

Trade Policy & Strategic Issue

TRADE POST

e-magazine

BIJAK

Kinerja dan Daya Saing Sektor
Industri Tekstil Indonesia di
Tengah Tantangan Global

ANDAL

Deregulasi Kebijakan Penyaluran
Pupuk Bersubsidi:
Tantangan Kesiapan Implementasi dan
Implikasinya bagi Kebijakan
Perdagangan

Sudut Pandang

Menyelami Perkembangan
Model Bisnis Sektor
*Animation, Comics, and
Game (ACG)* di Indonesia

Potensi Perdagangan Jasa Sebagai Diplomasi: Strategi Indonesia dalam Menghadapi Kebijakan Resiprokal AS



ISSN 2830-7208





KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

PENGUMUMAN

Perpindahan Alamat Kantor
Badan Kebijakan Perdagangan

Alamat lama



Jl. M.I. Ridwan Rais No.5, Gambir,
Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10110
Gedung Utama Lantai 4



Alamat Baru:



Jl. Kramat Raya No.172,
Kenari, Senen, Jakarta Pusat,
DKI Jakarta 10430
Gedung Utama Lantai 4

Untuk informasi lebih lanjut dapat
menghubungi layanan *WhatsApp*
BKPerdag:



0812-9876-5196

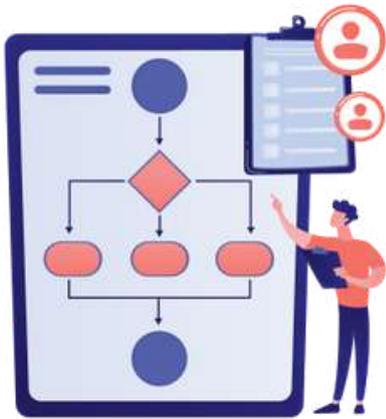


bkperdag.kemendag.go.id



@BKPerdag

Policy For Better Trade



BADAN KEBIJAKAN PERDAGANGAN

BKPerdag dibentuk sesuai **Peraturan Presiden Nomor 168 Tahun 2024** tentang Kementerian Perdagangan dan **Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2025** tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan.

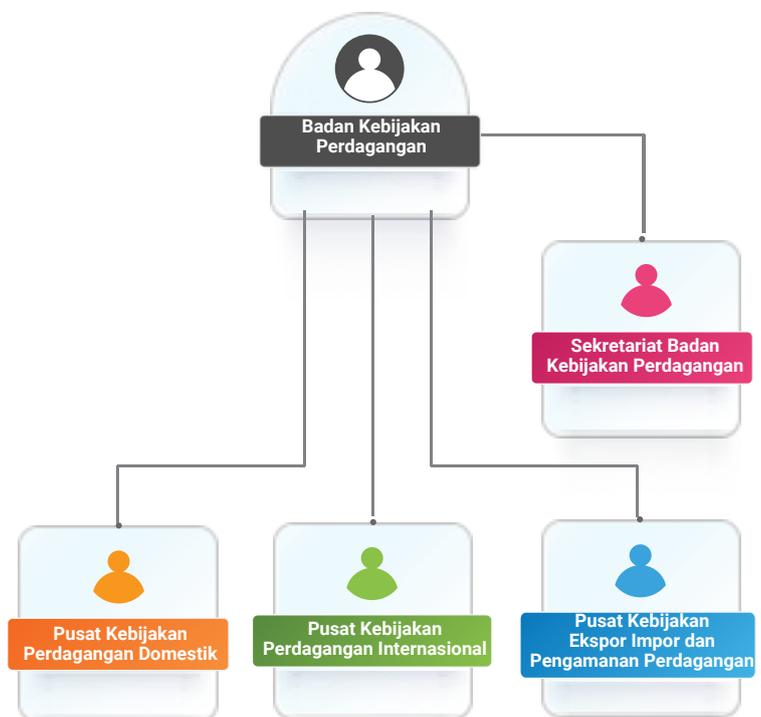
Badan Kebijakan Perdagangan **mempunyai tugas** menyelenggarakan analisis dan pemberian rekomendasi kebijakan di bidang perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam melaksanakan tugas, Badan Kebijakan Perdagangan **menyelenggarakan fungsi:**

- Penyusunan kebijakan teknis, rencana, dan program analisis dan pemberian rekomendasi kebijakan di bidang perdagangan;
- Pelaksanaan analisis dan pemberian rekomendasi kebijakan di bidang perdagangan;
- Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan analisis dan pemberian rekomendasi kebijakan di bidang perdagangan;
- Pelaksanaan administrasi badan kebijakan perdagangan; dan
- Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Badan Kebijakan Perdagangan **terdiri atas:**

- Sekretariat Badan Kebijakan Perdagangan;
- Pusat Kebijakan Perdagangan Domestik;
- Pusat Kebijakan Perdagangan Internasional; dan
- Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan.



Susunan Redaksi

PENGARAH

Dr. Rusmin Amin, S.Si., M.T.

DEWAN REDAKSI

Zamroni Salim, Ph. D

Wayan R. Susila, APU

Ernawati Munadi, Ph. D

REDAKSI TAMU

Rinaldi Agung Adnyana, ST, MA, M.T., M.H.

Bambang Jaka Setiawan, S.H., M.M.

PENANGGUNG JAWAB PENERBITAN

Muhammad Suaib Sulaiman, S.E., M.M.

REDAKSI PELAKSANA

Maulida Lestari, SE., ME

Andrika Sembiring, SE

Dewi Suparwati, S.Si

Athifah Syaquin A, SE

DESAIN MAJALAH

Andrika Sembiring, SE

ALAMAT REDAKSI

Sekretariat Badan Kebijakan Perdagangan
Kementerian Perdagangan RI Lantai 4
Jl. Kramat Raya No. 172, Jakarta Pusat 10430
Telp. (021) 23528681
Fax. (021) 23528691
Email: publikasi.bkperdag@kemendag.go.id

DISCLAIMER

Publikasi ini disusun hanya sebatas sebagai informasi. Semua hal yang relevan telah dipertimbangkan untuk memastikan informasi ini benar, tetapi tidak ada jaminan bahwa informasi tersebut akurat dan lengkap serta tidak ada kewajiban yang timbul terhadap kerugian yang terjadi atas tindakan yang dilakukan dengan mendasarkan pada publikasi ini.

@Hak Cipta Badan Kebijakan Perdagangan

Catatan dari Meja Redaksi



Perdagangan dunia sedang mengalami masa-masa bergejolak. Dinamika geopolitik, ketegangan rantai pasok global, ancaman proteksionisme, serta laju inflasi yang belum mereda, menciptakan lanskap yang penuh tantangan sekaligus peluang baru. Di tengah ketidakpastian ini, Badan Kebijakan Perdagangan (BKPerdag) terus berkomitmen untuk menghadirkan analisis kebijakan yang mendalam dan relevan, guna membantu Indonesia menavigasi kompleksitas perdagangan global dan memperkuat posisi daya saingnya.

Pada edisi Trade Post kali ini, kami menghadirkan serangkaian artikel yang diharapkan dapat memberikan perspektif baru dan mendalam mengenai berbagai aspek perdagangan terkini. Dari Rubrik BIJAK, Anda akan menyimak ulasan mengenai peluang emas Kakao Indonesia di pasar global sebagai produk olahan yang menjanjikan, serta artikel mendalam tentang Kinerja dan daya saing industri tekstil dan pakaian di tengah tantangan global.

Tak kalah penting, dari Rubrik ANDAL, kami juga menyajikan analisis mengenai Deregulasi Kebijakan Penyaluran Pupuk Bersubsidi. Kemudian, di Rubrik Sudut Pandang, Anda akan menemukan pembahasan menarik tentang Perkembangan Model Bisnis Sektor Animasi Indonesia. Selain itu, dari Rubrik TEROPONG, artikel kami akan mengupas tuntas Perdagangan Jasa sebagai Senjata Diplomasi Indonesia dalam menghadapi kebijakan tarif resiprok AS serta peningkatan surplus perdagangan Indonesia dengan Uni Emirat Arab pasca penerapan IUAE-CEPA.

Terakhir tak lupa kami sajikan informasi ringan seputar kegiatan BKPerdag dalam rubrik Kabar BKPerdag.

Selamat Membaca

Juni, 2025

Bincang Kebijakan Perdagangan (BIJAK)

- 1 Manisnya Potensi Ekspor Cokelat Indonesia
- 9 Kinerja dan Daya Saing Sektor Industri Tekstil Indonesia di Tengah Tantangan Global

Analisis Data dan Ulasan Informasi Perdagangan (ANDAL)

- 17 Deregulasi Kebijakan Penyaluran Pupuk Bersubsidi: Tantangan Kesiapan Implementasi dan Implikasinya Bagi Kebijakan Perdagangan

Sudut Pandang

- 26 Menyelami Perkembangan Model Bisnis Sektor *Animation, Comics and Game* (ACG) di Indonesia

Teropong

- 33 Potensi Perdagangan Jasa sebagai Senjata Diplomasi: Strategi Indonesia dalam Menghadapi Kebijakan Resiprokal AS
- 39 Lonjakan Surplus Perdagangan Indonesia–Uni Emirat Arab Pasca IUAE–CEPA

Kabar BKPerdag

- 45 BKPerdag Gelar Gambir Trade Talk ke-19

Manisnya Potensi Ekspor Cokelat Indonesia



Indonesia tercatat sebagai produsen kakao terbesar ketiga di dunia dengan total produksi mencapai 667 ribu ton pada tahun 2024. Bersama dengan sembilan negara produsen utama lainnya, kelompok ini menguasai sekitar 68,46% pangsa ekspor biji kakao dunia (HS 1801), namun kontribusi negara-negara tersebut terhadap ekspor produk olahan kakao (HS 1806) justru sangat minim, hanya sekitar 2,30% dari total pasar global. Pantai Gading, misalnya, meskipun menjadi negara dengan nilai ekspor HS 1806 tertinggi di antara para produsen biji kakao, hanya mencatatkan ekspor produk cokelat dan olahan kakao senilai USD 52,36 juta pada tahun 2024, meskipun berhasil mengekspor biji kakao senilai USD 1,06 miliar pada tahun yang sama. Hal ini menunjukkan perbedaan yang jelas antara posisi negara-negara tersebut sebagai produsen bahan baku dan kemampuan untuk memperoleh nilai tambah melalui hilirisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas negara produsen kakao masih bergantung pada ekspor komoditas mentah.

Menyadari pentingnya peningkatan nilai tambah dari komoditas strategis ini, pemerintah Indonesia telah mendorong kebijakan hilirisasi kakao melalui berbagai langkah, salah satunya dengan memberlakukan bea keluar atas ekspor biji kakao sejak tahun 2010 melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 67/2010. Kebijakan ini berhasil mendorong pergeseran pasokan kakao dari ekspor bahan mentah menuju pengolahan di dalam negeri. Sejak saat itu, ekspor biji kakao Indonesia mengalami tren penurunan (Tahun 2010-2024) sebesar 17,91%. Pada tahun 2010, nilai ekspor biji kakao masih mencapai USD 1,19 miliar, namun secara bertahap terus menurun hingga hanya mencapai USD 80,61 juta pada tahun 2024. Sebaliknya, ekspor produk olahan kakao justru mengalami peningkatan yang pesat, dengan nilai ekspor mencapai USD 2,54 miliar di tahun yang sama.

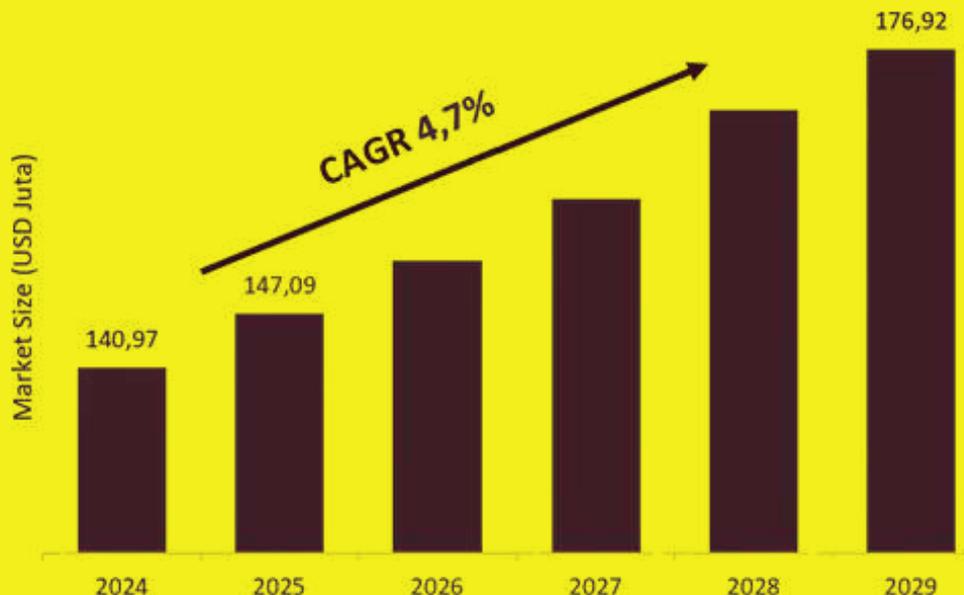


Namun demikian, perkembangan industri pengolahan kakao nasional sejauh ini masih terpusat pada *intermediate products* seperti pasta kakao, *cocoa butter*, dan *cocoa powder* (HS 1803–1805). Indonesia kini tercatat sebagai pengeksport *cocoa butter* (HS 1804) terbesar ketiga di dunia dengan pangsa pasar 12,17%, serta *cocoa powder* (HS 1805) terbesar keempat dengan pangsa pasar 9,50%. Kondisi ini berbanding terbalik dengan kontribusi Indonesia terhadap ekspor global produk cokelat olahan (HS 1806) yang masih sangat kecil, yaitu kurang dari 0,2%. Padahal, pasar global untuk produk cokelat olahan terus tumbuh seiring dengan perubahan gaya hidup konsumen dan meningkatnya permintaan terhadap produk makanan bernilai tambah tinggi.

Market size cokelat global terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2024, *market size* diperkirakan mencapai USD 140,97 miliar dan akan meningkat menjadi USD 147,09 miliar pada 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk (CAGR) sebesar 4,7%. Tren pertumbuhan ini diproyeksikan berlanjut hingga mencapai USD 176,92 miliar pada tahun 2029. Menurut Trademap, impor dunia untuk Cokelat dan olahan makanan lainnya mengandung kakao (HS 1806) selama lima tahun terakhir mengalami tren peningkatan sebesar 10,37%. Kenaikan cukup tinggi terlihat pada tahun 2024 dan 2023 dimana pertumbuhan mencapai 15,77% dan 11,66%. Pada tahun 2024 impor dunia terhadap cokelat mencapai USD 43,55 miliar.



