 7 membahas materi diskusi nomor 3
Kelompok 4 dan 8 membahas materi diskusi nomor 4
4. Kelompok 1, 2, 3, dan 4 sebagai kelompok penyaji
5. Kelompok 5,6,7, dan 8 sebagai kelompok penyanggah
6. Kelompok 1 disanggah oleh kelompok 5
Kelompok 2 disanggah oleh kelompok 6
Kelompok 3 disanggah oleh kelompok 7
Kelompok 4 disanggah oleh kelompok 8
7. Tuliskan jawaban kelompok pada selembar kertas
8. Presentasikan hasil diskusi di depan kelompok lain
9. Tanggapi atau jawab apabila ada tanggapan/pertanyaan dari kelompok penyanggah
10. Penilaian tidak terbatas pada penguasaan materi, akan tetapi ada penilaihan sikap sosial terutama tentang sikap rasa ingin tahu, disiplin, dan kerja sama

C. Memanfaatkan Persaingan sebagai Peluang untuk Meraih Keunggulan Ekonomi Bangsa

Pada subbab A kalian telah belajar tentang perdagangan Internasional. Faktor yang mempengaruhi terjadinya perdagangan internasional antara lain keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan keunggulan mutlak (*absolute advantage*) dari masing-masing. Negara menurut teori perdagangan yang dikemukakan oleh Adam Smith, perdagangan antar dua negara terhadap dua jenis barang akan terjadi jika masing-masing negara mempunyai kekuatan dalam memproduksi barang tertentu. Keuntungan yang diperoleh oleh dua negara tersebut akan mengimpor barang-barang lain dengan harga murah daripada memproduksi sendiri. Dengan cara ini negara-negara yang mempunyai keunggulan mutlak (*absolute advantage*) dan mengimpor barang yang mempunyai kerugian mutlak (*absolute disadvantage*).

Negara melakukan spesialisasi dalam menghasilkan barang yang efisien dibandingkan dengan negara lain dan melakukan perdagangan internasional dengan negara lain yang mempunyai kemampuan spesialisasi pada produk yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain secara efisien. Contoh misalnya Indonesia dengan Thailand memproduksi dua jenis barang yaitu pakaian dan tas dengan asumsi masing-masing negara tersebut menggunakan tenaga dan waktu yang digunakan sama. Ternyata Indonesia mampu menghasilkan barang pakaian lebih banyak, sedangkan Thailand menghasilkan tas lebih banyak. Indonesia memiliki keunggulan mutlak untuk menghasilkan pakaian dan Thailand memiliki keunggulan mutlak untuk menghasilkan tas. Keunggulan mutlak terjadi apabila suatu Negara dapat menghasilkan komoditi-komoditi tertentu dengan lebih efisien dibandingkan dengan negara lain. Keuntungan mutlak adalah keuntungan yang diperoleh negara karena negara tersebut mampu memproduksi barang dengan biaya murah dibandingkan dengan negara lain.

Menurut David Ricardo, perdagangan internasional terjadi apabila ada perbedaan keunggulan komparatif. Teori keunggulan komparatif ini melengkapi teori keunggulan mutlak yang telah dijelaskan di atas. Keunggulan komparatif menyatakan bahwa suatu negara mampu menghasilkan barang dan jasa lebih banyak dengan biaya murah daripada negara lain. Sebagai contoh Indonesia mampu memproduksi kopi atau sawit secara secara murah, tetapi tidak mampu memproduksi timah seperti halnya Malaysia yang bisa memproduksi timah dengan murah. Ini artinya Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi kopi atau sawit dan Malaysia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi timah. Keuntungan keunggulan komparatif yaitu dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi barang atau jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi tinggi.

Berdasarkan penjelasan tentang keunggulan komparatif dan keunggulan mutlak maka Indonesia tentu memiliki produk unggulan komoditas ekspor yang dapat dijadikan sumber penerimaan devisa bagi negara. Indonesia dengan kekayaan alam yang melimpah sehingga sebagai pemasok komoditi dunia. Komoditas unggulan yang dapat memberikan kontribusi bagi pasaran dunia antara lain minyak sawit, karet, kopi robusta, beras, kakao, cengkeh, rempah-rempah, timah, batubara, emas, tembaga, nikel, bauksit, biji besi, tekstil, dan kertas dan pulp. Komoditi unggulan tersebut merupakan hasil pertanian dan perkebunan, hasil tambang dan hasil industri dapat dilihat pada gambar 3.5. Selain komoditi unggulan pemasok pasaran dunia, komoditas tersebut juga merupakan produk unggulan untuk ekspor di wilayah ASEAN.



Sumber : <http://indonesiatimur.co/2015/10/05/sultra-mampu-produksi-157-537-ton-kakao-per-tahun>

Sumber : www.google.co.id/search?q=batubara+indonesia 2011

Sumber : www.google.co.id/search?q=tekstil 2015

Gambir 3.5. Hasil Perkebunan Kakao, Hasil Tambang Batu Bara, dan Hasil Industri tekstil

Keikutsertaan Indonesia dalam perdagangan internasional dapat memberikan manfaat bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tantangan yang dihadapi dalam perdagangan internasional dalam era perdagangan bebas akan berdampak yang kurang menguntungkan, antara lain eksplorasi ekonomi, pudarnya identitas kebudayaan dan ancaman fisik lingkungan. Eksplorasi sumber daya alam berdampak pada perusakan lingkungan hidup. Perdagangan bebas juga bisa membuka akses meluasnya budaya barat dalam berbagai kehidupan masyarakat Indonesia. Peluang yang dapat dilakukan dalam era perdagangan bebas yaitu dengan mengandalkan kekayaan sumber daya alam dan melimpahnya tenaga kerja yang dimiliki untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar internasional dengan biaya produksi murah.

Aktivitas Kelompok



1. Bentuk kelompok dengan anggota antara 3–4 orang per kelompok
2. Materi diskusi masing-masing kelompok:
 - a. Apa saja yang dilakukan agar produk disukai oleh pasar atau masyarakat?
 - b. Bagaimana peluang produk masyarakat dapat menembus pasar internasional?
 - c. Apa yang harus dilakukan agar produk masyarakat diterima oleh pasar internasional?
3. Tuliskan jawaban kelompok pada selembar kertas
4. Presentasikan hasil diskusi di depan kelompok lain
5. Tanggapi atau jawab apabila ada tanggapan/pertanyaan dari kelompok lain



Tokoh

Tokoh Ekonomi



David Ricardo (lahir 18 April 1772 – meninggal 11 September 1823 pada umur 51 tahun) adalah seorang pakar ekonomi politik Inggris. Ia merupakan salah seorang pemikir ekonomi klasik yang paling berpengaruh, bersama dengan Thomas Malthus, Adam Smith, dan John Stuart Mill.

Teori keunggulan komparatif (*theory of comparative advantage*) merupakan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo. Menurutnya, perdagangan internasional terjadi bila ada perbedaan keunggulan komparatif antarnegara. Ia berpendapat bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya. Sebagai contoh, Indonesia dan Malaysia sama-sama memproduksi kopi dan timah. Indonesia mampu memproduksi kopi secara efisien dan dengan biaya yang murah, tetapi tidak mampu memproduksi timah secara efisien dan murah. Sebaliknya, Malaysia mampu dalam memproduksi timah secara efisien dan dengan biaya yang murah, tetapi tidak mampu memproduksi kopi secara efisien dan murah. Dengan demikian, Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi kopi dan Malaysia memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi timah. Perdagangan akan saling menguntungkan jika kedua negara bersedia bertukar kopi dan timah. Dalam teori keunggulan komparatif, suatu bangsa dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya jika negara tersebut melakukan spesialisasi produksi barang atau jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi tinggi.

