

# Longgar Saja Tidak Cukup

Upaya mendongkrak ekspor tidak cukup ditempuh dengan melonggarkan kebijakan perdagangan. Peningkatan daya saing produk mesti jadi perhatian agar penetrasi optimal.

**JAKARTA, KOMPAS** — Pemerintah mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk mendongkrak kinerja ekspor-impor di tengah lesunya perdagangan global. Kebijakan itu fokus pada masalah lalu lintas barang melalui kemudahan impor bahan baku industri dan kelonggaran tata niaga ekspor.

Akan tetapi, pelonggaran kebijakan saja dinilai tidak cukup melecuk kinerja ekspor nasional. Wakil Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia Bidang Hubungan Internasional Shinta W Kamdani mengingatkan pemerintah soal perhatian pada kualitas produk ekspor.

"Ekspor nonmigas tidak bisa dikontrol hanya dengan kebijakan perdagangan karena masalah yang mengganjal produktivitas dan kinerja sektor industri penghasil produk ekspor sifatnya sistematis," katanya di Jakarta, Jumat (6/3/2020).

Shinta mengingatkan pentingnya memanfaatkan masa-masa lesunya pasar global saat ini untuk membenahi industri dalam negeri sekaligus

mendorong daya saing produk. Dengan demikian, saat pasar kembali menggeliat, produk dalam negeri lebih berdaya menembus pasar global.

Persoalan yang saat ini dihadapi sebagian pelaku industri terkait dengan efisiensi proses produksi serta kualitas dan diversifikasi produk. "Pembukaan pasar ekspor seluas apa pun tidak akan ada artinya jika yang disoroti hanya kebijakan perdagangannya, tetapi tanpa membenahi (problem) inefisiensi dan rendahnya daya saing produk," ujarnya.

Pemerintah memberikan sejumlah kelonggaran untuk memacu kinerja ekspor terkait merembaknya wabah Covid-19 akibat virus korona baru. Kelonggaran itu, antara lain, diberikan melalui penyederhanaan sistem verifikasi legalitas kayu (SVLK) untuk produk-produk kayu, standar sertifikasi kesehatan pangan bagi produk Indonesia yang diekspor ke luar negeri, dan surat keterangan asal atau sertifikasi asal barang.

Pemerintah juga membidik negara-negara di luar tujuan

## Neraca Perdagangan RI Januari 2020

### Ekspor

**13,411** miliar dollar AS

### Impor

**14,275** miliar dollar AS

### Neraca

**- 864** juta dollar AS

Sumber: Badan Pusat Statistik

ekspor selama ini. Beberapa, di antaranya Tunisia, Turki, Chile, Paraguay, Guatemala, serta beberapa negara Asia Selatan, seperti Pakistan dan Sri Lanka. Berbagai perundingan perjanjian dagang dijajaki dan berpotensi difinalisasi dalam waktu dekat.

Dengan berbagai kebijakan itu, meski sejumlah lembaga memproyeksikan perlambatan

pertumbuhan perdagangan dan ekonomi dunia, Kementerian Perdagangan tak merevisi target ekspor. Sesuai Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024, surplus perdagangan ditargetkan 300 juta dollar AS tahun ini.

Menurut Menteri Perdagangan Agus Suparmanto, optimisme perlu dipertahankan, apalagi kondisi di China dan sejumlah negara berangsur pulih setelah didera Covid-19. "Di balik (wabah Covid-19) ini, pasti ada peluang. Selain China, Indonesia juga harus beralih ke negara lain. Ada indikasi yang positif. Penjajakan perjanjian dagang tetap jalan," kata Agus.

### Fokus

Ketua Komite Tetap Bidang Ekspor Kadin Indonesia Handito Joewono menyatakan, pemerintah perlu terlebih dulu memetakan komoditas atau produk berorientasi ekspor yang jadi prioritas. Setelah itu, pemerintah perlu mendukung perusahaan untuk meningkatkan daya saing produknya, seperti di industri makanan dan

minuman yang bahan bakunya relatif bisa dipenuhi dari dalam negeri.

"Indonesia harus berani memutuskan, mau jadi produsen apa, produk apa yang akan ditingkatkan dan diprioritaskan untuk dipasarkan, selama ini kebanyakan dan tidak fokus. Jadi, jangan gegabah cari dulu pasar baru. Fokus memprioritaskan komoditas utama dan membenahi industri dalam negeri," kata Handito.

Terkait fokus pemetaan ekspor itu, Sekretaris Jenderal Kementerian Perdagangan Oke Nurwan mengatakan, pihaknya berusaha memetakan kebutuhan pasar global dengan persediaan produk dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). "Kami upayakan UMKM siap karena akan dibuka perwakilan-perwakilan untuk memasarkan produk mereka di luar negeri. Namun, belum tentu (produknya) sesuai kebutuhan pasar. Jadi, produk apa yang dibutuhkan pasar luar, bagaimana kemampuan produksi, kami petakan dulu," kata Oke.

(AGE)