Market Size Chocolate Global



Sumber: *Chocolate Global Market Report* (diolah Puska EIPP, 2025)

Importir Cokelat Olahan Dunia (HS 1806)

| No | Importir | USD Miliar | | | | | Perub. (%) 23/24 | Trend (%) 20 - 24 | Pangsa (%) 2024 |
|----|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|----------------------|--------------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | | | |
| | Dunia | 28,68 | 32,35 | 33,69 | 37,62 | 43,55 | 15,77 | 10,37 | 100,00 |
| 1 | AS | 2,89 | 3,23 | 3,83 | 4,05 | 4,92 | 21,63 | 13,82 | 11,30 |
| 2 | Jerman | 2,43 | 2,59 | 2,50 | 3,06 | 3,75 | 22,42 | 10,93 | 8,60 |
| 3 | Inggris | 2,24 | 2,31 | 2,67 | 3,11 | 3,62 | 16,52 | 13,35 | 8,31 |
| 4 | Perancis | 2,21 | 2,55 | 2,41 | 2,72 | 3,38 | 24,03 | 9,60 | 7,76 |
| 5 | Belanda | 1,34 | 1,57 | 1,58 | 1,78 | 2,16 | 21,41 | 11,39 | 4,96 |
| 6 | Belgia | 1,04 | 1,14 | 1,07 | 1,37 | 1,80 | 31,67 | 13,58 | 4,13 |
| 7 | Kanada | 1,02 | 1,15 | 1,24 | 1,30 | 1,54 | 18,88 | 9,99 | 3,54 |
| 8 | Polandia | 0,94 | 1,09 | 1,08 | 1,22 | 1,48 | 21,23 | 10,67 | 3,40 |
| 9 | Spanyol | 0,61 | 0,72 | 0,73 | 0,84 | 0,96 | 14,67 | 11,23 | 2,20 |
| 10 | Italia | 0,63 | 0,71 | 0,67 | 0,79 | 0,91 | 15,89 | 8,60 | 2,09 |
| | Subtotal | 15,35 | 17,06 | 17,80 | 20,22 | 24,52 | 21,24 | 11,71 | 56,29 |
| | Lainnya | 13,33 | 15,29 | 15,90 | 17,40 | 19,04 | 9,41 | 8,79 | 43,71 |

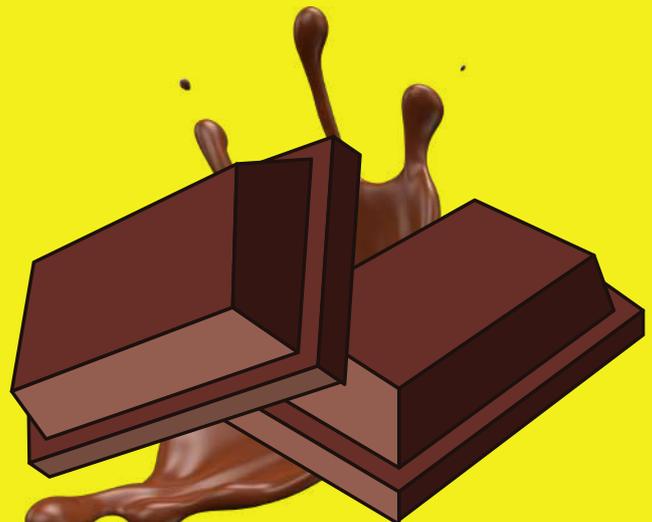
Sumber: Trademap (diolah Puska EIPP, 2025)

Negara importir cokelat terbesar di dunia pada tahun 2024 adalah Amerika Serikat dengan nilai impor mencapai USD 4,92 miliar, Jerman sebesar USD 3,75 miliar, dan Inggris sebesar USD 3,62 miliar. Jika dilihat pada sepuluh negara importir utama, mayoritas peminat cokelat merupakan negara Eropa, negara Eropa umumnya merupakan pasar tradisional dan mapan untuk produk cokelat, dengan tingkat konsumsi per kapita yang tinggi serta preferensi terhadap cokelat berkualitas premium. Selain sebagai produsen, negara-negara Eropa juga merupakan importir besar untuk memenuhi kebutuhan industri pengolahan mereka maupun konsumsi domestik.

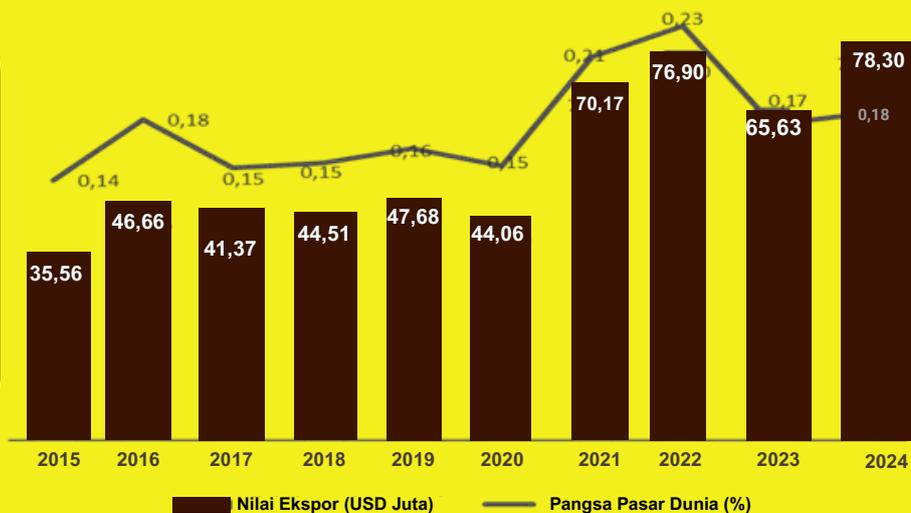
Kinerja Ekspor Cokelat Olahan Indonesia

Kinerja ekspor produk cokelat dan olahan makanan lainnya mengandung kakao (HS 1806) Indonesia menunjukkan tren kenaikan dalam jangka panjang, meskipun tidak meningkat secara konsisten setiap tahun. Pada tahun 2015, nilai ekspor sebesar USD 36,6 juta hingga mencetak rekor tertinggi USD 78,3 juta pada 2024, namun hanya menyumbang 0,18% pangsa

pasar global, menempatkan Indonesia di peringkat ke-46 Dunia. Bandingkan Malaysia yang merupakan sesama negara ASEAN, Malaysia menempati peringkat ke-20 dunia dengan nilai ekspor mencapai USD 445,59 juta pada tahun 2024. Negara eksportir cokelat terbesar dunia seperti Jerman (USD 7,12 miliar) dan Belgia (USD 5,25 miliar) menguasai masing-masing 16,25% dan 12,00% pangsa ekspor cokelat global. Secara keseluruhan, negara-negara Eropa mendominasi 75,4% ekspor cokelat dunia pada 2024. Secara umum, produk HS 1806 Indonesia sedang berada pada jalur pertumbuhan, namun membutuhkan penguatan konsistensi dan strategi pasar.



Perkembangan Kinerja dan Pangsa Ekspor Produk Cokelat dan olahan makanan lainnya mengandung kakao (HS 1806) Indonesia



Sumber: Trademap (diolah Puska EIPP, 2025)

Negara tujuan ekspor cokelat dan olahan makanan lainnya mengandung kakao (HS 1806) pada tahun 2024 terutama ditujukan ke Filipina dengan nilai ekspor USD 26,41 juta dengan pangsa ekspor sebesar 33,73%, mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 88,52% YoY. Negara tujuan ekspor utama lainnya adalah Malaysia dengan nilai ekspor USD 411,57 juta (pangsa ekspor 15,72%), meningkat sebesar 136,65% YoY dan Thailand dengan nilai ekspor USD 256,54 juta (pangsa ekspor 9,80%), meningkat sebesar 148,75% YoY.

Disusul kemudian oleh India dengan nilai ekspor sebesar USD 218,13 juta (pangsa 8,33%), naik sebesar 46,83% YoY dan Uni Emirat Arab dengan nilai ekspor sebesar USD 3,54 juta (pangsa 4,53%), meningkat sebesar 3,64% YoY. Pangsa ekspor Indonesia ke lima negara tujuan mencapai 71,60%. Sementara pangsa ekspor ke 10 negara utama tujuan ekspor Indonesia sebagaimana ditampilkan pada tabel adalah sebesar 86,63%.

Negara Tujuan Ekspor Cokelat dan olahan makanan lainnya mengandung kakao (HS 1806)

| No | NEGARA | NILAI : USD JUTA | | | | | Perub. % | Trend (%) | Share |
|--------------|-----------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | | | |
| | | | | | | | 24/23 | 20 - 24 | 2024 |
| TOTAL | | 44,06 | 70,17 | 76,85 | 65,64 | 78,30 | 19,29 | 11,44 | 100,00 |
| 1 | PILIPINA | 7,72 | 21,64 | 22,70 | 14,01 | 26,41 | 88,52 | 22,45 | 33,73 |
| 2 | MALAYSIA | 6,95 | 9,03 | 9,57 | 8,50 | 11,67 | 37,40 | 10,24 | 14,91 |
| 3 | THAILAND | 6,64 | 8,13 | 11,38 | 10,69 | 10,53 | -1,51 | 12,69 | 13,45 |
| 4 | INDIA | 2,19 | 1,98 | 5,63 | 8,36 | 3,90 | -53,36 | 29,66 | 4,98 |
| 5 | UNI EMIRAT ARAB | 3,07 | 3,36 | 3,61 | 3,42 | 3,54 | 3,64 | 3,09 | 4,53 |
| 6 | VIETNAM | 1,74 | 2,78 | 3,71 | 3,59 | 3,17 | -11,78 | 15,64 | 4,05 |
| 7 | RRT | 3,58 | 9,55 | 5,69 | 3,34 | 2,58 | -22,73 | -15,68 | 3,29 |
| 8 | KOREA SELATAN | 1,33 | 2,02 | 2,19 | 2,38 | 2,55 | 7,20 | 15,83 | 3,26 |
| 9 | SINGAPURA | 2,34 | 2,36 | 2,12 | 1,87 | 2,12 | 13,42 | -4,20 | 2,71 |
| 10 | ARAB SAUDI | 0,91 | 1,22 | 2,06 | 1,76 | 1,35 | -23,49 | 12,14 | 1,72 |
| | Subtotal | 36,48 | 62,06 | 68,65 | 57,92 | 67,83 | 17,11 | 12,43 | 86,63 |
| | Negara Lainnya | 7,58 | 8,11 | 8,21 | 7,72 | 10,47 | 35,67 | 6,14 | 13,37 |

Sumber: BPS (diolah Puska EIPP, 2025)

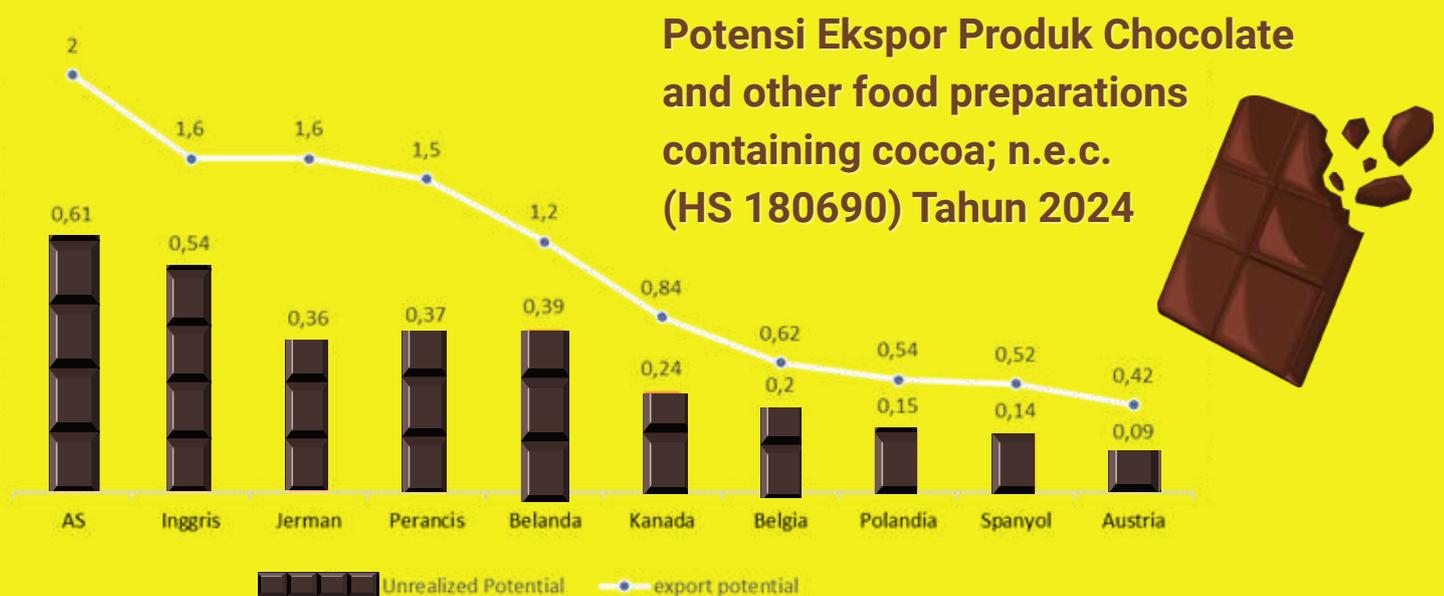
Dari sisi investasi, BKPM mencatat bahwa data realisasi investasi di tahun 2024, Industri Makanan dari Cokelat dan Kembang Gula dari Cokelat (KBLI 10732) mengalami peningkatan realisasi investasi sebesar 33,75% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan total investasi mencapai USD 27,34 juta. Kenaikan ini menunjukkan optimisme yang tinggi dari para investor terhadap prospek industri pengolahan kakao, terutama dalam produk antara seperti cocoa butter dan cocoa powder. Di sisi lain, Industri Kakao (KBLI 10731) justru mencatatkan penurunan signifikan dalam investasi, dengan nilai investasi turun sebesar 376,12%, hanya tercatat sebesar USD 98,98 juta, mengindikasikan adanya tantangan di sektor hulu.

Sejak diberlakukannya kebijakan Bea Keluar, sektor pengolahan kakao nasional mengalami perkembangan pesat. Indonesia telah berhasil menarik investasi dari 11 perusahaan kakao terkemuka dunia, dengan penyerapan tenaga kerja langsung sekitar 2.500 orang, dan kapasitas produksi mencapai 739.250 ton per tahun untuk produk seperti *cocoa butter*, *cocoa liquor*,

cocoa powder, dan *cocoa cake*. Di sisi hilir, terdapat sekitar 900 perusahaan industri pengolahan cokelat dengan kapasitas terpasang sebesar 462.126 ton per tahun (sumber: Kementerian Perindustrian).

Potensi Ekspor Cokelat Olah Indonesia

Menurut perhitungan Trademap dalam Export Potential Map, dari kategori HS 1806, produk ekspor di level HS 6 digit yang memiliki potensi terbesar adalah *Chocolate and other food preparations containing cocoa; n.e.c.* (HS 180690). Total potensi eksportnya mencapai sekitar USD 10,84 miliar dengan potensi yang belum termanfaatkan (*untapped potential*) sebesar USD 3,09 miliar. Beberapa pasar potensial pengembangan eksportnya yaitu Amerika Serikat dengan nilai *untapped potential* mencapai USD 0,61 miliar, diikuti oleh Inggris dengan nilai USD 0,54 miliar, Jerman senilai USD 0,36 miliar, Perancis dengan potensi USD 0,37 miliar, dan Belanda yang menyimpan potensi senilai USD 0,39 miliar.



Sumber: ITC Trademap (diolah Puska EIPP, 2025)

Hambatan dan Tantangan Cokelat Olahan Indonesia

Rendahnya daya saing ekspor produk cokelat Indonesia disebabkan oleh berbagai hambatan dan tantangan, baik di tingkat domestik maupun internasional, antara lain:

- Di tingkat global, produk cokelat Indonesia menghadapi hambatan tarif dan non-tarif yang kompleks. Negara-negara tujuan ekspor utama seperti Uni Eropa dan Amerika Serikat memberlakukan regulasi ketat terkait keamanan pangan, pelabelan, hingga EU Deforestation Regulation. Selain itu, tarif bea masuk produk cokelat Indonesia di Eropa masih relatif tinggi (12–15%).
- Tantangan di dalam negeri juga turut menghambat daya saing ekspor. Kualitas biji kakao domestik belum konsisten, karena banyak petani belum melakukan proses fermentasi secara tepat yang berdampak pada rendahnya kandungan lemak dan cita rasa. Selain itu, keterbatasan teknologi pengolahan dan mesin produksi menyebabkan mutu produk akhir tidak mampu bersaing dengan cokelat dari negara-negara seperti Jerman atau Belgia.
- Kesadaran akan pentingnya branding dan pemasaran internasional. Hanya sedikit produsen lokal yang mengusung konsep “bean-to-bar” dan mampu menembus pasar ekspor, sehingga produk cokelat Indonesia kurang dikenal di kancah global. Tantangan lainnya adalah tingginya biaya logistik nasional yang disebabkan oleh kondisi geografis Indonesia sebagai negara kepulauan serta infrastruktur distribusi yang belum merata. Hal ini berdampak langsung pada tingginya ongkos ekspor.
- Dari sisi kebijakan, meskipun Pemerintah telah mendorong hilirisasi kakao melalui pengenaan bea keluar biji kakao dan peningkatan kapasitas penggilingan, ekspor produk intermediate (HS 1801–1805) lebih dominan dibandingkan produk jadi (HS 1806). Kebijakan wajib fermentasi dan pembentukan dana kakao juga belum memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan industri cokelat siap konsumsi karena belum optimalnya koordinasi antar lembaga dan belum adanya fokus terhadap promosi, terbatasnya akses kepada lembaga pembiayaan serta fasilitasi ekspor produk akhir.