Sumber : www.ekonomi-holic.com/2013/05/tokoh-ekonomi-david-ricardo.html

Sumber : [/id.wikipedia.org/wiki/Teori_keunggulan_komparatif 2013](https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_keunggulan_komparatif)

D. Pengembangan Pusat-Pusat Keunggulan Ekonomi untuk Kesejahteraan Masyarakat

Indonesia mempunyai banyak keunggulan dalam bidang ekonomi. Keunggulan ekonomi yang dimiliki oleh Indonesia dapat menjadi potensi dan peluang bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pengelolaan keunggulan ekonomi yang tepat dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Untuk mengetahui apa saja keunggulan ekonomi yang dimiliki Indonesia serta pengaruhnya bagi kesejahteraan masyarakat, marilah kita ikuti pembahasan berikut dengan penuh semangat!

1. Pusat-Pusat Keunggulan Ekonomi

Pengelolaan dari pusat keunggulan ekonomi yang ada di Indonesia bisa dikelola sendiri dan ada yang dikelola oleh perusahaan atau investor asing. Berikut ini adalah beberapa contoh pusat keunggulan ekonomi yang ada di Indonesia.

a. PT Freeport Indonesia



Sumber : rmcl.in

Gambar 3.6. Tambang Bijih Tembaga, Emas, dan Perak milik PT Freeport.

PT Freeport adalah sebuah perusahaan afiliasi dari Freeport-McMoRan Copper & Gold Inc. PT Freeport Indonesia menambang, memproses dan melakukan eksplorasi terhadap bijih yang mengandung tembaga, emas, dan perak. Beroperasi di daerah dataran tinggi di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua, Indonesia. Freeport Indonesia memasarkan konsentrat yang mengandung tembaga, emas dan perak ke seluruh penjuru dunia. Adapun kontribusi dan peranan PT Freeport Indonesia bagi negara :

- 1) Menyediakan lapangan pekerjaan bagi sekitar 24.000 orang di Indonesia (karyawan Freeport terdiri dari 69,75% karyawan nasional; 28,05% karyawan Papua, serta 2,2% karyawan asing).
- 2) Menanam investasi > USD 8,5 Miliar untuk membangun infrastruktur perusahaan dan sosial di Papua, dengan rencana investasi-investasi yang signifikan pada masa datang.
- 3) Freeport telah membeli > USD 11,26 Miliar barang dan jasa domestik sejak 1992.
- 4) Dalam kurun waktu empat tahun terakhir, Freeport telah memberikan kontribusi lebih dari USD 37,46 Miliar dan dijadwalkan untuk berkontribusi lebih banyak lagi terhadap pemerintah Indonesia hingga lebih dari USD 6,5 Miliar dalam waktu empat tahun mendatang dalam bentuk pajak, dividen, dan pembayaran royalti.
- 5) Keuntungan finansial langsung ke pemerintah Indonesia dalam kurun waktu empat tahun terakhir adalah 59%, sisanya ke perusahaan induk (FCX) 41%. Hal ini melebihi jumlah yang dibayarkan Freeport apabila beroperasi di negara-negara lain.
- 6) Kajian LPEM-UI pada dampak multiplier effect dari operasi Freeport di Papua dan Indonesia di 2011: 0,8% untuk PDB Indonesia, 45% untuk PDRB Provinsi Papua, dan 95% untuk PDRB Mimika.
- 7) Membayar Pajak 1,7% dari anggaran nasional Indonesia. Membayai >50% dari semua kontribusi program pengembangan masyarakat melalui sektor tambang di Indonesia.
- 8) Membentuk 0,8% dari semua pendapatan rumah tangga di Indonesia.
- 9) Membentuk 44% dari pemasukan rumah tangga di provinsi Papua.
- 10) Penambangan yang dilakukan oleh Freeport dikelola sesuai dengan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) yang telah disetujui oleh pemerintah. Freeport terus mengevaluasi potensi dampak operasi tambang melalui pengukuran mutu air, biologi, hidrologi, sedimen, mutu udara dan meteorologi secara menerus.

b. Perusahaan Tambang Minyak Negara (PTMN)

Minyak bumi tak bisa dipisahkan dari perjuangan bangsa ini. Setelah bangsa Indonesia memproklamasikan kemerdekaannya, 17 Agustus 1945, tugas seluruh komponen bangsa adalah mempertahankan kemerdekaan dan mewujudkan kedaulatan atas tanah air beserta seluruh kekayaan alamnya. Penguasaan atas bumi, air, dan seluruh kekayaan alam yang terkandung di dalamnya untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Jauh sebelum Perang Dunia II dan perang kemerdekaan, perusahaan-perusahaan minyak asing telah membangun kilang minyak di beberapa tempat di Indonesia seperti Wonokromo, Pangkalan Berandan, Cepu, Balikpapan, Plaju, dan Sungai Gerong.

Kilang minyak (*oil refinery*) adalah pabrik/fasilitas industri yang mengolah minyak mentah menjadi produk petroleum yang bisa langsung digunakan maupun produk-produk lain yang menjadi bahan baku bagi industri petrokimia. Produk-produk utama yang dihasilkan dari kilang minyak antara lain minyak bensin (*gasoline*), minyak diesel, minyak tanah (*kerosene*). Kilang minyak merupakan fasilitas industri yang sangat kompleks dengan berbagai jenis peralatan proses dan fasilitas pendukungnya. Selain itu, pembangunannya juga membutuhkan biaya yang sangat besar. Namun pada pelaksanaannya perusahaan atau pabrik ini bisa menjadi pusat keunggulan ekonomi negara.

Bagaimanakah proses dalam kegiatan kilang minyak? Minyak mentah yang baru dipompakan ke luar dari tanah dan belum diproses umumnya tidak begitu bermanfaat. Agar dapat dimanfaatkan secara optimal, minyak mentah tersebut harus diproses terlebih dahulu di dalam kilang minyak. Minyak mentah merupakan campuran yang amat kompleks dan tersusun dari berbagai senyawa hidrokarbon. Di dalam kilang minyak tersebut, minyak mentah akan mengalami sejumlah proses yang akan memurnikan dan mengubah struktur dan komposisinya sehingga diperoleh produk yang bermanfaat.



Sumber : <http://www.fiskal.co.id>

Gambar 3.7. Perusahaan Kilang Minyak

Ada beberapa perusahaan di Indonesia yang berkaitan dengan operasi kilang minyak ini. Perusahaan tersebut dapat dikategorikan sebagai salah satu pusat keunggulan ekonomi negara kita. Indonesia saat ini mengimpor banyak sekali minyak mentah dan bahan bakar minyak (BBM), pasalnya selain kebutuhan BBM tinggi, produksi minyak dan kapasitas kilang yang dimiliki tidak cukup. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengimpor minyak pada Maret 2014, impor hasil minyak (Bahan Bakar Minyak/BBM) mencapai US\$ 2,3 miliar. Angka tersebut naik 11,51% atau US\$ 3 juta dibandingkan dengan Februari 2014 yang mencapai US\$ 2 miliar. Jumlah kapasitas kilang yang terpasang di Indonesia sendiri hanya mencapai 1 juta barel per hari, sementara kebutuhan BBM di Indonesia diperkirakan mencapai 1,5 juta barel per hari. Beberapa contoh kilang minyak di Indonesia antara lain sebagai berikut :

1). Kilang Pangkalan Brandan

Kilang tersebut milik Pertamina dengan nama Pertamina Unit Pengolahan I Pangkalan Brandan, Sumatera Utara. Kapasitas kilang ini mencapai 5.000 barel per hari, sayangnya kilang ini sudah ditutup sejak awal 2007 karena tidak cukupnya pasokan minyak mentah maupun gas. Apalagi kilang ini sudah sangat tua sekali. Unit pengolahan minyak Pangkalan Brandan memiliki sejarah panjang sebagai pelopor dimulainya eksplorasi minyak di Indonesia. Pangkalan Brandan sudah ada sejak 1883, ketika konsesi pertama pengusahaan minyak diserahkan Sultan Langkat kepada Aeilko J.Zijlker untuk daerah Telaga Said dekat Pangkalan Brandan. Pada tahun 1892, kilang minyak di Pangkalan Brandan yang dibangun Royal Dutch mulai berjalan. Selanjutnya pada 1901 saluran pipa Perlak-Pangkalan Brandan selesai dibangun. Baru pada 1945, lapangan minyak sekitar Pangkalan Brandan diserahkan pihak Jepang atas nama sekutu kepada bangsa Indonesia. Sejarah Pangkalan Brandan yang panjang sempat membuat masyarakat menolak keputusan Pertamina itu.

2). Kilang Dumai/ Sei Pakning di Riau

Kapasitas kilang Dumai mencapai 127.000 barel per hari. Berbagai produk bahan bakar Minyak (BBM) dan Non Bahan Bakar Minyak (NBBM) telah dihasilkan dari kilang Putri Tujuh Dumai - Sungai Pakning dan telah didistribusikan ke berbagai pelosok tanah air dan manca negara. Kilang ini dimiliki oleh Pertamina dengan nama Pertamina Unit Pengolahan II Dumai. Kilang Plaju, Sumatera Selatan. Kilang minyak milik Pertamina ini memiliki kapasitas produksi mencapai 133.000 barel per hari. Kilang ini terintegrasi dengan kilang Petrokimia, dan memproduksi produk-produk Petrokimia yaitu Purified Teraphthalic Acid (PTA) dan Paraxylene.

3). Kilang Cilacap

Unit Pengolahan IV Cilacap merupakan salah satu unit pengolahan di tanah air, yang memiliki kapasitas produksi terbesar yakni 348.000 barrel/hari, dan terlengkap fasilitasnya. Kilang ini bernilai strategis karena memasok 34% kebutuhan BBM nasional atau 60% kebutuhan BBM di Pulau Jawa. Selain itu kilang ini merupakan satu-satunya kilang di tanah air yang memproduksi aspal dan base oil untuk kebutuhan pembangunan infrastruktur di tanah air.

4). Kilang Balikpapan

Kilang yang berada di Kalimantan Timur memiliki kapasitas produksi sebanyak 260.000 barel per hari. Kilang minyak ini terletak di tepi teluk balikpapan, meliputi areal seluas 2,5 km persegi. Kilang minyak ini terdiri dari unit kilang minyak balikpapan 1 dan unit kilang minyak balikpapan 2. Tugas kilang minyak balikpapan mengolah minyak mentah menjadi produk-produk yang siap dipasarkan yaitu BBM dan non BBM.

5). Kilang Kasim

Kilang BBM Kasim dibangun diatas areal seluas kurang lebih 80 HA. dan terletak di desa Malabam kecamatan Seget kabupaten Sorong Papua bersebelahan dengan Kasim Marine Terminal (KMT) Petro China, kurang lebih 90 km sebelah selatan kota Sorong. Kilang tersebut mulai beroperasi sejak Juli 1997 sampai saat ini. Kilang BBM Kasim mengolah crude lokal produksi daerah kepala burung Papua. Lokasi Kilang BBM ini dipilih disekitar area Petro China dengan dasar pertimbangan:

- a). Menghemat Biaya Transportasi karena dekat dengan Sumber Bahan Baku (Crude) dan Pasa
- b). Mengurangi Biaya Investasi dengan memanfaatkan beberapa fasilitas yang tersedia diarea Petro China antara lain Dermaga, Acces Road, Tanki Dan Lain – Lain
- c). Tersedianya Area dengan luas yang cukup untuk Pengembangan Kilang BBM Kasim diwaktu yang akan datang
- d). Lokasi Kilang Di Tengah Hutan (Jauh Dari Pemukiman Penduduk).

Kilang BBM Kasim mempunyai kapasitas 10.000 barrel / hari, dirancang untuk mengolah Crude(minyak mentah) Walio (60%) dan Salawati (40%). Dari total produksi BBM RU VII dapat memberi kontribusi sekitar 15 % dari total kebutuhan MALIRJA (MALUKU & IRIAN JAYA).

6). Kilang Balongan

Kilang ini merupakan kilang paling terakhir dibangun Pertamina dari tujuh kilang yang dimiliki Pertamina. RU VI Balongan mulai beroperasi sejak tahun 1994. Kilang ini berlokasi di Indramayu (Jawa Barat) sekitar ±200 km arah timur Jakarta, dengan wilayah operasi di Balongan, Mundu dan Salam Darma. Bahan baku yang diolah di Kilang RU VI Balongan adalah minyak mentah Duri dan Minas yang berasal dari Propinsi Riau. Kilang ini memproduksi seperti Premium, Pertamax, Pertamax Plus, Solar, Pertamina DEX, Kerosene (Minyak Tanah), LPG, Propylene, Pertamina RU VI mempunyai kontribusi yang besar dalam menghasilkan pendapatan baik bagi PT Pertamina maupun bagi negara. Selain itu RU VI Balongan mempunyai nilai strategis dalam menjaga kestabilan pasokan BBM ke DKI Jakarta, Banten, sebagian Jawa Barat dan sekitarnya yang merupakan sentra bisnis dan pemerintahan Indonesia.

7). Kilang Cepu

Pada tanggal 5 Oktober 1945 berdasarkan makmummat menteri kemakmuran nomor 5,daerah perminyakan cepu secara resmi menjadi perusahaan Tambang Minyak Negara. Tugasnya menjamin pengadaan BBM untuk rakyat dan pertahanan di Jawa . PTMN Cepu adalah salah satu perusahaan yang dapat membantu pemerintah dalam hal BBM yang banyak sekali manfaatnya bagi angkatan perang. Kilang minyak Cepu ditoang 6 lapangan minyak yaitu Kawenangan, Nglondo, Ledok, Semanggi, Tapen, Tambakrejo.

c. Batik Indonesia

Batik merupakan salah satu hasil ekonomi kreatif yang dikembangkan Indonesia dari sejak dulu. Beberapa wilayah di Indonesia menghasilkan kain batik berdasarkan ciri khas dari masing-masing daerah. Batik yang terkenal di Indonesia selain berasal dari Solo, Jogyakarta, kain Pekalongan. Corak batik dari masing-masing daerah tidaklah sama tergantung dari kebudayaan dari daerah tersebut. Batik merupakan salah satu dari keunggulan ekonomi yang dimiliki oleh Indonesia dapat menembus Pasar Internasional dengan ciri khas tertentu.