Rekomendasi Kebijakan

1. Rendahnya daya saing ekspor produk cokelat Indonesia perlu direspons melalui kebijakan yang lebih menyeluruh dari hulu ke hilir. Di tingkat internasional, produk cokelat Indonesia masih menghadapi hambatan tarif dan non-tarif yang signifikan, terutama di Uni Eropa dan Amerika Serikat. Untuk itu, Pemerintah perlu mendorong percepatan penyelesaian dan ratifikasi perjanjian perdagangan bebas seperti Indonesia-EU CEPA serta meningkatkan pemanfaatan fasilitas tarif preferensi melalui sosialisasi dan pendampingan teknis penggunaan Surat Keterangan Asal (SKA). Di sisi lain, Pemerintah juga perlu memfasilitasi pelaku usaha dalam memenuhi regulasi internasional, seperti kewajiban sertifikasi Fairtrade dan ketelusuran rantai pasok sesuai regulasi bebas deforestasi dari Uni Eropa, melalui subsidi biaya sertifikasi dan penyediaan lembaga penjamin mutu yang kompeten.
2. Untuk mendukung perluasan ekspor produk cokelat olahan (HS 1806), Kementerian Perdagangan perlu mendorong LPEI dan lembaga pembiayaan lainnya untuk menyediakan fasilitas pembiayaan ekspor dan asuransi dagang yang lebih terjangkau dan mudah diakses oleh pelaku industri. Selain itu, perlu dirancang skema pembiayaan khusus yang menyasar pelaku usaha yang memproduksi cokelat hilir siap ekspor, sehingga industri tidak hanya berhenti pada produk setengah jadi seperti cocoa liquor atau cocoa butter.
3. Di tingkat hilir, penting bagi Pemerintah untuk mendorong peningkatan nilai tambah melalui penguatan branding dan promosi produk cokelat Indonesia sebagai produk khas tropis yang berkelanjutan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelibatan pelaku usaha dalam pameran dagang internasional, misi dagang, serta kerja sama dengan diaspora dan perwakilan perdagangan di luar negeri. Kampanye “bean-to-bar” juga dapat didorong untuk meningkatkan daya tarik produk Indonesia di pasar premium.
4. Untuk meningkatkan daya saing produk olahan kakao Indonesia di pasar global, perlu dilakukan upaya intensifikasi promosi dagang secara strategis. Salah satu langkah yang dapat ditempuh adalah dengan mengintegrasikan produk cokelat olahan Indonesia dalam berbagai pameran dagang internasional, agar mampu menjangkau buyer global secara langsung. Di samping itu, perlu dikembangkan branding nasional yang kuat untuk meningkatkan citra produk Indonesia, misalnya melalui pelabelan seperti “Indonesian Fine Chocolate” atau “Single Origin Chocolate” yang menonjolkan keunikan dan kualitas kakao Nusantara.
5. Terakhir, pemerintah perlu memperluas akses logistik dari sentra produksi kakao ke pelabuhan ekspor, termasuk dukungan dalam bentuk subsidi logistik untuk produk bernilai tambah.



Biodata Penulis



 **Yudi Fadilah**
 **Analisis Kebijakan Ahli Madya**
 yudi.fadilahi@kemendag.go.id



 **Fairuz Nur Khairunnisa**
 **Fasilitator Perdagangan**
 fairuz.nissa33@gmail.com





Kinerja dan Daya Saing Sektor Industri Tekstil Indonesia di Tengah Tantangan Global

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) telah lama menjadi salah satu penopang penting perekonomian Indonesia. Tak hanya menyerap jutaan tenaga kerja, sektor ini juga berperan besar dalam menyumbang devisa negara melalui ekspor produk ke berbagai belahan dunia. Pada tahun 2024, industri ini mempekerjakan sekitar 3,97 juta orang per agustus 2024 atau hampir 20% dari total pekerja di sektor manufaktur nasional, dengan pertumbuhan PDB sektor TPT sebesar 4,26% (YoY) (Kementerian Perindustrian, Metrotv, 2025).

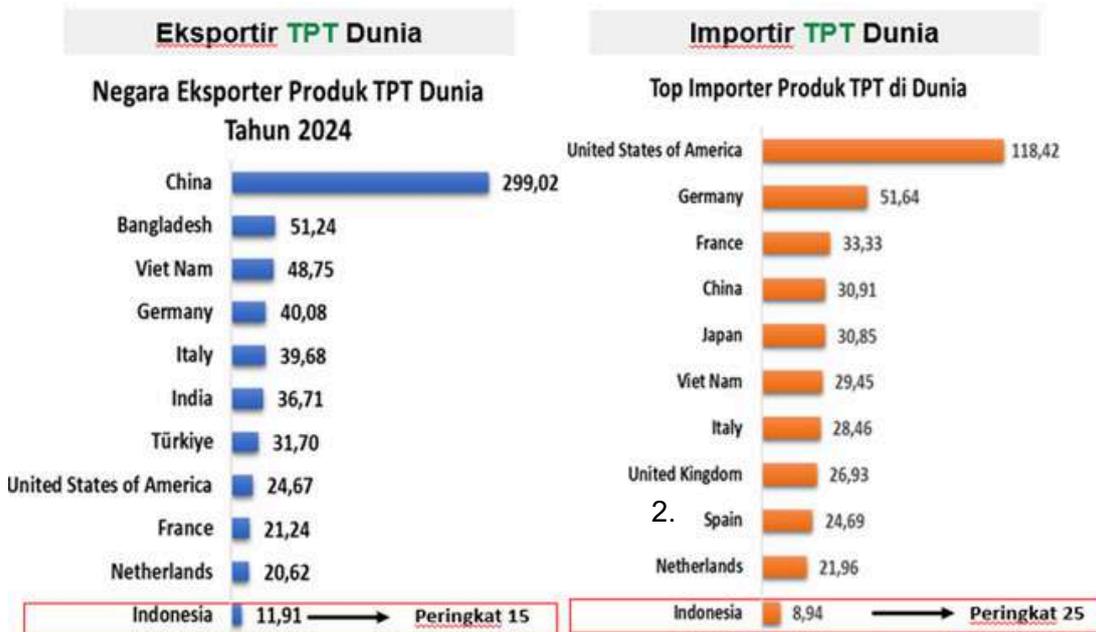
Di sisi ekspor, kinerja TPT juga menunjukkan tren positif. Selama periode 2020-2024, nilai ekspor produk tekstil Indonesia tumbuh dari USD 10,55 Miliar pada 2020 menjadi USD 11,91 Miliar pada 2024, mencatatkan *trend* pertumbuhan tahunan sebesar 1,27%. Kemudian, pada kuartal pertama 2025, ekspor mencapai USD 2,95 miliar kenaikan 2,45% dibanding periode yang sama tahun lalu. Angka ini menjadi indikasi bahwa sektor TPT mampu mempertahankan daya saingnya di tengah tekanan global. Selain itu, sektor ini juga menyumbang sekitar 0,99% terhadap Produk Domestik Bruto (OJK, 2025), mencerminkan peran vitalnya dalam struktur ekonomi Indonesia.

Namun, di balik pencapaian tersebut, industri TPT tengah menghadapi tantangan besar yang jika tidak segera ditangani, dapat mengancam keberlanjutannya. Persaingan ketat dari produk impor, ketergantungan terhadap bahan baku luar negeri, serta lambatnya adopsi teknologi menjadi tiga tantangan utama yang membelenggu industri ini dari hulu hingga hilir. Salah satu contohnya adalah PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex), produsen tekstil terbesar di Asia Tenggara, yang pada 2024 dinyatakan pailit oleh Pengadilan Niaga Semarang dan berhenti beroperasi di tahun 2025 setelah gagal membayar utang jatuh tempo akibat penurunan pesanan dan masalah efisiensi produksi.

Kompetisi Global dan Tantangan Daya Saing

Menurut data ITC Trademap, Indonesia kini menempati peringkat ke-15 pada tahun 2024 sebagai eksportir TPT dunia, berada di bawah negara-negara seperti Amerika Serikat, Perancis, dan Belanda. Namun, posisi ini belum mengalami pergeseran berarti dibandingkan lima tahun terakhir. Indonesia masih tertinggal dari China (33,52% pangsa pasar dunia), Bangladesh (5,74%), dan Vietnam (5,46%).



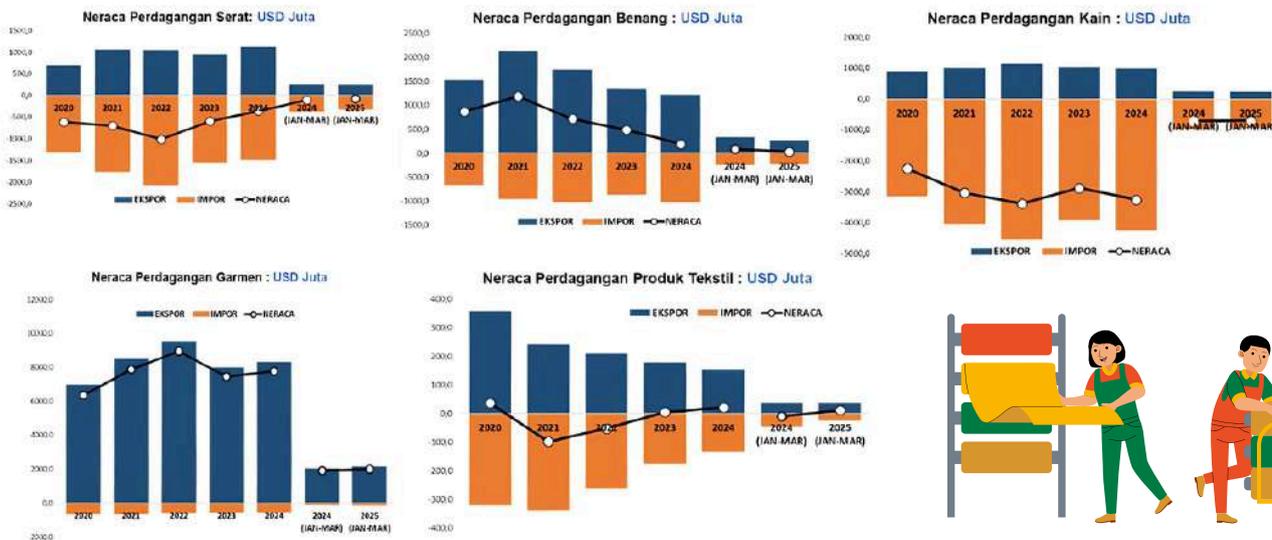


Grafik Negara Eksportir dan Importir Terbesar di Dunia Tahun 2024 (USD Miliar)

Sumber: ITC, Trademap diolah oleh Puska EIPP, Mei 2025

Sementara dari sisi impor, Indonesia berada di peringkat ke-25 sebagai pengimpor TPT global terutama untuk serat dan kain. Ini menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap bahan baku seperti kapas, benang filamen, dan kain mentah. Neraca perdagangan TPT Indonesia secara keseluruhan masih menunjukkan surplus dengan

dominasi kontribusi berasal dari produk hilir seperti pakaian jadi dan tekstil rumah tangga. Sebaliknya, sektor hulu masih sangat tergantung pada bahan impor, dengan lebih dari 50% kebutuhan bahan baku masih didatangkan dari luar negeri (Kemenperin, 2019), terutama dari China, Korea Selatan, Vietnam, dan Amerika Serikat (BPS, 2025).



Grafik Kondisi Neraca Perdagangan Tekstil dan Produk Tekstil berdasarkan Sub-Kelompok Produk (USD Juta)

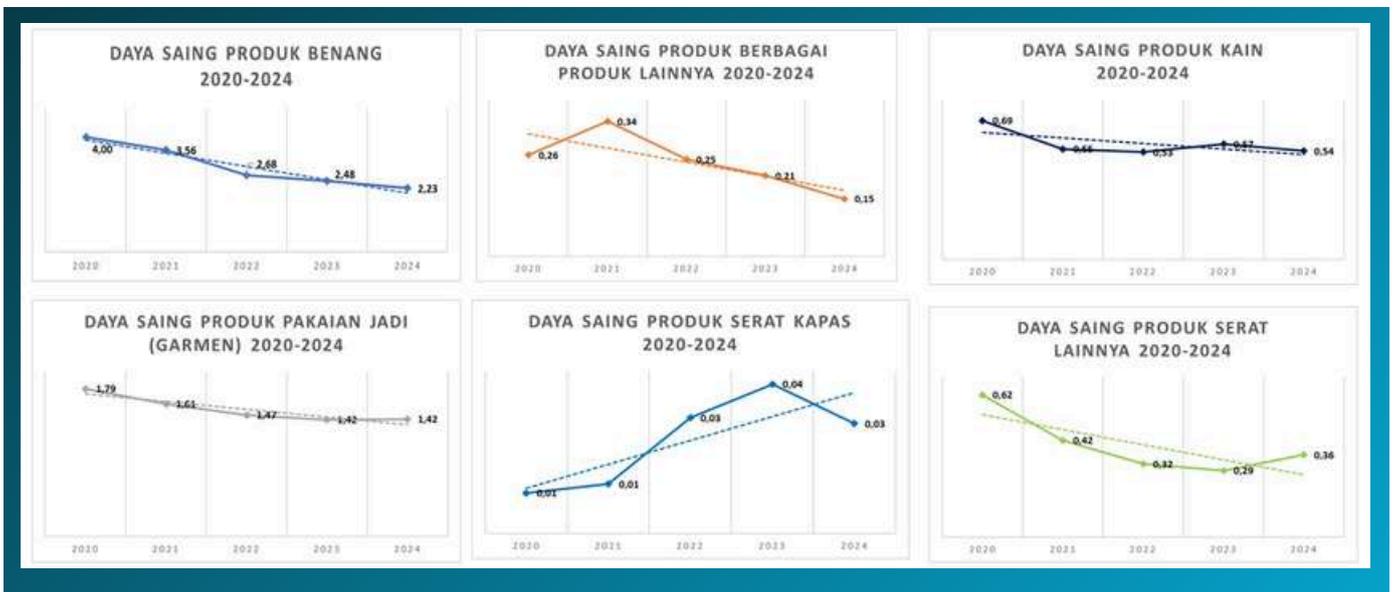
Sumber: BPS, diolah Puska EIPP, BKPerdag (2025)



Tekanan terhadap sektor ini makin terasa ketika kapasitas produksinya menurun. Data tahun 2024 menunjukkan bahwa kapasitas produksi hanya terpakai sebesar 67,12%, turun dari 84,93% pada 2019 (CEIC dalam IFG *Progress Research*, 2025). Penurunan ini terjadi seiring membanjirnya produk impor di pasar domestik dan naiknya harga bahan baku di pasar global. Ketika biaya bahan naik, industri lokal yang sangat bergantung pada impor harus menanggung ongkos produksi yang lebih mahal, menjadikannya kurang kompetitif dibandingkan produk-produk dari luar yang seringkali mendapat subsidi dari pemerintah negara asal.

Potret Daya Saing Produk Indonesia

Daya saing produk Indonesia, jika dilihat melalui indeks *Revealed Comparative Advantage* (RCA), menunjukkan fakta yang kurang menggembirakan. Hanya dua kelompok produk yakni benang dan pakaian jadi yang mencatatkan RCA di atas 1, artinya memiliki keunggulan komparatif di pasar internasional. Namun, tren RCA keduanya justru mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir. Sementara itu, Produk seperti kain, serat tekstil, dan tekstil rumah tangga masih memiliki RCA di bawah 1, menandakan lemahnya posisi produk Indonesia di pasar global.



Daya Saing (RCA) Sektor Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia

Sumber: ITC, Trademap diolah oleh Puska EIPP, Mei 2025

Beberapa faktor penyebab lemahnya daya saing tersebut antara lain: biaya logistik yang tinggi hingga mencapai 23% dari PDB, keterbatasan bahan baku lokal, dan rendahnya penggunaan teknologi modern. Banyak pelaku industri, khususnya skala kecil dan menengah (UMKM), masih mengandalkan

mesin produksi lama yang tidak efisien dalam hal energi maupun produktivitas. Kebutuhan akan modernisasi teknologi menjadi mendesak, terutama untuk meningkatkan efisiensi, konsistensi kualitas, dan mengurangi biaya produksi. (Naskah Akademik RUU tentang Pertekstilan, 2024).

0,18

Peluang Lewat Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA)

Meski menghadapi banyak tantangan, Indonesia juga memiliki peluang besar salah satunya melalui skema perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement/FTA*) seperti RCEP, IA-CEPA, dan PTA-D8. Perjanjian ini membuka

akses pasar yang lebih luas dan lebih murah bagi produk-produk TPT Indonesia. Berdasarkan data neraca perdagangan 2024, ekspor tekstil Indonesia ke negara-negara mitra FTA seperti Jepang, Turki, dan Bangladesh menunjukkan surplus masing-masing sebesar USD 699,6 juta, USD 288,5 juta, dan USD 209,3 juta.

Neraca Perdagangan Produk Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia dengan Negara Mitra Dagang FTA

| SURPLUS TERTINGGI TAHUN 2024 | |
|------------------------------|------------------|
| 1. Jepang (RCEP) | +USD 699,60 Juta |
| 2. Turki (PTA-D8) | +USD 288,51 Juta |
| 3. Kanada | +USD 286,99 Juta |
| 4. UEA | +USD 217,81 Juta |
| 5. Bangladesh (PTA-D8) | +USD 209,32 Juta |

| DEFISIT TERTINGGI TAHUN 2024 | |
|------------------------------|--------------------|
| 1. RRT (RCEP) | -USD 3.166,04 Juta |
| 2. Hongkong | -USD 207,22 Juta |
| 3. ASEAN | -USD 120,84 Juta |
| 4. EFTA | -USD 5,11 Juta |
| 5. Tunisia | -USD 0,67 Juta |

| NO | NEGARA TUJUAN | NILAI EKSPOR | % MARKET SHARE EKSPOR | NILAI IMPOR | %MARKET SHARE IMPOR | TOTAL TRADE | TRADE BALANCE |
|----|-----------------------------|------------------|-----------------------|-----------------|---------------------|------------------|------------------|
| | TOTAL | 11.797,79 | 100,00 | 7.413,81 | 100,00 | 19.211,60 | 4.387,72 |
| 1 | ASEAN | 762,96 | 6,47 | 883,80 | 11,92 | 1.646,76 | -120,84 |
| 2 | EFTA | 9,68 | 0,08 | 14,79 | 0,20 | 24,47 | -5,11 |
| 3 | AUSTRALIA (RCEP) | 267,49 | 2,27 | 246,26 | 3,32 | 513,75 | 21,24 |
| 4 | JEPANG (RCEP) | 1.009,32 | 8,56 | 309,72 | 4,18 | 1.319,04 | 699,60 |
| 5 | KOREA SELATAN (RCEP) | 517,70 | 4,39 | 494,42 | 6,67 | 1.012,13 | 23,28 |
| 6 | REP. RAKYAT TIONGGOK (RCEP) | 452,97 | 3,84 | 3.619,01 | 48,81 | 4.071,98 | -3.166,04 |
| 7 | SELANDIA BARU (RCEP) | 32,23 | 0,27 | 1,11 | 0,01 | 33,34 | 31,12 |
| 8 | BANGLADESH (PTA-D8) | 276,97 | 2,35 | 67,65 | 0,91 | 344,63 | 209,32 |
| 9 | IRAN (PTA-D8) | 4,96 | 0,04 | 0,06 | 0,00 | 5,03 | 4,90 |
| 10 | MESIR (PTA-D8) | 74,65 | 0,63 | 2,28 | 0,03 | 76,93 | 72,37 |
| 11 | NIGERIA (PTA-D8) | 12,73 | 0,11 | 0,23 | 0,00 | 12,96 | 12,50 |
| 12 | PAKISTAN (PTA-D8) | 184,18 | 1,56 | 31,02 | 0,42 | 215,20 | 153,16 |
| 13 | TURKI (PTA-D8) | 333,06 | 2,82 | 44,55 | 0,60 | 377,61 | 288,51 |
| 14 | CHILI | 16,52 | 0,14 | 0,01 | 0,00 | 16,53 | 16,51 |
| 15 | HONGKONG | 66,70 | 0,57 | 273,92 | 3,69 | 340,62 | -207,22 |
| 16 | INDIA | 226,32 | 1,92 | 139,71 | 1,88 | 366,03 | 86,61 |
| 17 | KANADA | 287,53 | 2,44 | 0,54 | 0,01 | 288,07 | 286,99 |
| 18 | MOZAMBIK | 0,47 | 0,00 | 0,57 | 0,01 | 1,04 | -0,11 |
| 19 | PALESTINA | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 20 | TUNISIA | 3,21 | 0,03 | 3,88 | 0,05 | 7,08 | -0,67 |
| 21 | UNI EMIRAT ARAB | 218,24 | 1,85 | 0,44 | 0,01 | 218,68 | 217,81 |
| | SUBTOTAL | 4.757,91 | 40,33 | 6.133,97 | 82,74 | 10.891,88 | -1.376,06 |
| | NEGARA NON FTA | 7.039,88 | 59,67 | 1.279,84 | 17,26 | 8.319,73 | 5.763,78 |

Sumber: BPS, 2025 (diolah oleh Puska EIPP)

Namun, FTA bukan tanpa risiko. Sebagai contoh, China yang juga mitra RCEP menjadi negara asal banjirnya produk impor murah yang masuk ke Indonesia, hingga menyebabkan defisit perdagangan tekstil mencapai USD 3,16 miliar pada 2023. Hal ini menunjukkan bahwa FTA bersifat dua sisi: di satu sisi membuka peluang ekspor, namun di sisi lain membuka celah bagi serbuan produk impor yang berpotensi melemahkan industri dalam negeri.

Dari sisi pemanfaatan, skema FTA masih belum digunakan secara optimal. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, pada tahun 2024

terdapat lebih dari 200 ribu penggunaan Surat Keterangan Asal (SKA) produk TPT di Indonesia. Formulir terbanyak digunakan adalah Form GSP-EU (21%), diikuti Form B (17%), Form D (9%), serta Form IJEPA dan AANZ masing-masing 8%. Meskipun angka ini terlihat signifikan, dalam lima tahun terakhir, penggunaan SKA untuk produk tekstil mengalami tren penurunan sebesar 0,62%. Ini mencerminkan bahwa potensi FTA belum tergarap maksimal, terutama oleh pelaku usaha yang belum memahami secara menyeluruh prosedur dan manfaatnya.

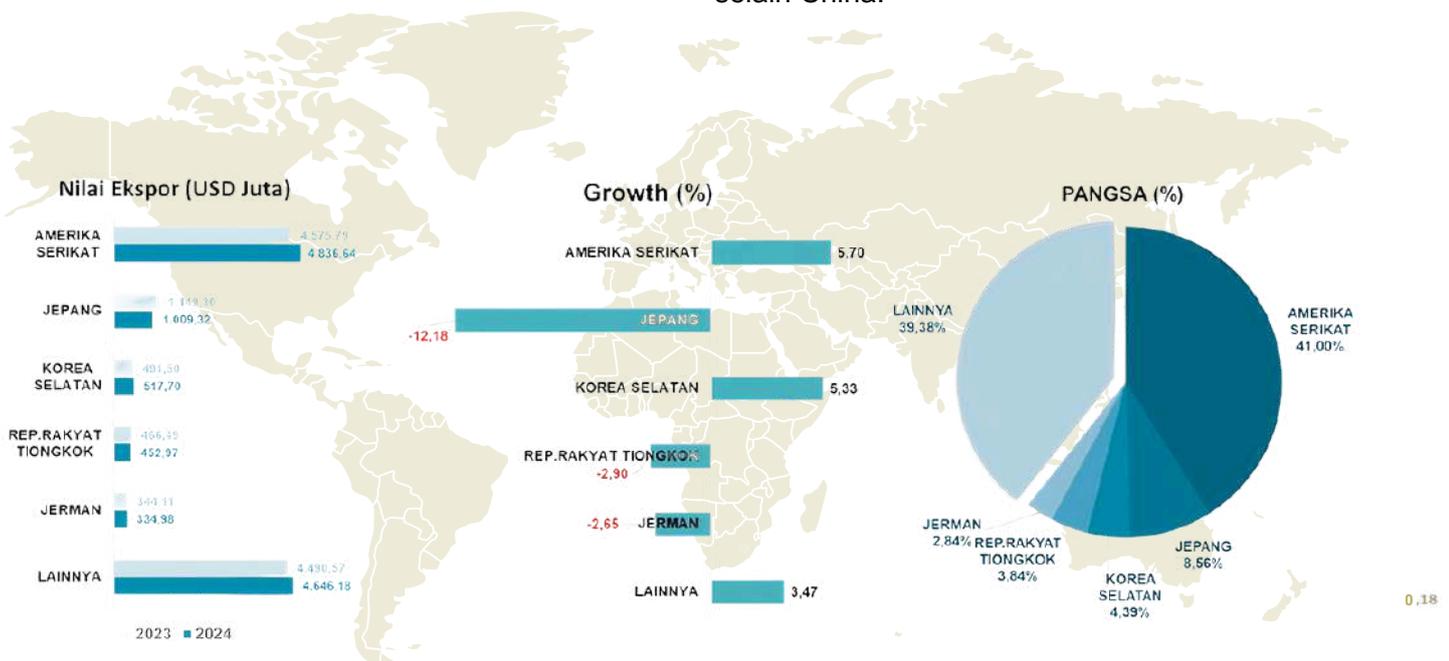
Salah satu kendala belum optimalnya pemanfaatan FTA adalah masih banyak pelaku usaha, khususnya UMKM, yang belum memahami prosedur ekspor dan regulasinya, seperti dokumen ekspor, aturan asal barang (*rules of origin*), dan proses sertifikasi. Data dari Tempo.co mencatat bahwa pada tahun 2023, sekitar 85% UMKM di Indonesia belum pernah melakukan ekspor. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi pemanfaatan FTA masih sangat luas, terutama jika semakin banyak pelaku usaha yang mendapatkan edukasi tentang manfaat tarif preferensial dalam perjanjian dagang.

Oleh karena itu, Pemerintah, khususnya Kementerian Perdagangan, terus melakukan upaya pendampingan dan edukasi melalui berbagai program. Salah satunya adalah *Export Coaching Programme*, serta pengembangan basis data UMKM Bisa Ekspor yang ditujukan

untuk mengoptimalkan peran UMKM dalam ekspor nasional melalui pemanfaatan perjanjian dagang secara maksimal.

Perubahan Pasar dan Preferensi Konsumen Global

Tren perdagangan dunia juga tengah mengalami perubahan besar. Ekspor Indonesia ke negara-negara tradisional seperti Jepang, RRT, dan Jerman mengalami penurunan pada 2024, masing-masing sebesar 12,18%, 2,90%, dan 2,65%. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari perlambatan ekonomi global, perubahan selera konsumen, hingga regulasi baru yang lebih ketat terkait keberlanjutan produk. Di tengah penurunan ini, pasar ekspor Indonesia mulai beradaptasi dan mencari ceruk baru yang potensial. Peluang baru muncul di negara-negara non-tradisional seperti Kanada, Uni Emirat Arab, dan beberapa negara di Afrika yang mulai mencari alternatif pemasok selain China.



Negara Tujuan Ekspor Utama Produk Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia

Sumber: ITC, Trademap diolah oleh Puska EIPP, Mei 2025

Sejalan dengan perubahan arah pasar, permintaan global terhadap jenis produk tekstil juga mengalami pergeseran. Dari sisi produk, tren global mulai bergerak ke arah tekstil fungsional dan ramah lingkungan. Produk seperti kain antibakteri, tahan UV, serta berbahan dasar daur ulang menjadi incaran konsumen dunia. Sayangnya, penetrasi Indonesia di segmen ini masih minim. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mendorong daya saing industri TPT nasional.

Rekomendasi Kebijakan: Langkah Strategis Menuju Industri yang Lebih Tangguh

Untuk menghadapi tantangan global dan memperkuat daya saing industri tekstil dan produk tekstil (TPT) nasional, dibutuhkan langkah-langkah terintegrasi dan berorientasi jangka panjang. Pemerintah dan pelaku industri perlu bersinergi dalam mendorong transformasi sektor ini agar lebih adaptif terhadap perubahan tren global dan mampu memanfaatkan peluang pasar ekspor yang semakin dinamis.

- 1. Penguatan Industri Hulu-Antara (*Intermediate*) dan Bahan Baku Lokal.**
 Ketergantungan terhadap bahan baku impor, seperti kapas dan serat sintetis, masih menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kemandirian industri TPT. Pemerintah perlu mendorong pengembangan industri hulu untuk bahan baku lokal dengan memperkuat riset dan pengembangan varietas kapas tropis yang tahan terhadap iklim lembap dan penyakit tropis. Langkah ini juga perlu diiringi dengan pemberian insentif kepada petani dalam bentuk kemitraan, jaminan harga, serta dukungan teknologi pertanian. Selain itu, hilirisasi sektor pertanian dan kehutanan juga perlu ditingkatkan untuk mendukung pengembangan serat alami domestik seperti serat pisang, nanas, kayu,

dan rami. Dukungan dari investor sangat dibutuhkan untuk membangun industri pengolahan serat dalam negeri sehingga dapat memasok bahan baku berkualitas tinggi secara berkelanjutan. Penguatan industri di sisi hulu juga akan mendorong proses transformasi industri antara (*intermediate*). Melalui penguatan industri hulu dan *intermediate* pada akhirnya akan mendorong daya saing yang lebih baik di sisi hilir.

- 2. Revitalisasi Teknologi Produksi**
 Banyak pelaku industri TPT masih bergantung pada mesin produksi yang usang dan tidak efisien. Untuk itu, program restrukturisasi atau peremajaan mesin/peralatan TPT yang saat ini sedang diperluas oleh Kementerian Perindustrian perlu terus dilanjutkan dan diperkuat. Skema pembiayaan yang inklusif serta insentif adopsi teknologi tinggi, seperti automasi dan digitalisasi, menjadi penting untuk meningkatkan efisiensi proses, menurunkan biaya produksi, dan mempercepat inovasi produk. Hal ini juga sejalan dengan kebijakan insentif fiskal seperti *Tax Holiday*, *Tax Allowance*, serta *Super Tax Deduction* untuk vokasi dan R&D.
- 3. Perlindungan Pasar Domestik**
 Sebagai bentuk komitmen untuk melindungi industri dalam negeri dari tekanan impor yang tidak *fair*, pemerintah telah menerapkan berbagai instrumen trade remedies, seperti Bea Masuk Tindakan Pengamanan (BMTP) dan Bea Masuk Anti-Dumping (BMAD) antara lain BMTP karpet, BMTP kain, BMTP benang, BMTP tirai, dan, dan BMAD serat polyester. Kebijakan ini merujuk pada Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2011.

Di sisi lain, pengawasan terhadap impor ilegal, dumping, dan *transshipment* juga perlu diperkuat melalui integrasi sistem data nasional, peningkatan pengawasan di pelabuhan, serta penguatan Tim Pertimbangan Kepentingan Nasional. Langkah-langkah ini memberikan ruang bagi pelaku industri domestik untuk tumbuh dan bersaing secara sehat di pasar lokal.

4. Optimalisasi Pemanfaatan FTA

Guna mendorong ekspor dan pemanfaatan skema preferensi tarif, pemerintah melalui Kementerian Perdagangan terus mengoptimalkan prosedur penerbitan Surat Keterangan Asal (SKA) yang terkoordinasi melalui IPSKA, termasuk di level pemerintah daerah. Tujuannya adalah untuk mencegah penyalahgunaan dokumen asal barang dan memudahkan pelaku usaha mengakses pasar luar negeri dengan lebih cepat dan aman. Pemanfaatan FTA selanjutnya perlu ditingkatkan melalui perluasan FTA *Center* di sentra-sentra industri serta pengembangan platform digital interaktif yang menyediakan informasi tarif, aturan asal barang, dan prosedur ekspor secara terintegrasi.

5. Diverisifikasi Pasar Ekspor

Ketergantungan terhadap pasar tradisional seperti Amerika Serikat, Jepang, dan RRT membuat ekspor TPT Indonesia rentan terhadap guncangan global. Oleh karena itu, perluasan pasar ke wilayah non-tradisional seperti Timur Tengah, Afrika, Eropa Timur, Amerika Latin, dan Asia Tengah menjadi sangat strategis. Pemerintah dapat memfasilitasi misi dagang tematik dan promosi digital yang terkoordinasi, terutama untuk produk unggulan seperti busana muslim, kain tradisional, tekstil fungsional, dan ramah lingkungan. Pengembangan produk bernilai

tambah tinggi yang mengintegrasikan desain inovatif, keberlanjutan, dan fungsionalitas harus menjadi fokus utama dalam strategi diversifikasi.