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia. Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menggerakan *malam* pada kain itu. Kemudian pengolahannya diproses dengan tertentu yang memiliki kekhasan batik Indonesia secara teknik, teknologi, serta pengembangan motif

dan budaya yang terkait. UNESCO telah memaparkan batik sebagai warisan kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi sejak tanggal 2 Oktober 2009. Dilihat dari tekniknya batik dibagi menjadi tiga :

- 1). Batik tulis, merupakan kain yang dihias dengan teksture dan corak batik yang menggunakan tangan. Satu kain batik dapat dihasilkan dengan waktu kurang lebih 2 – 3 bulan
- 2). Batik cap, adalah kain yang dihias dengan teksture dan corak batik yang dibentuk dengan cap (biasanya terbuat dari tembaga). Butuh waktu 2 – 3 hari untuk pembuatan batik ini.
- 3). Batik lukis, adalah proses pembuatan batik dengan cara melukis pada kain putih. Pewarnaan pada batik tulis biasanya menggunakan serat-serat alami.



Sumber : <https://www.google.com/search?q=GAMBAR+BATIK+SOLO&client>

Gambar 3.8. Motif Batik Hasil Kreatifitas Daerah

Perhatikan gambar 3.8! Mengapa batik bisa menjadi pusat keunggulan ekonomi? Batik berasal dari berbagai daerah di Indonesia dengan ciri khasnya sendiri-sendiri. Selain itu batik juga mempunyai corak yang bermacam-macam menurut daerah asalnya. Batik pantas menjadi salah satu keunggulan bangsa, cagar budaya dan cagar usaha yang bernilai sangat tinggi. Dari situlah banyak pihak yang kemudian terdorong untuk membangun pusat-pusat batik baik pusat produksi ataupun pusat penjualan. Melalui pusat batik nusantara semacam ini memudahkan para pedagang ataupun pengrajin dalam memasarkan hasil produksinya. Usaha tersebut juga sebagai cara agar batik sebagai salah satu pusat keunggulan ekonomi di Indonesia lebih banyak diperhatikan lagi.

Untuk membantu mengamankan motif batik Departemen Perindustrian mendokumentasikan 2.788 motif batik dan tenun tradisional agar tidak dicuri oleh negara lain. Bagaimana solusi lain dari pemerintah agar mendongkrak

batik secara ekonomi? Saat ini pemerintah sudah mulai mewajibkan para pegawai pemerintahan untuk mengenakan batik pada hari tertentu, para siswa di berbagai sekolah juga sudah banyak yang diwajibkan untuk memakai batik, dan sebagainya. Kebijakan ini tentunya akan menguntungkan para pengrajin dan pusat ekonomi kreatif batik lebih banyak memproduksi batik mereka.

Aktivitas Kelompok



1. Buatlah kelompok yang terdiri dari 3–4 orang!
2. Pelajari beberapa pusat keunggulan ekonomi di Indonesia dari berbagai sumber.
3. Lakukanlah pengamatan melalui berbagai media mengenai contoh pusat keunggulan ekonomi yang ada di Indonesia, seperti pameran seni, pekan raya, dan sebagainya!
4. Kalian dapat mencari referensi dari buku-buku di perpustakaan, brosur, atau berbagai artikel di internet!
5. Dengan bimbingan dari guru tulislah hasil pengamatan kalian dalam laporan yang sistematis dengan mengacu pada 5 W dan 1 H!
6. Presentasikan hasilnya di depan kelas!

Proyek



1. Penelitian sederhana tentang pusat keunggulan ekonomi di sekitar daerah kalian atau pusat keunggulan daerah lain dan deskripsikan menjadi sebuah laporan proyek dengan pokok-pokok uraian materi sebagai berikut :
 - a. Faktor pendukung pusat keunggulan ekonomi yang kalian teliti
 - b. Manfaat yang diperoleh masyarakat sekitar dengan adanya pusat keunggulan ekonomi yang dikembangkan
 - c. Kendala apa saja yang dihadapi pusat keunggulan ekonomi yang dikembangkan
 - d. Upaya untuk mengatasi hambatan tersebut
2. Lakukan penelitian tersebut dengan langkah-langkah sebagai berikut.
 - a. Perencanaan
 - b. Menyusun jadwal pelaksanaan
 - c. Menelaah data yang diperoleh
 - d. Menyusun laporan

2. Pengaruh Pusat-Pusat Keunggulan Ekonomi

Pusat keunggulan ekonomi di Indonesia berpengaruh besar dalam berbagai bidang kehidupan. Pengaruh yang ditimbulkan tersebut dapat bersifat positif dan negatif.

a. Migrasi Penduduk

Perbedaan karakteristik ruang dan sumber daya yang dimiliki pada berbagai Negara sehingga setiap negara memiliki keunggulan ekonomi mendorong untuk melakukan mobilitas penduduk. Pergerakan tersebut mencakup pula pergerakan sumber daya berupa barang atau komoditas antar negara. Mobilitas penduduk adalah perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat lainnya. Mereka melakukan mobilitas untuk memperoleh sesuatu yang tidak tersedia di daerah asalnya. Alasan tersebut sangat beragam tetapi umumnya karena alasan ekonomi. Mobilitas penduduk ada yang bersifat sementara dan ada pula yang bersifat permanen. Mobilitas penduduk yang sifatnya sementara dapat dibedakan menjadi komutasi dan sirkulasi. Mobilitas penduduk yang sifatnya menetap atau permanen disebut migrasi.

Migrasi Penduduk dapat dibedakan menjadi migrasi internal dan internasional. Migrasi internal adalah perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat lainnya dalam satu negara. Migrasi internasional adalah perpindahan penduduk antar negara. Migrasi internal yang terjadi di Indonesia dapat dibedakan menjadi urbanisasi dan transmigrasi. Pusat keunggulan ekonomi yang ada di Indonesia dapat berpengaruh terhadap perpindahan penduduk atau migrasi. Penduduk akan melakukan perpindahan ke wilayah yang mendekati pusat keunggulan tersebut.

Sebagai contoh keberadaan PT Freeport mempengaruhi kehidupan dan migrasi penduduk di Papua. Misalnya, sebelum 1967 wilayah Timika adalah hutan belantara. Pada awal Freeport mulai beroperasi, penduduk yang hidupnya berpencar-pencar mulai masuk ke wilayah sekitar tambang Freeport sehingga pertumbuhan penduduk di Timika meningkat. Tahun 1970 pemerintah dan Freeport secara bersama-sama membangun rumah-rumah penduduk yang layak di jalan Kamuki. Kemudian dibangun juga perumahan penduduk di sekitar selatan Bandar Udara yang sekarang menjadi Kota Timika.

b. Transportasi

Dalam kegiatan transportasi keberadaan pusat keunggulan ekonomi juga membawa pengaruh besar. Mobilitas penduduk dalam suatu negara atau antar negara tidak dapat dilakukan tanpa adanya sarana dan prasarana transportasi yang memadai. Untuk mendukung mobilitas penduduk antar negara,

pemerintah membangun sarana jalan, bandara, pelabuhan, kapal laut dan pesawat. Dengan tersedianya sarana tersebut, interaksi sosial, budaya, ekonomi antarpenduduk negara di dunia ini dapat berjalan dengan baik. Jaringan jalan sangat penting dalam mendukung aktivitas sosial ekonomi penduduk. Sarana perhubungan lainnya yang dikembangkan oleh masing-masing negara adalah sarana transportasi laut. Agar interaksi antar negara berjalan dengan baik, maka pemerintah Indonesia terus meningkatkan prasarana transportasi lautnya.