6. Transformasi Industri Menuju Keberlanjutan

Tren global yang bergerak ke arah produk tekstil fungsional dan ramah lingkungan mendorong industri TPT Indonesia untuk bertransformasi. Sayangnya, penetrasi Indonesia di segmen ini masih minim. Oleh karena itu, dibutuhkan dorongan kebijakan yang lebih kuat, termasuk insentif riset, adopsi standar internasional, dan dukungan pengembangan kapasitas SDM. Dukungan pemerintah dalam bentuk insentif fiskal untuk inovasi dan keberlanjutan, seperti *super deduction* untuk R&D, serta program transformasi digital industri, menjadi fondasi penting untuk mendorong industrialisasi hijau. Produk berbasis serat alami, daur ulang, antibakteri, dan tahan UV berpotensi besar menembus pasar global jika didukung dengan sertifikasi dan promosi yang tepat.

Secara keseluruhan, langkah-langkah strategis di atas mencerminkan keseriusan pemerintah dan pelaku industri dalam membangun ekosistem TPT yang tangguh, inklusif, dan kompetitif secara global. Dengan memperkuat hulu industri, memperbarui teknologi, melindungi pasar domestik, memanfaatkan FTA, serta mendiversifikasi produk dan pasar ekspor, industri TPT Indonesia dapat menjawab tantangan global dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional di masa depan.



Biodata Penulis



 **Yuliana Epianingsih**
 **Statistisi Ahli Pertama**
 yepianingsih@gmail.com



 **Rahayu Ningsih**
 **Analisis Kebijakan Ahli Madya**
 rahayuningsih75@gmail.com



 **Annisa Salima Albayron**
 **Analisis Kebijakan Ahli Pertama**


Deregulasi Kebijakan Penyaluran Pupuk Bersubsidi: Tantangan Kesiapan Implementasi dan Implikasinya Bagi Kebijakan Perdagangan

Kebijakan Pupuk Bersubsidi

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Pada 2024, kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 12,61%, menjadikannya sebagai sektor ketiga terbesar setelah Industri Pengolahan dan Perdagangan Besar Eceran. Selain itu, hingga Agustus 2024 sektor pertanian telah menyerap 28,18% dari total angkatan kerja nasional sehingga menjadi sumber penghasilan bagi sebagian besar masyarakat luas (Badan Pusat Statistik, 2025). Sehubungan dengan hal tersebut, dukungan terhadap sektor pertanian juga menjadi krusial agar selaras dengan program strategis pemerintah untuk menjaga stabilitas ekonomi nasional dan mencapai swasembada pangan.

Salah satu dukungan pemerintah yang telah dilakukan untuk mendukung sektor pertanian adalah melalui kebijakan pupuk bersubsidi. Kebijakan tersebut dipandang sebagai instrumen vital untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian dan perbaikan pendapatan usaha tani. Melalui subsidi pupuk, petani dapat mereduksi biaya produksi sehingga dapat lebih berdaya untuk mengakses input pertanian lainnya seperti benih unggul, pestisida dan teknologi pasca panen. Pentingnya kebijakan tersebut tercermin dari kenaikan anggaran pupuk bersubsidi dari 25,3 triliun rupiah di 2022 untuk 7,78 juta ton pupuk bersubsidi menjadi 42,1 triliun rupiah di 2023 untuk total alokasi 6,12 juta ton pupuk bersubsidi, yang kenaikannya berlanjut di 2024 menjadi menjadi 53,3 triliun rupiah untuk penyaluran 9,55 juta ton pupuk bersubsidi (Kompas, Pupuk Indonesia, PSP Kementerian Pertanian, 2025).

Anggaran Pupuk Bersubsidi (Triliun Rupiah)



Sumber: Kompas, Pupuk Indonesia, PSP Kementerian Pertanian (2025)

Pada tahun 2025, pemerintah menetapkan anggaran pupuk bersubsidi sebesar 44,6 triliun rupiah dengan alokasi sebesar 9,55 juta ton yang terbagi menjadi Urea 4,6 juta ton, NPK 4,2 juta ton, NPK Kakao 147.000 ton, dan Pupuk Organik 500.000 ton sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pertanian RI Nomor 644/KPTS/SR.310/M.11/2024. Dalam penyalurannya, pupuk subsidi dialokasikan untuk petani pada 3 subsektor utama, yaitu tanaman pangan (padi, jagung, kedelai, ubi kayu), hortikultura (bawang merah, bawang putih, cabai) dan perkebunan rakyat (kopi, tebu, kakao) dengan kriteria petani yang memiliki luas lahan maksimum 2 hektar.

Pemerintah terus berupaya melakukan perbaikan secara berkelanjutan untuk mengoptimalkan pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi. Upaya yang dilakukan untuk memastikan pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi sesuai dengan kriteria tepat jenis, tepat jumlah, tepat harga, tepat waktu, tepat mutu dan tepat penerima (6T). Sebagai tindak lanjut, pemerintah

telah menerbitkan Peraturan Presiden No 6 Tahun 2025 tentang Tata Kelola Pupuk Bersubsidi (Perpres 6/2025) yang esensinya adalah menyederhanakan peraturan yang saat ini tersebar di beberapa instansi, yaitu diantaranya Peraturan Menteri Perdagangan terkait Pengadaan dan Penyaluran, Peraturan Menteri Pertanian terkait penetapan alokasi dan Harga Eceran Tertinggi (HET) pupuk bersubsidi, serta Surat Keputusan Gubernur dan Bupati/Walikota terkait alokasi pupuk bersubsidi di daerah untuk kemudian dijadikan satu Peraturan Menteri Pertanian.

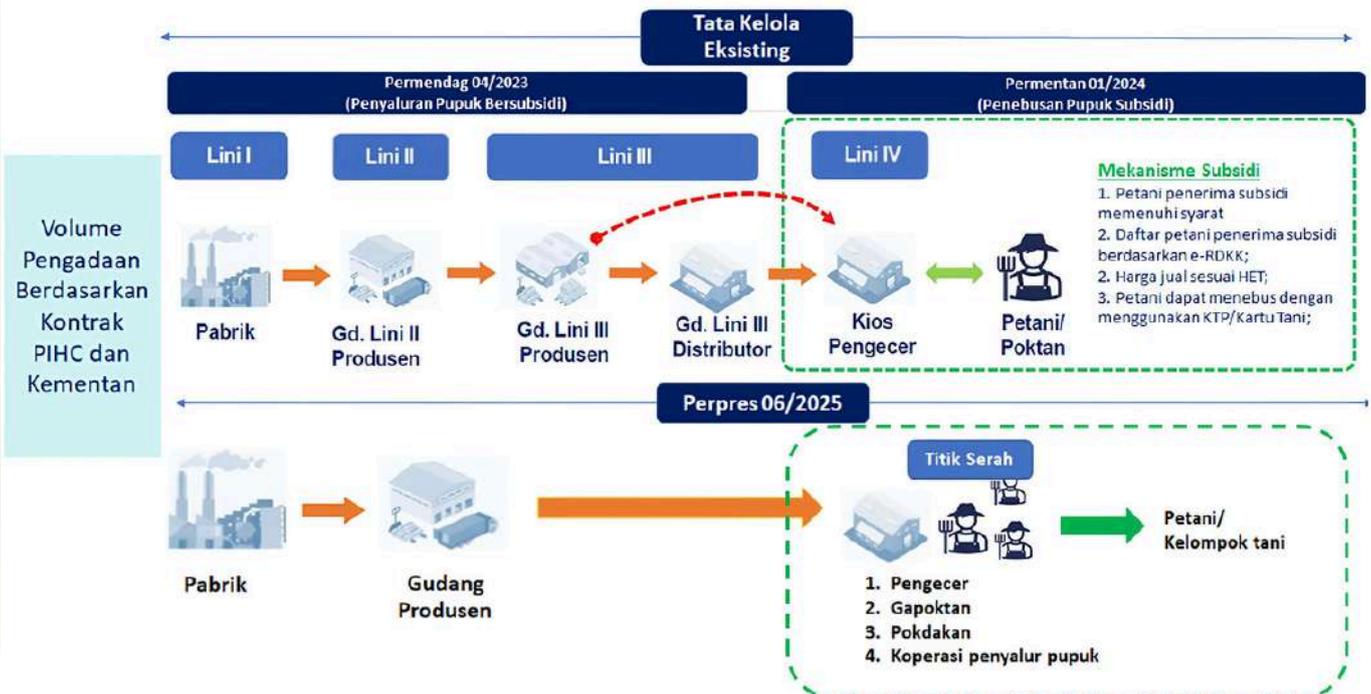
Kompleksitas regulasi pupuk bersubsidi dipandang menjadi salah satu faktor penghambat yang berpotensi menyebabkan keterlambatan penyaluran dan menambah beban administrasi bagi stakeholder terkait sehingga dibutuhkan penyederhanaan regulasi. Namun di sisi lain, perubahan ini memberikan tantangan bagi stakeholder terkait baik dari pihak pemerintah, BUMN Pupuk, pelaku usaha dan Gapoktan, terutama dari aspek kesiapan implementasi dan penyelarasan kewenangan.

Perubahan Kebijakan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Pasca Perpres No 6 Tahun 2025

Bersubsidi Pasca Perpres No 6 Tahun 2025 Dalam implementasinya, beberapa aspek tata kelola pupuk bersubsidi seperti penetapan alokasi pupuk bersubsidi, pengadaan, penyaluran, pelaporan dan sistem informasi, serta pengawasan dan evaluasi pupuk bersubsidi ditugaskan kepada PT Pupuk Indonesia Holding Company (PIHC) selaku Badan Usaha Milik Negara (BUMN Pupuk) melalui penugasan Menteri Koordinator di Bidang Pangan dan Menteri Pertanian. BUMN Pupuk diberikan

tanggung jawab terhadap penyaluran pupuk bersubsidi hingga ke Titik Serah yang terdiri dari GabunganKelompok Tani (Gapoktan), Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan), Pengecur, dan/atau koperasi yang bergerak atau bidang usahanya di bidang penyaluran pupuk. Implikasinya, Perpres 6/2025 berupaya untuk menjamin kelancaran distribusi pupuk bersubsidi dengan meniadakan layer distributor yang sebelumnya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi untuk Sektor Pertanian (Permendag 4/2023).

Perubahan Mekanisme Penyaluran Pupuk Bersubsidi



Sumber: Pupuk Indonesia (2025)

Dari perspektif perdagangan, perubahan pengaturan tersebut akan berdampak pada Permendag 4/2023 yang esensinya meliputi mekanisme penyaluran, mekanisme ketersediaan stok, pelaporan penyaluran dan pengawasan dari pupuk bersubsidi sebagaimana pada tabel di bawah. Dalam Perpres 6/2025, aspek pengadaan, penyaluran dan pengawasan pupuk bersubsidi menjadi

tanggung jawab Kementerian Pertanian dan Kementerian Kelautan dan Perikanan bersama Kementerian Koordinasi Bidang Pangan dan/atau dapat melibatkan Kementerian Perdagangan serta instansi terkait lainnya. Peralihan kewenangan ini memerlukan sinkronisasi regulasi, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dari *stakeholder* yang terlibat, hingga mekanisme komunikasi dan sosialisasi yang komprehensif.

Pokok Kebijakan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Pada Permendag No 4/2023

| No | Aspek | Pokok Kebijakan Permendag No 4/2023 |
|----|-----------------------------|---|
| 1 | Mekanisme Penyaluran | <ul style="list-style-type: none"> Mekanisme penunjukan distributor dan pengecer oleh Holding BUMN Persyaratan distributor dan pengecer yang akan menyalurkan pupuk bersubsidi |
| 2 | Mekanisme Ketersediaan Stok | <ul style="list-style-type: none"> Holding BUMN Pupuk di gudang (lini III) Produsen paling sedikit kebutuhan 2 (dua) minggu dan puncak musim tanam stok paling sedikit 3 (tiga) minggu. Distributor menjamin stok paling sedikit 1 (satu) minggu di Lini III sampai dengan Lini IV diwilayah tanggung jawabnya. Pengecer memiliki persediaan stok paling sedikit 1 (satu) minggu sesuai dengan alokasi yang tersedia dan ditetapkan oleh Holding BUMN Pupuk |
| 3 | Pelaporan | <ul style="list-style-type: none"> Kewajiban pelaporan oleh Holding BUMN Pupuk untuk pengadaan, penyaluran, dan ketersediaan stok pupuk bersubsidi untuk sektor pertanian secara berkala setiap bulan termasuk permasalahan dan upaya mengatasinya kepada Kemendag Kewajiban pelaporan oleh distributor untuk alokasi dan daftar Pengecer di wilayah tanggung jawabnya, serta penyaluran dan persediaan Pupuk Bersubsidi (setiap akhir bulan berikutnya) kepada KP3 tingkat Kab/Kota, Kepala Dinas Perdagangan dan Kepala Dinas Pertanian Prov, dan Kab/Kota Kewajiban pelaporan oleh pengecer untuk realisasi Penyaluran dan persediaan Pupuk Bersubsidi kepada kepala dinas perdagangan dan kepala dinas pertanian kab/kota, Holding BUMN Pupuk, dan Distributor |
| 4 | Pelaporan | <ul style="list-style-type: none"> Pengawasan yang meliputi: Pelaksanaan pengadaan dan penyaluran oleh Holding BUMN Pupuk, distributor dan pengecer; Laporan pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi oleh Holding BUMN Pupuk, distributor, dan pengecer;. Ketentuan stok di produsen, distributor, dan pengecer; Kesesuaian mutu Pupuk Bersubsidi |

Tantangan Kesiapan Implementasi

Dari perspektif kebijakan, pemberlakuan Perpres 6/2025 membuka peluang untuk penyederhanaan regulasi baik yang bersifat strategis maupun teknis. Dalam hal kemudahan implementasi, pelaku usaha akan menerima penyederhanaan birokrasi dan tata laksana regulasi menjadi satu peraturan pelaksana. BUMN Pupuk juga dapat mengelola stok dengan lebih efisien sesuai dengan kebutuhan di masing-masing wilayah karena lebih fleksibel dalam dengan musim tanam. Selanjutnya, BUMN Pupuk dan pengecer memiliki persepsi yang lebih baik dalam hal kepatuhan pelaporan karena akan terintegrasi sesuai dengan ketentuan Perpres 6/2025.

Dalam hal biaya, penyederhanaan regulasi melalui Perpres 6/2025 juga berpotensi berdampak pada penghematan dari setiap proses bisnis. Bagi pelaku usaha dan regulator, kebijakan ini dapat meniadakan *existing cost* terkait upaya kepatuhan pelaku usaha melalui mekanisme pelaporan, pengawasan berjenjang, dan pelayanan birokrasi. Selain itu, pengecer dapat meningkatkan persepsi potensi tambahan insentif dari *margin transfer* karena peniadaan distributor.

Namun demikian, implementasi Perpres No 6/2025 mengubah model distribusi pupuk bersubsidi, yaitu meniadakan layer distributor dan membuka ruang untuk penyaluran langsung oleh BUMN Pupuk ke kios pengecer, Gapoktan, Pokdakan dan koperasi yang menimbulkan sejumlah tantangan strategis dan perlu menjadi percermatan, antara lain:

1. Inefisiensi biaya distribusi pupuk bersubsidi. Pada mekanisme *existing*, distributor pupuk bersubsidi berperan penting dalam efisiensi penyaluran pupuk dari produsen ke pengecer dengan margin sekitar Rp 50/kg sehingga mendukung optimasi distribusi BUMN Pupuk. Dengan skema pendistribusian langsung dari produsen ke pengecer yang meniadakan peran distributor, maka perlu upaya antisipasi melalui kesiapan jaringan logistik dan armada transportasi oleh BUMN Pupuk dan pengecer sehingga tidak berimplikasi pada HET pupuk bersubsidi.
2. Ketepatan waktu pengiriman yang tidak selaras dengan musim tanam. Dalam hal ini, BUMN Pupuk perlu menyesuaikan pola stock management secara langsung sesuai dengan kapasitas pengecer di setiap kecamatan. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi informasi semakin diperlukan untuk mengetahui kebutuhan pupuk dan stok di pengecer, Gapoktan, dan/atau koperasi secara real time sesuai dengan musim tanam.
3. Risiko penyimpangan (*moral hazard*) oleh pengecer yang menjual pupuk subsidi di atas HET. Dalam hal ini, pengawasan yang efektif perlu dilakukan secara komprehensif. Selain itu, dengan tidak adanya distributor maka diharapkan dapat terjadi margin transfer bagi pengecer sehingga dapat menjadi insentif dalam menjual pupuk bersubsidi

Penerapan regulasi juga perlu melihat apakah *stakeholder* Gapoktan sudah memiliki kesiapan untuk “mengambil alih” peran distributor yang selama ini bermitra dengan PIHC. Berdasarkan telaah oleh Penulis dalam hal aspek kesiapan Gapoktan dengan studi kasus di Kabupaten Bandung Jawa Barat pada Februari 2025, Dinas Pertanian Kabupaten Bandung memandang masih terdapat beberapa hal yang menjadi kendala, diantaranya:

1. Banyak Gapoktan belum siap sebagai entitas berbadan hukum untuk menyalurkan pupuk bersubsidi: Penyaluran pupuk bersubsidi secara langsung ke Gapoktan memsyaratkan adanya kelembangaan dengan status hukum yang jelas, misalnya dalam bentuk koperasi atau badan hukum lainnya yang diakui oleh pemerintah. Namun saat ini masih banyak Gapoktan yang sifat kelembangaannya informal berupa forum koordinasi antar kelompok tani. Tanpa legalitas, Gapoktan akan kesulitan untuk melakukan kontrak kerja sama dengan BUMN Pupuk, serta kesulitan dalam mengakses bantuan kredit usaha, maupun insentif fiskal lainnya yang dapat mendukung kelancaran distribusi pupuk.
2. Kemampuan administrasi Gapoktan dalam pelaporan penyaluran pupuk bersubsidi masih terbatas: Tanggung jawab penyaluran pupuk bersubsidi tidak hanya sebatas mendistribusikan fisik barang, tetapi mencakup pelaporan administrasi yang akuntabel dan tepat waktu seperti pelaporan realisasi, pencatatan stok, penerimaan, dan penyaluran ke masing-masing anggota tani. Rendahnya kapasitas pelaporan dapat menghambat proses audit, pencairan alokasi selanjutnya dan menimbulkan potensi penyimpangan.
3. Gapoktan menghadapi kendala dalam hal pemodal, pengelolaan keuangan, serta keterbatasan kompetensi SDM dalam pemanfaatan teknologi informasi: Pada skema penyaluran langsung pupuk bersubsidi ke Gapoktan, diperlukan kemampuan untuk menyediakan modal awal untuk menampung dan menyalurkan pupuk, mengelola pembukuan keuangan serta kemampuan menggunakan aplikasi seperti i-Pubers.

Lebih lanjut, jumlah Gapoktan yang terdaftar sebagai penyalur pupuk bersubsidi masih relatif kecil. Berdasarkan data Simluhtan (2024), Gapoktan yang terdaftar sebagai penyalur pupuk bersubsidi sejumlah 287 untuk total nasional. Untuk provinsi Jawa Barat yang mendapatkan alokasi pupuk bersubsidi terbesar ketiga nasional, baru memiliki 5 (lima) Gapoktan sebagai penyalur sehingga dibutuhkan dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan jumlah Gapoktan yang siap dan layak. Berdasarkan survei uji kesiapan Poktan/Gapoktan yang dilakukan oleh IPB University (2025), terdapat 7 (tujuh) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kelayakan Poktan/Gapoktan sebagai penyalur pupuk bersubsidi, diantaranya kepemilikan legalitas, kemampuan pengarsipan, kemampuan administrasi, pelaporan, kemampuan pengelolaan keuangan, kemampuan pemodal, kemampuan penyimpanan pupuk dan kemampuan teknologi informasi.

Sebaran Gapoktan Pada 10 Provinsi Dengan Alokasi Pupuk Bersubsidi Terbesar

| Provinsi | Alokasi Pupuk (ton) | Jumlah Gapoktan |
|---------------------|---------------------|-----------------|
| Jawa Timur | 1.882.275 | 25 |
| Jawa Tengah | 1.381.641 | 74 |
| Jawa Barat | 1.102.878 | 5 |
| Sulawesi Selatan | 922.372 | 17 |
| Lampung | 812.885 | 56 |
| Sumatera Utara | 517.742 | 12 |
| Nusa Tenggara Barat | 496.704 | 28 |
| Sumatera Selatan | 294.079 | 9 |
| Aceh | 284.281 | 1 |
| Sumatera Barat | 239.587 | 17 |

Sumber: Kementan (2024)

Dari perspektif Gapoktan, keberadaan kios/pengecer masih dipandang penting dalam rantai pasok penyaluran pupuk bersubsidi. Berdasarkan hasil Importance Performance Analysis (IPA) yang mengukur persepsi responden Gapoktan/Poktan (dengan bobot

responden sekitar 350 anggota petani) di Kabupaten Bandung terhadap kios/pengecer, didapatkan skor Performance kios/pengecer sebesar 3,57 dan skor Importance kios/pengecer sebesar 4,00.

Hasil Scoring Importance Performance Analysis (IPA)

| No | Atribut | Performance | Importance |
|----|---|-------------|-------------|
| 1 | Pengecer Mendukung Tepat Waktu | 3,34 | 4,00 |
| 2 | Pengecer Mendukung Tepat Jumlah | 4,00 | 4,00 |
| 3 | Pengecer Mendukung Tepat Harga | 3,00 | 4,00 |
| 4 | Pengecer Mendukung Tepat Mutu | 4,00 | 4,00 |
| 5 | Pengecer Mendukung Memberikan Pelayanan | 3,09 | 4,00 |
| 6 | Pengecer Membantu Pengawasan & Pengendalian | 4,00 | 4,00 |
| | XR (Performance) | 3,57 | |
| | YR (Importance) | | 4,00 |

Sumber: Data Primer, diolah (2025)

Skor Performance menunjukkan tingkat kepuasan petani terhadap layanan atau kinerja kios/pengecer, skor 3,57 masuk ke kategori baik namun belum optimal. Artinya, Gapoktan/Poktan menilai bahwa kios/pengecer telah menjalankan fungsinya dalam menyalurkan pupuk subsidi secara umum cukup memadai, tetapi masih ada ruang untuk peningkatan layanan, seperti layanan untuk memastikan agar penyaluran pupuk bersubsidi tepat waktu dan tepat harga. Adapun untuk Skor Importance, nilai ini menunjukkan tingkat kepentingan atau harapan Poktan terhadap peran kios/pengecer. Skor 4,00 mengindikasikan bahwa petani sangat menaruh harapan pada peran kios/pengecer dalam memastikan kelancaran distribusi pupuk bersubsidi. Secara umum, penilaian Gapoktan/Poktan relatif positif terhadap kinerja Kios/Pengecer dalam menyalurkan pupuk bersubsidi

Tersedianya ruang untuk penyaluran pupuk bersubsidi secara langsung ke Gapoktan sebagaimana amanat Perpres 6/2025 dapat mendorong peningkatan pelayanan kepada petani karena Gapoktan memiliki pengetahuan langsung atas kebutuhan anggota kelompok taninya sehingga penyaluran dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran dan membuka peluang alokasi yang adaptif, terutama ketika terjadi perubahan musim tanam. Namun keberhasilan skema tersebut sangat dipengaruhi oleh kesiapan Gapoktan baik dari sisi legalitas, kapasitas SDM maupun infrastruktur. Oleh karena itu, pelaksanaan skema penyaluran langsung ke Gapoktan perlu diiringi dengan bimbingan teknis dan pelatihan manajemen untuk Gapoktan.

Implikasi Kebijakan

Pemberlakuan Perpres 6/2025 yang esensinya adalah menyederhanakan peraturan yang saat ini dipandang relatif kompleks menjadi satu Peraturan Menteri Pertanian, perlu disikapi dengan seksama. Implikasi kebijakan yang harus segera dilakukan adalah mencabut Permendag 4/2023 sebagai tindak lanjut dari perubahan model bisnis tata niaga pupuk bersubsidi. Pencabutan Permendag 4/2023 harus tetap memastikan kepastian hukum bagi pelaku usaha sehingga esensi dari Permendag 4/2023 masih dapat dilakukan selama tidak bertentangan dengan Perpres 6/2025. Pandangan ini tidak bertentangan dengan semangat Perpres 6/2025 dimana dalam Pasal 19 bahwa semua peraturan pelaksanaan dari Peraturan Presiden Nomor 77 Tahun 2005 tentang Penetapan Pupuk Bersubsidi sebagai Barang dalam Pengawasan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 15 Tahun 2011 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 77 Tahun 2005 tentang Penetapan Pupuk Bersubsidi sebagai Barang dalam Pengawasan, dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Perpres dimaksud.

Dalam tatanan teknis, Kementerian Perdagangan perlu melakukan sosialisasi dan/atau komunikasi dengan asosiasi pelaku usaha distributor pupuk bersubsidi sebagai upaya pelaksanaan ketentuan peralihan dalam 6 (enam) bulan sejak diberlakukannya Perpres 6/2025. Hal ini sekaligus dapat dimanfaatkan untuk memitigasi potensi inefisiensi distribusi pupuk bersubsidi dalam skema penyaluran langsung dari produsen ke pengecer/Gapoktan.

Selanjutnya, Kementerian Perdagangan dapat memastikan esensi dalam Permendag 4/2023 terkait pembinaan pelaku usaha distribusi (i.e pengecer pupuk bersubsidi), pengawasan distribusi, dan pemantauan stok tetap dilaksanakan dalam peraturan pelaksana dari Perpres 6/2025 yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dan/atau dalam program kerja Kemendag.

Ke depan, seluruh instansi yang terlibat dalam kebijakan pupuk bersubsidi dapat mengoptimalkan program kerja kolaboratif dengan Kementerian Koordinator Bidang Pangan, Kementerian Pertanian, dan Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam hal:

1. Analisis data dan informasi pasar melalui pengembangan Dashboard terintegrasi antara sistem e-RDKK (Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok), i-Pubers dan data neraca komoditas;
2. Pembinaan pelaku usaha distribusi dan pengecer melalui pelatihan bagi kios/pengecer, penguatan kelembagaan Gapoktan dalam memenuhi syarat legalitas dan kesiapan SDM, serta pendampingan langsung di lapangan oleh dinas terkait sesuai dengan kewenangan masing-masing;
3. Optimalisasi pengawasan penyaluran pupuk bersubsidi melalui Komisi Pengawasan Pupuk dan Bersubsidi yang melibatkan pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Lebih lanjut, implementasi kebijakan perlu didukung dengan pembenahan manajemen dan kesiapan BUMN Pupuk sebagai pelaksana regulasi. Adapun aspek pengaturan dapat disesuaikan dengan Peraturan Menteri Pertanian yang akan menjadi peraturan pelaksana dari Perpres 6/2025. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian antara lain:

1. Optimalisasi infrastruktur seperti gudang penyimpanan dan armada pengangkutan untuk penyaluran pupuk bersubsidi. Dalam hal ini, Gudang Lini III akan difungsikan sebagai Distribution Center (DC) yang mendukung efisiensi proses bisnis;
2. Penerapan sistem manajemen yang efektif dengan menggunakan teknologi informasi;
3. Kerja sama dengan Pemerintah Daerah agar penyaluran pupuk berjalan lancar dan tepat sasaran; dan
4. Peningkatan pengawasan dan evaluasi secara periodik dengan menggunakan teknologi informasi



Biodata Penulis



Niche Evandani



Analisis Kebijakan Ahli Pertama



niche.evandani@kemendag.go.id



Bagus Wicaksana



Analisis Perdagangan Ahli Muda



bagus.wicaksana@kemendag.go.id





Akses Publikasi BKPerdag



Trade Post E-Magazine

Deskripsi: Majalah populer yang berisi artikel hasil analisis dan isu perdagangan
Waktu Terbit: Juni & Desember

Tautan Akses

<https://kemend.ag/tpm>



Trade Policy Journal

Deskripsi: Jurnal ilmiah tidak terakreditasi yang berisi *policy paper* kebijakan dibidang perdagangan
Waktu Terbit: Desember

Tautan Akses

<https://kemend.ag/tpj>



Newsletter Kinerja Perdagangan Ekspor dan Import

Deskripsi: Ulasan kinerja ekspor dan impor bulanan
Waktu Terbit: Setiap Bulan

Tautan Akses

<https://kemend.ag/kpei>



Infografis Kinerja Ekspor Import

Deskripsi: Infografis kinerja ekspor impor bulanan
Waktu Terbit: Setiap Bulan

Tautan Akses

<https://kemend.ag/ifgs>



Macroeconomic Update

Deskripsi: Perkembangan makroekonomi global dan nasional
Waktu Terbit: Setiap Bulan

Tautan Akses

<https://kemend.ag/meu>



Laporan Hasil Analisis

Deskripsi: Laporan hasil analisis Badan Kebijakan Perdagangan
Waktu Terbit: Sepanjang Tahun

Tautan Akses

<https://kemend.ag/lha>



Analisis Perkembangan Harga Bahan Pokok

Deskripsi: Perkembangan harga komoditas bahan pokok
Waktu Terbit: Setiap Bulan

Tautan Akses

<https://kemend.ag/aphbp>

Menyelami Perkembangan Model Bisnis Sektor Animation, Comics and Game (ACG) di Indonesia

Ekonomi Kreatif dan ACG

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang menjadi salah satu motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi global. Industri kreatif global menghasilkan rata-rata pendapatan tahunan sebesar USD 2,3 triliun, dengan kontribusi 3,1% terhadap produk domestik bruto (PDB) dunia (UNESCO, 2022a, 2023). Sektor industri kreatif juga berperan dalam penyediaan 6,0% lapangan kerja global (*Creative Economic Outlook Report*, UNCTAD, 2024). Di antara sektor industri kreatif, sektor *animation*, *comic*, dan *game* (ACG) diproyeksikan sebagai salah satu sektor yang terus berkembang pesat, yang menunjukkan perannya sebagai pendorong utama industri kreatif dan perdagangan digital.

Hal tersebut terlihat dari perkembangan pasar sektor ACG global. Pasar animasi dan *visual effects* (VFX) global diperkirakan mencapai USD 176,08 miliar di tahun 2024 dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 310,97 miliar pada 2029, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (*Compound Annual Growth Rate/CAGR*) 12,5% selama 2024-2029. Sementara itu, valuasi sektor gaming global pada 2024 diperkirakan mencapai USD 244,22 miliar dengan CAGR 10,17% pada 5 tahun mendatang. Sejalan dengan sektor animasi dan gim, pasar komik dunia juga diproyeksikan tumbuh rata-rata sebesar 5,37% per tahun pada 2024-2029 dengan estimasi valuasi pasar di 2024 sebesar USD 17,11 Miliar (*Mordor Intelligence Market Research Report*, 2024).



Prospek pasar yang sangat menjanjikan tersebut ternyata tidak sejalan dengan pandangan umum masyarakat di banyak keluarga Indonesia, yang terkadang memberikan pandangan “skeptis” terhadap sektor ACG. Sebagai ilustrasi, masih banyak orang tua yang menganggap aktivitas seperti bermain gim atau membaca komik sebagai hal yang kurang bermanfaat, bahkan tidak jarang ada yang

menyarankan anaknya untuk menghentikan kegiatan tersebut karena dianggap membuang waktu. Padahal, industri ini bukan sekadar sarana hiburan, namun industri ini dapat melahirkan berbagai model bisnis inovatif yang justru diproyeksikan akan menjadi motor pertumbuhan ekonomi masa depan. Lantas bagaimana sebenarnya model bisnis sektor ACG yang berkembang di Indonesia saat ini? Melalui tulisan ini kita akan menyelami dan membahas bagaimana gambaran umum model bisnis sektor ACG yang berkembang di Indonesia saat ini. Model bisnis di sektor ACG dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu perusahaan yang bergerak dengan model jasa dan model perusahaan berbasis *Intellectual Property* (IP). Keduanya menawarkan pendekatan yang berbeda terkait bagaimana suatu perusahaan menciptakan pendapatan (*revenue stream*), dengan berbagai keunggulan dan tantangan masing-masing.