Sumber: <http://infobisnis.co/khusus/images/kapal-rorrrr.jpg>

Gambar 3. 9. Sarana Transportasi Laut

Kapal laut memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesawat dari segi jumlah penumpang dan barang yang mampu diangkutnya. Bahkan, untuk mengangkut barang dalam jumlah besar, misalnya bahan tambang dan mobil, maka kapal laut menjadi pilihan satu-satunya. Sarana tranportasi berikutnya adalah tranportasi udara. Transportasi udara semakin menjadi pilihan masyarakat Indonesia, terutama kelompok masyarakat menengah ke atas. Sarana transportasi tersebut memiliki keunggulan dalam hal kecepatan. Namun, kelemahannya adalah harga tiket yang belum terjangkau oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Pemerintah berupaya membangun sarana prasarana transportasi udara dengan membangun pelabuhan di sejumlah daerah. Pesawat udara juga terus ditingkatkan jumlah dan kualitasnya sesuai kebutuhan dengan mengikuti sertakan pihak swasta.



Sumber: <http://jelajahbelitung.com/wp-content/uploads/2012/09/Pesawat-Garuda-Buka-Rute-Jakarta-Tanjungpandan-Belitung-Tahun-Depan.jpg>

Gambar 3.10. Sarana Transportasi Udara

Pemanfaatan sarana transportasi udara tidak hanya untuk mengangkut penumpang tetapi juga barang dengan jumlah terbatas. Transportasi udara sangat membantu mobilitas penduduk antar negara. Dengan keunggulan kecepatan mencapai daerah tujuan, maka interaksi antar negara semakin mudah dan cepat. Kegiatan ekonomi semakin berkembang di berbagai negara dan interaksi sosial antar negara menjadi semakin sering dilakukan. Sebagai contoh Jalan dan infrastruktur dibangun sebagai sarana pendistribusian dari bahan baku atau hasil dari PT Freeport. Di Papua sendiri setelah ada PT Freeport, pada tahun 1971 Freeport membangun Bandar Udara Timika dan pusat perbekalan, kemudian juga membangun jalan-jalan utama sebagai akses ke tambang dan juga jalan-jalan di daerah terpencil sebagai akses ke desa-desa Tahun 1972, Presiden Soeharto menamakan kota yang dibangun secara bertahap oleh Freeport tersebut dengan nama Tembagapura.

c. Lembaga Sosial Ekonomi

Di masa globalisasi sekarang ini, bangsa Indonesia sedang mengalami sebuah perubahan yang besar diberbagai sektor. Ini dibuktikan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu cepat. Dengan kemajuan teknologi dan informasi seperti televisi, komputer, internet, media cetak dan elektronik mengakibatkan masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mengakses informasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Lembaga Sosial adalah



keseluruhan dari sistem norma yang terbentuk berdasarkan tujuan dan fungsi tertentu dalam masyarakat. Dapat juga dikatakan bahwa lembaga sosial merupakan himpunan norma-norma segala segala tingkatan yang berkisar pada suatu kebutuhan pokok di dalam kehidupan masyarakat.

Dalam masyarakat Indonesia yang heterogen terdapat berbagai jenis lembaga sosial di mana satu sama lain saling berhubungan dan saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Masyarakat Indonesia merupakan satu kesatuan dari struktur yang terdapat dalam masyarakat, yang terdiri dari berbagai macam lembaga sosial, stratifikasi sosial, nilai dan norma sosial, dan kelompok - kelompok sosial. Di dalam kehidupan masyarakat akan terlihat berbagai macam lembaga sosial yang ada, seperti halnya lembaga pendidikan, keluarga, politik, ekonomi, dan lain sebagainya. Hubungan antara lembaga sosial dalam masyarakat tidak selalu sejalan dan serasi. Ketidakcocokan antara berbagai lembaga sosial dapat kita lihat dalam kehidupan masyarakat.

Lembaga ekonomi bagian dari lembaga sosial yang mengatur tata hubungan antar individu yang menyangkut pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Lembaga ekonomi ialah lembaga yang mempunyai kegiatan bidang ekonomi demi terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Keberadaan pusat keunggulan ekonomi juga berkaitan dengan bermunculannya lembaga sosial ekonomi. Sebagai contoh misalnya sumbangsih yang diberikan oleh PT Freeport Indonesia untuk masyarakat Papua, terutama warga yang ada di sekitar area pertambangan perusahaan itu di Kabupaten Mimika luar biasa. Salah satunya sekolah yang mendidik anak-anak asli Suku Amungme dan Kamoro dari berbagai daerah di pedalaman itu dibangun oleh Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAK), sebuah lembaga nirlaba yang mengelola dana kemitraan dari PT Freeport.

d. Pendidikan

Globalisasi di bidang ekonomi akan mempengaruhi pendidikan penduduk suatu Negara. Pendidikan bagian terpenting dari pembangunan nasional. Sumber daya manusia yang berpendidikan akan menjadi modal utama pembangunan nasional terutama untuk perkembangan ekonomi. Setiap negara berusaha meningkatkan kualitas pendidikan agar menghasilkan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif dan mampu bersaing di tingkat internasional. Keunggulan pusat-pusat ekonomi membutuhkan tenaga-tenaga ahli dan terampil. Sebagai contoh Freeport menetapkan kuota posisi di berbagai departemen untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja oleh lulusan baru dari perguruan tinggi bereputasi, baik di dalam maupun luar negeri, yang memiliki potensi dan berkualifikasi untuk nantinya dapat bekerja di departemen-

departemen terkait dalam jangka waktu tertentu. Pada tahun 2003 dibangun Institut Pertambangan Nemangkawi (IPN) untuk memberikan kesempatan mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap maupun perilaku yang profesional di bidang operasi dan penunjangnya. Program magang 3 tahun dengan 4 bulan masa belajar off job dan 8 bulan on job. IPN mengikuti standar nasional dan peraturan dari ESDM serta standar internasional lainnya.

e. Pekerjaan

Dengan tumbuhnya pusat-pusat keunggulan ekonomi maka berdampak bertambahnya produksi barang dalam negeri meningkat apabila pusat keunggulan tersebut mampu menarik minat pasar luar negeri. Kenaikan jumlah produksi tersebut berakibat pada bertambahnya kebutuhan tenaga kerja, sehingga akan memperluas lapangan kerja.

Sebagai contoh kebijakan Freeport adalah untuk memberikan kesempatan bekerja yang sama kepada seluruh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2012 PT Freeport Indonesia mempekerjakan lebih dari 11.700 karyawan langsung dan lebih dari 12.400 karyawan kontraktor. Jumlah karyawan langsung Freeport: 64,04% Non Papua, 34,63% Papua, dan 1,33% Asing. Jumlah karyawan Freeport ditambah Perusahaan mitra dan kontraktor, termasuk Institut Pertambangan Nemangkawi (IPN): 97,8% Indonesia, 2,20% Asing. Sejak tahun 1996 perusahaan telah menggandakan jumlah karyawan Papua.