Model Bisnis, Alur Proses Produksi dan Pihak yang Terlibat dalam Sektor ACG

Perusahaan yang bergerak dengan model jasa berfokus pada penyediaan layanan kreatif kepada pihak ketiga, seperti pembuatan animasi, ilustrasi, atau pengembangan gim berdasarkan permintaan klien. Dalam model bisnis ini, perusahaan atau studio biasanya bertindak sebagai mitra produksi, mengikuti arahan dan spesifikasi yang ditentukan oleh klien. Pendapatan utama berasal dari kontrak proyek atau pembayaran sesuai jumlah pekerjaan yang diselesaikan.

Model ini sangat bergantung pada kemampuan studio untuk memenuhi tenggat waktu dan menjaga kualitas, serta menjadikan hubungan bisnis dan jejaring (*networking*) dengan klien sebagai faktor yang sangat penting dalam keberhasilan untuk memperoleh proyek.

Di sisi lain, model berbasis *Intellectual Property* (IP) bertumpu pada penciptaan dan pengelolaan aset kreatif yang dimiliki secara eksklusif oleh pencipta/studio/perusahaan. Dalam model ini, fokus sebuah studio adalah membangun IP yang memiliki nilai jangka panjang, seperti karakter, cerita, dunia imajinasi, atau mekanisme gim. IP tersebut kemudian dapat dimonetisasi melalui berbagai *channel*, termasuk lisensi, royalti, penjualan *merchandise*, atau adaptasi ke media lain seperti film dan serial televisi. Keunggulan utama model ini adalah potensi pendapatan yang berkelanjutan dan tak terbatas, karena IP yang sukses bisa terus dikembangkan dan menghasilkan keuntungan tanpa perlu bergantung pada adanya proyek pihak ketiga seperti yang terjadi pada model bisnis penyediaan jasa.



Model berbasis IP memerlukan investasi awal yang sangat besar, baik dalam hal sumber daya, waktu, maupun distribusi/pemasaran. Risiko yang dihadapi lebih besar dibandingkan model jasa, karena keberhasilan IP sangat tergantung pada penerimaan pasar. Namun, IP yang sukses dapat menjadi aset berharga yang tidak hanya menghasilkan pendapatan tetapi juga memperkuat merek dan posisi perusahaan/studio.

Berdasarkan hasil *survey* dan hasil analisis yang dilakukan oleh Puska EIPP (2024), banyak pelaku industri ACG yang memulai dengan model jasa untuk membangun *portofolio*, mendapatkan pengalaman, dan menghasilkan pendapatan awal. Setelah memiliki basis yang kuat, para pelaku usaha sering kali beralih atau menggabungkan model berbasis IP untuk menciptakan kemandirian dan pertumbuhan yang diharapkan terus meningkat. Perpaduan ini memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan di pasar sambil membangun aset kreatif jangka panjang.

Beberapa studio animasi misalnya memulai dengan memproduksi iklan atau video pendek untuk klien, sebelum akhirnya meluncurkan serial animasi milik mereka sendiri, sama halnya dengan studio gim dan komik yang juga memulai dari penyediaan jasa *outsourcing*. Bumi Langit menjadi salah satu contoh studio di Indonesia yang aktif mengembangkan IP lokal melalui karakter-karakter superhero, seperti Gundala dan Sri Asih.

Secara keseluruhan, model jasa dan model IP bukanlah pilihan yang saling eksklusif, melainkan dapat saling melengkapi. Model jasa memberikan stabilitas finansial dalam jangka pendek, sementara model berbasis IP menciptakan peluang besar untuk inovasi dan pertumbuhan jangka panjang. Bagi pelaku industri ACG, strategi yang tepat dengan memahami kapan dan bagaimana memanfaatkan atau mengkombinasikan model jasa dan IP secara efektif, dapat mendukung pembangunan ekosistem bisnis perusahaan yang berkelanjutan dan kompetitif.

Perbedaan Revenue Stream Sektor ACG Model Jasa dan Model IP



Model Jasa

- Proyek Kontrak: Pendapatan dari pengerjaan proyek sesuai pesanan klien, seperti pembuatan animasi, ilustrasi, atau pengembangan bagian tertentu dari gim.

Model *Intellectual Property* (IP)

- Penjualan Produk Langsung: Pendapatan dari menjual gim, komik, atau film animasi secara langsung melalui *platform digital* atau fisik.

- *Outsourcing*: pendapatan dari penyediaan layanan spesifik untuk perusahaan lain, misalnya *rendering* animasi, desain karakter, ataupun *coding gim*.
- *Produksi White Label*: Pembuatan konten atau produk untuk pihak lain tanpa mencantumkan nama studio atau *creator*.
- *Konsultasi dan Pelatihan/Dosen Tamu*: Pendapatan sebagai pengajar, konsultan/pelatihan baik bagi perusahaan maupun pada institusi pendidikan.

- *Royalti*: Pendapatan dari penggunaan IP oleh pihak lain, seperti adaptasi IP untuk *merchandise*, film, atau serial televisi.
- *Lisensi*: Pemberian izin kepada pihak ketiga untuk menggunakan IP dalam produk atau layanan mereka dengan besaran biaya atau bagi hasil tertentu.
- *Merchandise*: Penjualan produk fisik seperti mainan, pakaian, poster, atau barang lain yang terkait dengan IP.
- *Pendapatan Streaming*: Penghasilan dari penayangan animasi atau distribusi komik melalui *platform streaming*.
- *Model Berlangganan*: Pendapatan dari akses berlangganan ke IP tertentu, seperti komik di platform digital atau konten tambahan dalam gim.
- *Pembelian Dalam Aplikasi (In-App Purchases)*: Pendapatan dari penjualan konten tambahan, fitur premium.
- *Adaptasi Media Lain*: Pendapatan dari pengembangan IP ke format lain, seperti adaptasi komik menjadi film atau serial animasi.
- *Sponsor dan Kolaborasi*: Kerja sama dengan merek atau perusahaan lain yang menggunakan IP dalam pemasaran produk milik perusahaan.

Sumber: Hasil Survei Puska EIPP dan sumber lainnya (2024)



Lebih lanjut, alur proses produksi pada sektor ACG, pada umumnya hampir sama yang setidaknya terdiri dari 3 tahapan yaitu proses pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam proses produksi dan distribusinya, sektor ACG banyak melibatkan berbagai pihak. Setiap sektor memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, tetapi secara umum, terdapat pihak yang berperan sebagai kreator/tim teknis, manajemen, dan pendukung lintas industri yang berfokus pada distribusi produk. Secara lebih rinci, beberapa pihak yang setidaknya terlibat dalam industri ACG disajikan pada tabel berikut.

Pihak yang Terlibat dalam Industri ACG

| Sektor Animasi | Sektor Komik | Sektor Gim |
|---|---|---|
| <p>a. Kreator dan Tim Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Animator</i>: Membuat gerakan dan ekspresi karakter/objek. • <i>Storyboard Artist</i>: Mengilustrasikan adegan dan alur cerita secara visual. • <i>Desainer Karakter</i>: Menciptakan tampilan dan kepribadian karakter. • <i>Desainer Latar</i>: Menggambarkan lingkungan set cerita • <i>Director</i>: Mengarahkan seluruh proses kreatif. • <i>Editor</i>: Menggabungkan elemen audio-visual dalam produk akhir. <p>b. Teknologi dan Teknis</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>3D Modeler</i>: Membuat model karakter/objek 3D. • <i>Rigging Artist</i>: Menyiapkan kerangka untuk animasi karakter 3D. • <i>Visual Effects (VFX) Artist</i>: Menambahkan efek visual, seperti ledakan/pencahayaan. • <i>Sound Designer</i>: Mengembangkan efek suara dan latar musik. <p>c. Pemasaran dan Distribusi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Distributor</i>: Mendistribusikan animasi ke bioskop, platform streaming, atau televisi • <i>Marketing</i>: Menyusun strategi pemasaran untuk menarik penonton. | <p>a. Kreator dan Tim Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Penulis (Writer)</i>: Menyusun cerita, dialog, dan narasi komik. • <i>Illustrator</i>: Membuat gambar dan desain panel untuk komik. • <i>Inker</i>: Menambahkan detail dan bayangan pada gambar. • <i>Colorist</i>: Mewarnai komik untuk menciptakan suasana tertentu. • <i>Letterer</i>: Menambahkan teks, balon dialog, dan efek suara ke panel. <p>b. Pemasaran dan Distribusi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Editor</i>: Memastikan kualitas cerita, tata letak, dan ilustrasi. • <i>Penerbit</i>: Bertanggung jawab mencetak dan menyebarkan komik khususnya dalam bentuk fisik. • <i>Platform Digital</i>: Menyediakan sarana distribusi online, seperti “<i>Webtoon</i>” dan platform lainnya. | <p>a. Kreator dan Tim Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Game Designer</i>: Merancang konsep <i>gameplay</i> dan aturan permainan. • <i>Programmer</i>: Membuat kode gim agar berjalan sesuai desain. • <i>Artist/Animator</i>: Mengembangkan aset visual seperti karakter, lingkungan, dan efek animasi. • <i>Sound Engineer</i>: Membuat efek suara dan musik untuk gim. • <i>Level Designer</i>: Mendesain struktur level/dunia dalam gim. <p>b. Manajemen</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Producer</i>: Mengelola jadwal, anggaran, dan koordinasi tim pengembangan gim. • <i>Quality Assurance (QA) Tester</i>: Mengidentifikasi <i>bug</i> atau masalah teknis dalam gim. • <i>Localization Specialist</i>: Menerjemahkan dan menyesuaikan gim untuk para konsumen/pemain gim global. <p>c. Penerbitan dan Pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Publisher</i>: Mendukung pengembangan gim dengan pembiayaan, pemasaran dan distribusi • <i>Penyedia Platform</i>: Menyediakan tempat untuk menjual atau mengunduh gim, seperti <i>App Store</i> dan lainnya. • <i>Community Manager</i>: Mengelola interaksi dengan pemain melalui media sosial dan forum. |

- *Brand Manager*: Mengelola pengembangan dan promosi IP animasi.

Sumber: Hasil *survei* dan berbagai sumber (2024)

Perkembangan Sektor ACG

Dengan memahami model bisnis dalam sektor ACG, kita dapat melihat bagaimana industri kreatif ini memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan perdagangan global. Sektor ACG bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga bagian dari ekonomi berbasis jasa yang berkembang pesat, menciptakan peluang investasi, inovasi, serta lapangan kerja baru. Di banyak negara, industri kreatif telah menjadi pilar ekonomi yang signifikan, menunjukkan bahwa perdagangan tidak lagi hanya bertumpu pada barang fisik, tetapi juga pada produk digital dan intelektual.

Selaras dengan tren pasar global, sektor ACG di Indonesia juga telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Sepanjang periode 2015-2020, *gross income* industri animasi Indonesia telah tumbuh 153,0% dengan rata-rata pertumbuhan per tahun sebesar 26,0% (AINAKI, 2024). Pendapatan sektor animasi di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan telah mencapai Rp. 510,0 Miliar atau kurang lebih setara dengan USD 32,0 Juta (AINAKI Report (2020)). Sementara di sisi lain, posisi industri gim nasional juga relatif strategis.

Indonesia menjadi salah satu pasar potensial dengan menduduki peringkat ke-16 di pasar gim global. Valuasi pasar gim Indonesia di tahun 2020 diproyeksi telah mencapai USD 1,74 Miliar (AGI, 2024 dan Newzoo, 2021 dalam Perpres No. 19/2024). Seperti halnya sektor animasi dan gim, pasar komik Indonesia juga sangat potensial, terdapat setidaknya lebih dari 13,0 Juta pembaca komik digital di Indonesia. Jumlah pembaca tersebut diperkirakan akan meningkat sebesar 20,0% pada 5 tahun mendatang (Regiana, Kompasiana, 2024).



Film Animasi Jumbo (sumber: Visinema Studios)

Meskipun secara umum pertumbuhan sektor ACG di Indonesia menunjukkan tren yang cukup menjanjikan, posisi Indonesia saat ini masih relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan negara lain di tingkat kawasan (regional) maupun global. Sebagai contoh untuk sektor animasi, Jepang telah menjadi pemimpin pasar dunia untuk industri animasi, dengan pasar animasi yang diperkirakan mencapai USD 14,44 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan tumbuh menjadi USD 20,38 miliar pada tahun 2033, dengan laju pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 3,9% (*Nova One Advisor Report*, 2025). Di tingkat regional, Malaysia telah berhasil mencatatkan diri sebagai pusat produksi animasi terbesar di Asia Tenggara. Pendapatan pasar animasi Malaysia pada tahun 2024 mencapai USD 190,9 juta dan diperkirakan meningkat hampir dua kali lipat menjadi USD 398,2 juta pada 2030, dengan CAGR sebesar 13,0% (*Grand View Research*, 2025).

Melihat besarnya potensi ekonomi yang masih dapat dikembangkan di sektor ACG, Indonesia sebenarnya memiliki peluang untuk mencapai skala yang sama dengan negara lain. Pemerintah perlu memberikan perhatian lebih serius pada sektor jasa baru (*emerging services*) seperti ACG, yang memiliki daya saing dan potensi ekonomi tinggi. Oleh karena itu, diperlukan perumusan dan pelaksanaan kebijakan yang mampu mendorong

terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif, sehat, dan inklusif. Hal ini dapat mencakup dukungan pada pembiayaan, penguatan pendidikan dan pelatihan vokasional berbasis industri kreatif, fasilitasi promosi dan distribusi global, serta perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual. Kebijakan juga perlu diarahkan agar pelaku industri lokal tidak hanya menjadi subkontraktor dari proyek luar negeri, tetapi mampu mengembangkan *intellectual property* (IP) yang bernilai ekonomi tinggi. Dengan langkah yang terarah dan kolaboratif antara pemerintah, industri serta *stakeholders* lain yang terkait, sektor ACG berpotensi menjadi salah satu motor penggerak baru dalam diversifikasi ekonomi nasional.

Biodata Penulis



Septika Tri Ardiyanti



Analisis Perdagangan Ahli Muda



septika.ardiyanti@kemendag.go.id



Potensi Perdagangan Jasa sebagai Senjata Diplomasi: Strategi Indonesia dalam Menghadapi Kebijakan Resiprokal AS



Pada 13 Februari 2025, Presiden Donald Trump menandatangani memorandum "*Fair and Reciprocal Plan*," yang merupakan kelanjutan dari kebijakan perdagangan yang lebih agresif guna menyeimbangkan tarif impor Amerika Serikat (AS) dengan negara mitra dagangnya (The White House, 2025). Kebijakan ini dirancang untuk mengurangi defisit neraca perdagangan AS dengan menyesuaikan tarif dan hambatan non-tarif yang diterapkan oleh negara lain terhadap produk AS. Selain itu, kebijakan ini juga memperluas langkah-langkah perlindungan perdagangan AS, termasuk potensi penerapan tarif yang lebih tinggi bagi negara-negara yang dianggap memberikan hambatan perdagangan yang tidak adil. Saat ini, *Secretary of Commerce dan US Trade Representative* (USTR) tengah melakukan investigasi terkait dampak hambatan tarif dan non-tarif terhadap perdagangan AS (JD Supra, 2025).