Dalam 10 tahun, jumlah karyawan Papua di tingkat staff meningkat 4 kali lipat, jumlah staf karyawan Papua di tingkat supervisor 6x lipat. Karyawan Papua memegang fungsi strategis manajemen di Freeport: 5 Vice President dan 36 Jajaran Manajerial. Meningkatkan karyawan staff wanita di Freeport dan kontraktor : 12% tahun 2003 dan meningkat menjadi 13,5% pada tahun 2012. Freeport berupaya menciptakan lingkungan kerja yang aman dan kami menjadikan “Keselamatan sebagai budaya” dalam organisasi Freeport. PT ini memiliki satu catatan terbaik dalam industri sumber daya alam, tapi yang terpenting bagi Freeport adalah tidak terjadinya kecelakaan.

Pada tahun 2012 PT Freeport Indonesia mempekerjakan lebih dari 11.700 karyawan langsung dan lebih dari 12.400 karyawan kontraktor. Jumlah karyawan langsung Freeport : 64,04% Non Papua, 34,63% Papua, dan 1,33% Asing. Kebijakan Freeport Indonesia adalah untuk terus mempekerjakan lebih banyak pegawai yang berasal dari Papua. Freeport Indonesia mendirikan Institut Pertambangan Nemangkawi, sebuah sekolah tinggi untuk mempersiapkan tenaga-tenaga kerja asal Papua yang terampil untuk bekerja di area perusahaan. Sekolah itu telah mendidik dan melatih ribuan pemuda asli Papua dimana saat ini mereka telah bekerja di PT Freeport maupun berbagai perusahaan kontraktor serta privatisasinya.

Aktivitas Kelompok



1. Buatlah kelompok yang terdiri dari 3- 4 orang!
2. Diskusikan pengaruh pusat keunggulan ekonomi yang kalian temukan dari aktivitas sebelumnya terhadap migrasi penduduk, lembaga sosial ekonomi, transportasi, pekerjaan dan pendidikan!
3. Tulislah hasil diskusi dan pengamatan kalian!
4. Presentasikan hasilnya di depan kelas!
5. Buatlah laporan dari hasil presentasi yang telah kalian lakukan

E. Pasar Bebas

Pasar bebas atau dikenal juga dengan perdagangan bebas adalah kebijakan dimana pemerintah tidak melakukan diskriminasi terhadap impor atau impor. Perdagangan bebas dapat dicontohkan dengan Uni Eropa, MEA dan sebagainya. Kebijakan perdagangan bebas umumnya mempromosikan hal-hal berikut.

1. Perdagangan barang tanpa pajak termasuk tarif atau hambatan perdagangan lainnya.
2. Perdagangan jasa tanpa pajak atau hambatan perdagangan lainnya.
3. Akses ke pasar yang tidak diatur.
4. Akses informasi pasar yang tidak diatur.
5. Perdagangan jasa tanpa pajak atau hambatan perdagangan lainnya.

Banyak organisasi dalam kaitannya dengan perdagangan atau pasar bebas. Adapun beberapa macam organisasi ekonomi dalam rangka perdagangan bebas diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

a. Latar Belakang Berdirinya

Masyarakat Ekonomi ASEAN atau yang biasa disingkat menjadi MEA secara singkatnya bisa diartikan sebagai bentuk integrasi ekonomi ASEAN yang artinya semua negara-negara yang berada dikawasan Asia Tenggara (ASEAN) menerapkan sistem perdagangan bebas. Kurang lebih dua dekade yang lalu tepatnya Desember 1997 ketika KTT ASEAN yang diselenggarakan

di Kota Kuala Lumpur, Malaysia disepakati adanya ASEAN Vision 2020 yang intinya menitikberatkan pada pembentukan kawasan ASEAN yang stabil, makmur, dan kompetitif dengan pertumbuhan ekonomi yang adil dan merata serta dapat mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial. Pada bulan Oktober 2003 ketika KTT ASEAN di Bali, Indonesia menyatakan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi tujuan dari integrasi ekonomi regional dikawasan Asia Tenggara yang akan diberlakukan pada tahun 2020. Namun demikian nyatanya kita mengetahui bahwa tahun 2015 ini merupakan awal tahun diberlakukannya MEA. Hal tersebut sesuai dengan Deklarasi Cebu yang merupakan salah satu hasil dari KTT ASEAN yang ke-12 pada Januari 2007. Pada KTT tersebut para pemimpin ASEAN besepakat untuk mengubah ASEAN menjadi daerah dengan perdagangan bebas baik barang maupun jasa, investasi, tenaga kerja profesional, dan aliran modal (dana).

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 dengan terwujudnya ASEAN *Community*, dapat menjadikan posisi ASEAN menjadi lebih strategis di kancah Internasional, sehingga terjadi suatu dialog antar sektor yang dimana nantinya juga saling melengkapi diantara para *stakeholder* sektor ekonomi di Negara-negara ASEAN. Siapakah yang menjadi anggota dari MEA? Tentunya 10 negara ASEAN adalah anggota dari MEA. Dapatkah kamu menyebutkan 10 negara tersebut?

b. Tujuan

Tujuan utama MEA 2015 yang ingin menghilangkan secara signifikan hambatan-hambatan kegiatan ekonomi lintas kawasan tersebut, diimplementasikan melalui 4 pilar utama, yaitu :

- 1) MEA pun akan dijadikan sebagai kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, dengan memprioritaskan pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Kemampuan daya saing dan dinamisme UKM akan ditingkatkan dengan memfasilitasi akses mereka terhadap informasi terkini, kondisi pasar, pengembangan sumber daya manusia dalam hal peningkatan kemampuan, keuangan, serta teknologi.
- 2) MEA akan dibentuk sebagai kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi, yang memerlukan suatu kebijakan yang meliputi *competition policy*, *consumer protection*, *Intellectual Property Rights* (IPR), *taxation*, dan *E-Commerce*. Dengan demikian, dapat tercipta iklim persaingan

yang adil; terdapat perlindungan berupa sistem jaringan dari agen-agen perlindungan konsumen; mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta; menciptakan jaringan transportasi yang efisien, aman, dan terintegrasi; menghilangkan sistem *Double Taxation*, dan; meningkatkan perdagangan dengan media elektronik berbasis *online*.

- 3) MEA sebagai pasar tunggal dan basis produksi internasional (*single market and international production base*) dengan elemen aliran bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terdidik dan aliran modal yang lebih bebas
- 4) MEA akan diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global. Dengan membangun sebuah sistem untuk meningkatkan koordinasi terhadap negara-negara anggota. Selain itu, akan ditingkatkan partisipasi negara-negara di kawasan Asia Tenggara pada jaringan pasokan global melalui pengembangan paket bantuan teknis kepada negara-negara Anggota ASEAN yang kurang berkembang. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kemampuan industri dan produktivitas sehingga tidak hanya terjadi peningkatan partisipasi mereka pada skala regional namun juga memunculkan inisiatif untuk terintegrasi secara global.

2. Asean Free Trade Area (AFTA)

a. Latar Belakang

ASEAN Free Trade Area (AFTA) merupakan wujud dari kesepakatan dari negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia serta menciptakan pasar regional bagi 500 juta penduduknya. AFTA dibentuk pada waktu Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke IV di Singapura tahun 1992. Awalnya AFTA ditargetkan ASEAN Free Trade Area (AFTA) merupakan wujud dari kesepakatan dari negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia akan dicapai dalam waktu 15 tahun (1993-2008), kemudian dipercepat menjadi tahun 2003, dan terakhir dipercepat lagi menjadi tahun 2002.

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 kwantitatif dan hambatan-hambatan non tarif lainnya. Perkembangan terakhir

yang terkait dengan AFTA adalah adanya kesepakatan untuk menghapuskan semua bea masuk impor barang bagi Brunei Darussalam pada tahun 2010, Indonesia, Malaysia, Philipina, Singapura dan Thailand, dan bagi Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam pada tahun 2015. Produk yang dikatagorikan dalam General Exception adalah produk-produk yang secara permanen tidak perlu dimasukkan kedalam CEPT-AFTA, karena alasan keamanan nasional, keselamatan, atau kesehatan bagi manusia, binatang dan tumbuhan, serta untuk melestarikan obyek-obyek arkeologi dan budaya. Indonesia mengkatagorikan produk-produk dalam kelompok senjata dan amunisi, minuman beralkohol, dan sebagainya sebanyak 68 pos tarif sebagai General Exception.

b. Tujuan AFTA

- 1). Menjadikan kawasan ASEAN sebagai tempat produksi yang kompetitif sehingga produk ASEAN memiliki daya saing kuat di pasar global.
- 2). Menarik lebih banyak *Foreign Direct Investment* (FDI).
- 3). Meningkatkan perdagangan antar negara anggota ASEAN (*intra-ASEAN Trade*).

3. Asia Pacific Economic Corporation (APEC)

Perubahan di Uni Soviet dan Eropa Timur merupakan salah satu latar belakang berdirinya APEC. Runtuhnya Uni Soviet dengan sistem ekonomi komunis yang tertutup secara bertahap diikuti oleh negara Eropa Timur yang berubah menjadi sistem ekonomi liberal dan bebas. Kemudian muncullah kesadaran bahwa pada dasarnya setiap negara saling membutuhkan. Pada saat itu sedang berlangsung perundingan di Uruguay yang melatarbelakangi terbentuknya WTO. Karena kekhawatiran gagalnya perundingan tersebut, kemudian terbentuklah APEC. Organisasi APEC diprakarsai perdana Menteri Australia Bob Hawke ketika berpidato di SEOUL tahun 1989. Pada akhir tahun 1989 itulah 12 negara yang hadir di Canbera sepakat mendirikan APEC. Tahukah kamu kedua belas negara tersebut? Tujuan pembentukan APEC adalah :

- 1). Untuk meningkatkan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia Pasifik dan meningkatkan kerja sama ekonomi melalui peningkatan volume perdagangan dan investasi.
- 2). Memperjuangkan kepentingan ekonomi di kawasan Asia Pasific.
- 3). Tempat usaha negara maju untuk membantu negara berkembang.
- 4). Meningkatkan perdagangan dan investasi antaranggota.
- 5). Menjalankan kebijakan ekonomi secara sehat dengan tingkat inflasi rendah.
- 6). Mengurangi dan mengatasi sengketa ekonomi perdagangan.

4. Uni Eropa (Masyarakat Ekonomi Eropa/MEE)

a. Latar Belakang Berdirinya

Masyarakat Ekonomi Eropa (*European Economic Community*) atau Uni Eropa (*European Union*). Sejak berakhirnya Perang Dunia II, Eropa mengalami kemiskinan dan perpecahan. Usaha untuk mempersatukan Eropa sudah dilakukan. Namun, keberhasilannya bergantung pada dua negara besar, yaitu Prancis dan Jerman Barat. Pada tahun 1950 Menteri Luar Negeri Prancis, Maurice Schuman berkeinginan menyatukan produksi baja dan batu bara Prancis dan Jerman dalam wadah kerja sama yang terbuka untuk negara-negara Eropa lainnya, sekaligus mengurangi kemungkinan terjadinya perang. Keinginan itu terwujud dengan ditandatanganinya perjanjian pendirian Pasaran Bersama Batu Bara dan Baja Eropa atau European Coal and Steel Community (ECSC) oleh enam negara, yaitu Prancis, Jerman Barat (Republik Federal Jerman-RFJ), Belanda, Belgia, Luksemburg, dan Italia. Keenam negara tersebut selanjutnya disebut *The Six State*. Keberhasilan ECSC mendorong negara-negara The Six State membentuk pasar bersama yang mencakup sektor ekonomi. Hasil pertemuan di Messina, pada tanggal 1 Juni 1955 menunjuk Paul Henry Spaak (Menlu Belgia) sebagai ketua komite yang harus menyusun laporan tentang kemungkinan kerja sama ke semua bidang ekonomi.

Melalui perjanjian Maastrich, ke-12 negara anggota Masyarakat Eropa dipersatukan dalam mekanisme Kesatuan Eropa, dengan pelaksanaan secara bertahap. *The Treaty on European Union* mulai dilaksanakan pada tanggal 1 Januari 1993, setelah diratifikasi oleh semua parlemen anggota masyarakat Eropa. Mulai tahun 1999, Masyarakat Eropa hanya mengenal satu mata uang yang disebut *European Currency Unit* (ECU) atau (European Union – EU). Beberapa bentuk perjanjian yang pernah dilakukan MEE harus mengalami beberapa kali amandemen. Hal itu berkaitan dengan bertambahnya anggota.

Pada tahun 2004 keanggotaan Uni Eropa berjumlah dua puluh lima negara. Sepuluh negara yang menjadi anggota baru Uni Eropa sebelumnya berada di wilayah Eropa Timur. Negara anggota Uni Eropa yang baru itu adalah Republik Ceko, Estonia, Hongaria, Latvia, Lithuania, Malta, Polandia, Siprus, Republik Slovakia, dan Slovenia. Pada tahun 2007, Bulgaria dan Rumania juga diharapkan bergabung dengan Uni Eropa. Sementara itu, permintaan Turki untuk menjadi anggota Uni Eropa masih ditangguhkan. Hal itu disebabkan Turki belum melaksanakan perubahan.

b. Tujuan MEE

- 1). Integrasi Eropa dengan cara menjalin kerja sama ekonomi, memperbaiki taraf hidup, dan memperluas lapangan kerja.
- 2). memajukan perdagangan dan menjamin adanya persaingan bebas serta keseimbangan perdagangan antarnegara anggota.
- 3). Menghapuskan semua rintangan yang menghambat lajunya perdagangan internasional.
- 4). Meluaskan hubungan dengan negara-negara selain anggota MEE.

5. World Trade Organization (WTO)

a. Latar Belakang Berdirinya

WTO sebagai organisasi perdagangan dunia merupakan satu-satunya badan internasional yang mengatur masalah perdagangan antarnegara. Organisasi ini dibentuk tanggal 1 Januari 1995 untuk menggantikan GATT (*General Agreement on Trafict and Trade*). WTO terbentuk setelah dilakukannya perundingan putaran Uruguay atau Uruguay Round (1986–1994). Putaran tersebut mencakup semua bidang perdagangan. Para peserta setuju suatu pajet pemotongan atas bea mask terhadap produk-produk topis dari negara berkembang, menyelesaikan sengketa, dan menyepakati agar para anggota memberikan laporan reguler mengenai kebijakan perdagangan. Pada akhirnya persetujuan dalam perundingan di Uruguay meliputi barang, jasa, kepemilikan intelektual, dan penyelesaian sengketa. Anggota dari WTO saat ini lebih dari 150 negara dengan 117 negara diantaranya adalah negara berkembang.

b. Tujuan

Tujuan WTO

- 1). Meningkatkan kesejahteraan negara-negara anggota melalui pergangan bebas.
- 2). Membantu produsen barang dan jasa serta eksportif dan importir dalam kegiatan perdagangan.
- 3). Mendorong lebih terbukanya perdagangan dunia.
- 4). Menciptakan rangkaian aturan dan prinsip guna mengatur perdagangan internasional.
- 5). Menyusun kewajiban anggotanya untuk menjamin berjalannya sistem internasional nondiskriminasi.
- 6). Menyediakan forum untuk membicarakan isu-isu perdagangan internasional.
- 7). Menyediakan mekanisme penyelesaian perdagangan internasional.

Aktivitas Kelompok



1. Lakukan aktivitas berikut dengan teman satu mejamu!
2. Buatlah aktivitas teka teki silang dengan mengacu pada materi perdagangan bebas di atas!
3. Teka-teki yang kalian buat terdiri dari 10 soal mendatar dan 10 soal menurun!
4. Setelah selesai, tukarkan dengan meja di belakang untuk dikerjakan!
5. Koreksilah hasil pekerjaan temanmu!
6. Kumpulkan hasilnya pada guru untuk dinilaikan !

Rangkuman

- Perdagangan internasional adalah perdagangan yang diadakan antara satu negara dan negara lain yang meliputi kegiatan ekspor dan impor. Perdagangan internasional ini terjadi karena perbedaan barang yang dihasilkan oleh masing-masing negara. Perbedaan tersebut meliputi, perbedaan sumber daya alam, perbedaan sumber daya manusia, perbedaan IPTEK, perbedaan sosial budaya, dan perbedaan harga barang. Kebijakan perdagangan internasional yang dikeluarkan pemerintah meliputi; kuota, tarif, dumping, dan proteksi. Kebijakan tersebut dalam rangka melindungi produksi dalam negeri.
- Perdagangan menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari perdagangan internasional antara lain, mendorong kegiatan produksi, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperluas lapangan kerja, dan majunya lembaga keuangan.
- Dampak negatif dari perdagangan internasional antara lain, industri yang tidak bersaing akan hancur karena harga barang impor lebih murah dari harga barang dalam negeri, menghambat pertumbuhan ekonomi, dan menimbulkan banyak pengangguran
- Ekonomi kreatif dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki suatu negara. Ekonomi kreatif dari berbagai daerah mampu mendongkrak kegiatan ekonomi lokal dan diharapkan mampu menembus pasar internasional.

- Ekonomi kreatif ini dapat tumbuh dari kekuatan ide yang luar biasa, dituangkan dalam aktivitas industri kreatif dan sebagian besar tenaga kerja berada pada sektor jasa atau menghasilkan produk abstrak, seperti data, *software*, berita, hiburan, periklanan, dan lain-lain. Jumlah penduduk yang banyak dan potensi sumber daya budaya yang beraneka ragam dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan industri kreatif.
- Ekonomi kreatif dapat menghasilkan barang yang murah dan berkualitas sehingga mampu menciptakan persaingan antarnegara. Persaingan dapat meningkatkan keunggulan ekonomi suatu bangsa. Banyak pusat keunggulan ekonomi di Indonesia di berbagai daerah yang memberikan pengaruh bagi kehidupan masyarakat. Pengaruh keunggulan antara lain terjadinya migrasi penduduk, berdirinya lembaga sosial ekonomi demi pemenuhan kebutuhan masyarakat, tersedianya kesempatan kerja dan meningkatnya kualitas pendidikan.

Renungan

Berbagai potensi yang dimiliki oleh suatu negara merupakan anugerah dari Tuhan Yang Esa. Pemanfaatan potensi tersebut harus dikembangkan agar memberikan manfaat bukan hanya oleh masyarakat Indonesia akan tetapi bagi negara lain melalui kegiatan perdagangan Internsional. Setiap negara harus kreatif dan inovatif agar hasil produksinya dikenal oleh masyarakat dunia. Keunggulan yang dimiliki oleh suatu negara dapat dimanfaatkan oleh negara lain demi tercapainya kesejahteraan.

Uji Pemahaman Materi

A. Soal Pilihan Ganda

Pilihlah jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban !

1. Tidak termasuk latar belakang munculnya perdagangan internasional adalah
 - A. Perbedaan sumber daya alam
 - B. Munculnya perbedaan budaya
 - C. Perbedaan iklim dan cuaca
 - D. Perbedaan kualitas sumber daya manusia
2. Perdagangan internasional muncul akibat adanya kesamaan dalam
 - A. Kepentingan
 - B. Sumber daya alam
 - C. Letak geografi
 - D. Ideolog
3. Salah satu hambatan dalam perdagangan internasional adalah
 - A. Munculnya spesialisasi ekonomi
 - B. Terjadi transfer ilmu dan teknologi
 - C. Munculnya pergeseran budaya suatu negara
 - D. Kebijakan pemerintah suatu negara
4. Dampak positif dari perdagangan internasional adalah
 - A. Menambah devisa negara
 - B. Munculnya ketergantungan suatu negara
 - C. Munculnya pergeseran budaya
 - D. Pelaksanaan politik dumping
5. Kegiatan suatu negara untuk mendatangkan barang dari luar negeri disebut
 - A. Impor
 - B. Ekspor
 - C. Importir
 - D. Eksportir

6. Menjual barang di luar negeri dengan harga yang lebih murah daripada di dalam negeri disebut
 - A. Embargo
 - B. Proteksi
 - C. Tarif/bea
 - D. Dumping
7. Barang-barang yang didatangkan dari luar negeri disebut
 - A. Barang dagangan
 - B. Komoditas ekspor
 - C. Komoditas impor
 - D. Premi ekspor
8. Komoditas ekspor Indonesia yang berasal dari hasil pertanian antara lain
 - A. Getah karet
 - B. Kayu lapis
 - C. Rotan
 - D. Kayu
9. Komoditas impor Indonesia yang merupakan bahan baku penolong adalah
 - A. Alat elektronik
 - B. Bahan kimia
 - C. Mesin-mesin
 - D. Makanan
10. Negara yang tidak ikut mendirikan organisasi ASEAN adalah...
 - A. Indonesia
 - B. Malaysia
 - C. Singapura
 - D. Laos

B. Esai

Jawablah pertanyaan berikut dengan benar!

1. Jelaskan pengertian perdagangan internasional!
2. Jelaskan manfaat dari perdagangan internasional!
3. Jelaskan perbedaan antara proteksi dan kuota impor!
4. Bagaimana manfaat perdagangan internasional bagi perekonomian Indonesia?
5. Jelaskan pengertian ekonomi kreatif!
6. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengembangkan ekonomi kreatif?
7. Jelaskan perkembangan ekonomi kreatif di daerah kalian!
8. Berikan contoh keunggulan ekonomi yang ada di daerahmu!
9. Apa yang harus dilakukan suatu negara untuk menciptakan keunggulan ekonomi?
10. Jelaskan manfaat dari pusat-pusat keunggulan ekonomi bagi kehidupan kalian!