20 Negara Penyumbang Defisit Terbesar Neraca Perdagangan Amerika Serikat Tahun 2024

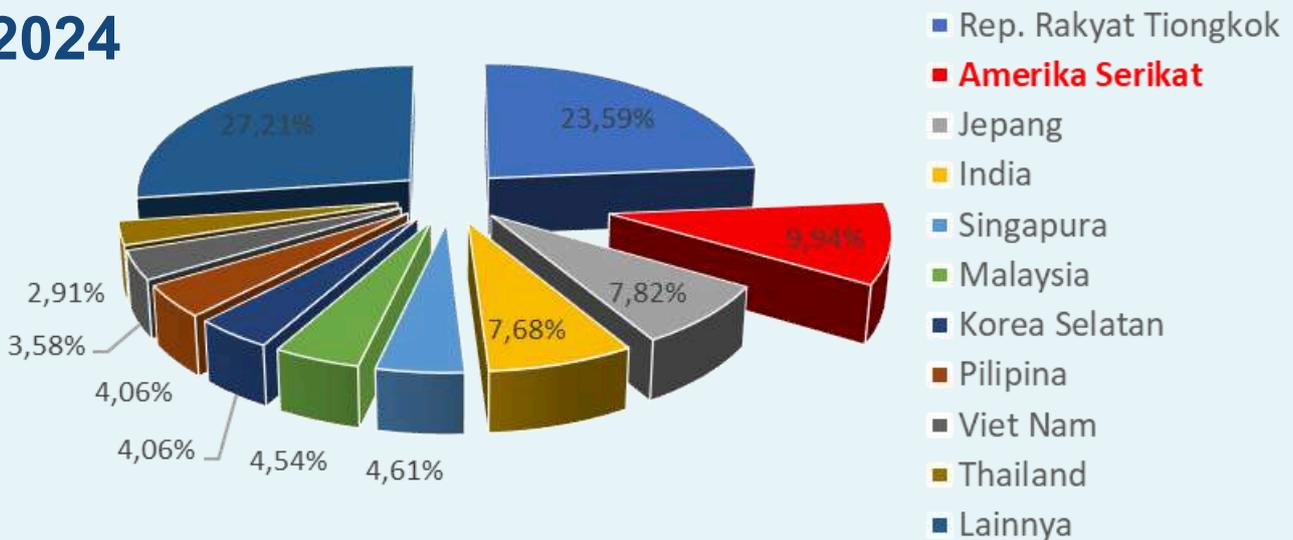
| NO | NEGARA | USD MILIAR | | |
|----|--------------------|-------------|-------------|--------------|
| | | Ekspor | Impor | Neraca |
| 1 | China | 143.5 | 462.6 | -319.1 |
| 2 | Mexico | 334.0 | 510.0 | -175.9 |
| 3 | Viet Nam | 13.1 | 142.5 | -129.4 |
| 4 | Germany | 75.6 | 163.5 | -87.9 |
| 5 | Ireland | 16.5 | 103.8 | -87.2 |
| 6 | Taipei, Chinese | 42.3 | 118.7 | -76.4 |
| 7 | Canada | 348.5 | 422.2 | -73.7 |
| 8 | Japan | 79.7 | 152.1 | -72.3 |
| 9 | Korea, Republic of | 65.5 | 135.5 | -69.9 |
| 10 | India | 41.8 | 91.2 | -49.5 |
| 11 | Thailand | 17.7 | 66.0 | -48.3 |
| 12 | Italy | 32.5 | 78.4 | -46.0 |
| 13 | Switzerland | 25.0 | 64.1 | -39.1 |
| 14 | Malaysia | 27.7 | 53.8 | -26.1 |
| 15 | Indonesia | 10.2 | 29.5 | -19.3 |
| 16 | France | 44.4 | 61.2 | -16.8 |
| 17 | Austria | 4.5 | 18.0 | -13.5 |
| 18 | Cambodia | 0.3 | 13.4 | -13.0 |
| 19 | Sweden | 8.2 | 18.5 | -10.3 |
| 20 | Hungary | 3.3 | 12.8 | -9.6 |

Indonesia menjadi salah satu negara yang diawasi, bersama negara-negara lain seperti Argentina, Australia, Brasil, Kanada, China, Uni Eropa, India, Jepang, Korea, Malaysia, Meksiko, Rusia, Arab Saudi, Afrika Selatan, Swiss, Taiwan, Thailand, Turki, Inggris, dan Vietnam, karena dianggap menerapkan hambatan tarif dan non-tarif terhadap AS. Negara-negara tersebut berperan terhadap 88% dari total perdagangan barang AS (JD Supra, 2025). Berdasarkan data dari WTO-IDB (diakses melalui WITS pada tanggal 6 Maret 2025), rata-rata tarif yang dikenakan Indonesia terhadap produk ekspor AS mencapai 8,5%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata tarif AS terhadap produk Indonesia yang hanya sebesar 4,0%. Selain itu, Indonesia tercatat sebagai negara penyumbang defisit perdagangan terbesar ke-15

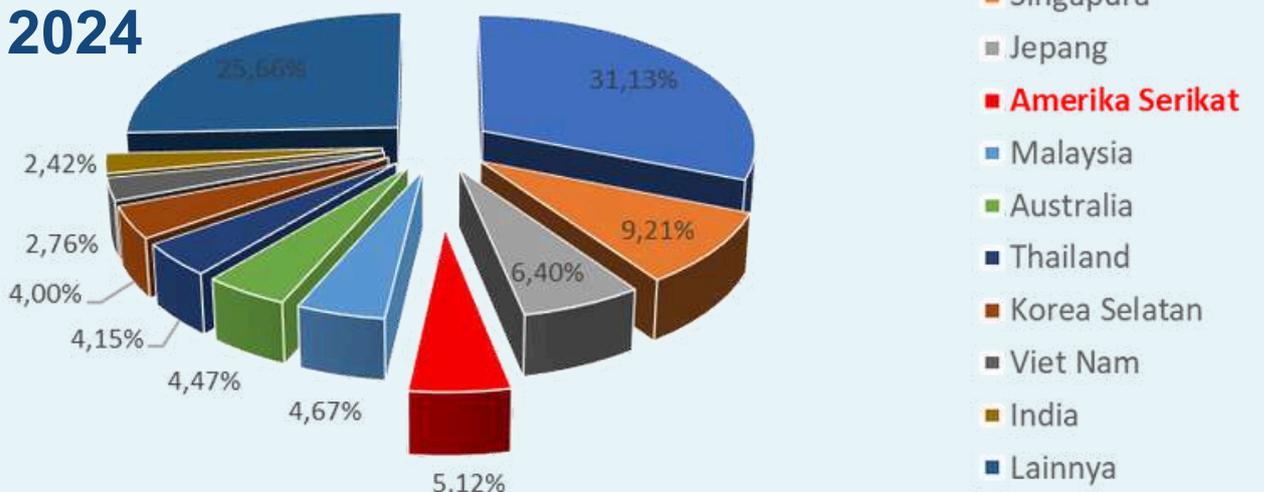
bagi AS pada tahun 2024, dengan total defisit sebesar USD 19,3 miliar (berdasarkan data US Census Bureau, diakses melalui TradeMap pada tanggal 28 Februari 2025).

Indonesia perlu mengantisipasi apabila AS mengenakan tambahan tarif, mengingat pentingnya posisi AS bagi perdagangan Indonesia. Berdasarkan data dari BPS, pada tahun 2024, AS merupakan negara tujuan ekspor utama no-2 bagi Indonesia, dengan pangsa sebesar 9,94% atau senilai USD 26,3 miliar. Untuk negara asal impor, Amerika Serikat merupakan negara pemasok utama no-4 bagi Indonesia, dengan pangsa sebesar 5,12% atau senilai USD 12,0 miliar.

Negara Tujuan Ekspor Utama Indonesia 2024



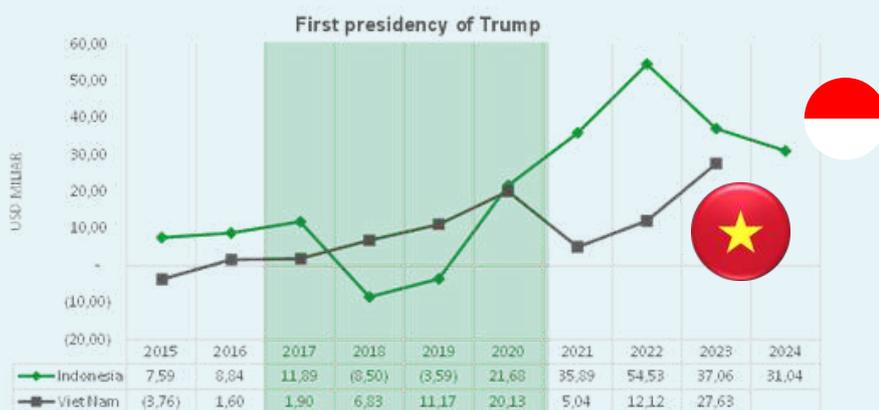
Negara Asal Impor Utama Indonesia 2024



Mengacu pada penerapan kebijakan Trump periode I (2017-2020), dampak negatif dari kebijakan luar negeri AS mulai dirasakan pada tahun kedua kepemimpinan Trump pada tahun 2018, sebagaimana ditunjukkan pada Grafik 3. Berdasarkan data dari UN COMTRADE, pada tahun 2018, Indonesia mencatatkan defisit neraca perdagangan sebesar USD 8,50 miliar. Defisit tersebut merupakan defisit pertama sejak tahun 2015, dimana pada tahun 2017, Indonesia masih

mencatat surplus neraca perdagangan sebesar USD 11,89 miliar. Sebaliknya, Vietnam, yang menjadi salah satu pesaing Indonesia, justru mampu menaikkan surplus neraca perdagangannya sebesar 258,8% di tahun yang sama (menggunakan data UN COMTRADE, diakses melalui TradeMap pada tanggal 28 Februari 2025). Pada tahun tersebut, Vietnam, sebagai salah satu pemasok utama bagi AS, mampu memanfaatkan peluang di tengah terjadinya perang dagang antara AS dengan China.

Perbandingan Neraca Perdagangan Indonesia dan Vietnam 2015 - 2024

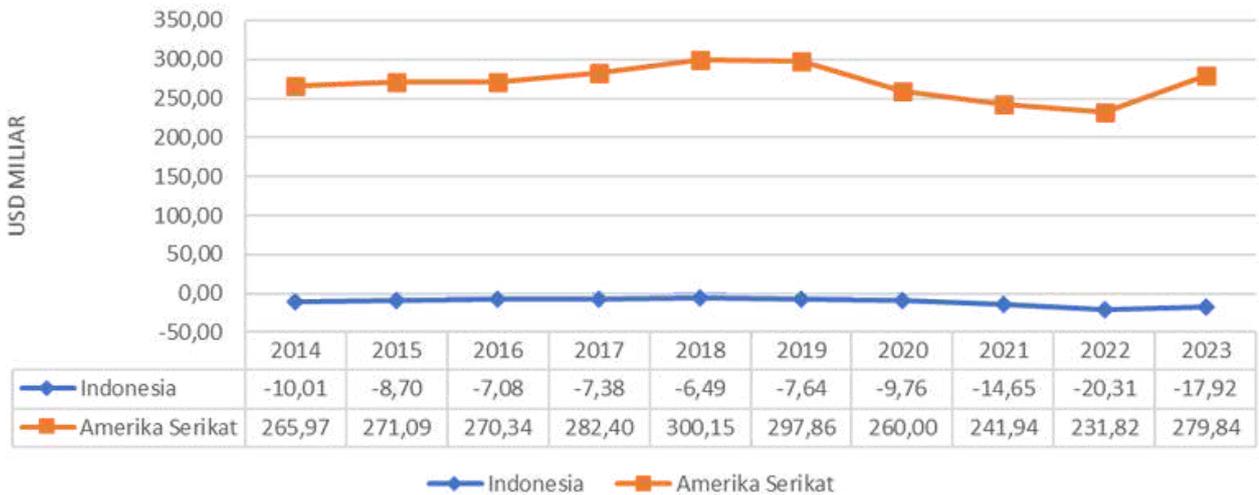


Perdagangan Jasa antara Indonesia dengan Amerika Serikat

Berbanding terbalik dengan perdagangan barang, Indonesia justru menyumbang surplus dalam perdagangan jasa dengan bagi AS. Berdasarkan laporan *Fact Sheet Indonesia-US 2024* dari Direktorat Perundingan Perdagangan Jasa dan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, pada tahun 2021, defisit perdagangan jasa Indonesia dengan AS tercatat sebesar USD 1,63 miliar. Ekspor jasa Indonesia ke AS hanya mencapai USD 0,92 miliar, dengan sektor utama meliputi

pariwisata, keuangan, transportasi, dan bisnis lainnya. Di sisi lain, impor jasa Indonesia dari AS mencapai USD 2,55 miliar, dengan sektor utama terdiri dari jasa bisnis, pariwisata, keuangan, serta teknologi informasi dan telekomunikasi. Lebih lanjut, menurut statistik IMF, UNSD, Eurostat, UNCTAD, dan WTO (diakses melalui TradeMap pada tanggal 6 Maret 2025), secara global, AS mencatat surplus perdagangan jasa sebesar USD 279,8 miliar pada tahun 2023, sementara Indonesia mengalami defisit perdagangan jasa dengan dunia sebesar USD 17,9 miliar.

Perbandingan Neraca Perdagangan Jasa Indonesia dan Amerika Serikat



Salah satu tantangan utama dalam perdagangan jasa antara Indonesia dan AS adalah regulasi yang cenderung restriktif di beberapa sektor jasa. Hal tersebut dapat diukur melalui indeks *Service Trade Restrictiveness Index (STRI)*. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*, STRI adalah indeks untuk mengukur sejauh mana kebijakan dan regulasi suatu negara membatasi perdagangan jasa lintas batas, untuk mendukung pembuat kebijakan, peneliti, dan pelaku usaha dalam memahami hambatan regulasi yang memengaruhi perdagangan jasa internasional. Indeks STRI bernilai antara 0 (pasar sepenuhnya terbuka) hingga 1 (pasar sepenuhnya tertutup) (diakses melalui OECD pada tanggal 15 Mei 2025).

Berdasarkan STRI, sektor jasa yang paling ketat di Indonesia adalah jasa hukum dengan nilai indeks 0,92, sedangkan sektor yang paling terbuka adalah jasa perekaman suara dengan indeks 0,19. Sementara itu, di AS, sektor jasa yang paling tertutup adalah transportasi udara (indeks 0,52), sementara sektor yang paling terbuka adalah industri film dan distribusi (indeks 0,12). Tingginya indeks STRI mencerminkan besarnya hambatan pasar bagi pelaku usaha asing untuk masuk dan beroperasi di sektor tersebut. Ketika hambatan ini terlalu tinggi, maka negara tersebut cenderung sulit menarik investasi atau impor jasa dari luar negeri, yang pada akhirnya memengaruhi neraca jasa secara keseluruhan.

Hambatan regulasi ini menjadi salah satu faktor yang menghambat ekspansi layanan jasa antara kedua negara. Meskipun terdapat tantangan, perdagangan jasa antara Indonesia dan AS masih memiliki potensi besar untuk ditingkatkan. Saat ini, kedua negara tengah bernegosiasi dalam *Indonesia-US Trade and Investment Framework Arrangement (TIFA)* dan *Indo-Pacific Economic Framework (IPEF)* dengan tujuan meningkatkan perdagangan jasa yang lebih seimbang. Selain itu, perkembangan industri digital yang pesat berpotensi mendorong peningkatan ekspor jasa serta investasi berbasis teknologi di kedua negara. Sebagai strategi, optimalisasi regulasi serta peningkatan kerja sama perdagangan dapat menjadi langkah untuk meningkatkan daya saing industri jasa di Indonesia. Hal ini juga berpotensi menarik lebih banyak investasi asing yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Sektor Jasa sebagai Daya Tawar Indonesia untuk Negosiasi Kebijakan Resiprokal AS

Meskipun perdagangan barang memiliki nilai yang jauh lebih besar daripada perdagangan jasa, namun kinerja perdagangan jasa dapat menjadi daya tawar bagi Indonesia dalam menghadapi kebijakan tarif resiprokal oleh AS. Pertumbuhan sektor digital serta teknologi informasi di level global, mengindikasikan potensi pertumbuhan perdagangan jasa yang signifikan di masa yang akan datang. Selain itu, sektor jasa dianggap lebih tahan terhadap fluktuasi ekonomi dibandingkan perdagangan barang, terutama untuk menghadapi tantangan global seperti gangguan rantai pasok.

Perdagangan jasa juga memiliki dampak multiplier yang lebih luas terhadap perekonomian, termasuk peningkatan investasi, penciptaan lapangan pekerjaan, dan alih teknologi, yang akhirnya dapat meningkatkan daya saing ekonomi nasional secara keseluruhan (Amiri, Kalangi, & Walewangko, 2015).

Beberapa strategi yang dapat digunakan agar perdagangan jasa dapat diusulkan kepada AS, antara lain:

1. **memperluas akses bagi Perusahaan jasa AS di Indonesia**, melalui penyederhanaan regulasi dan peningkatan kepastian hukum pada sektor-sektor yang diminati oleh AS, seperti teknologi informasi. AS adalah eksportir utama jasa di dunia dan memiliki kepentingan besar untuk memperluas pasarnya. Jika Indonesia menawarkan regulasi yang lebih fleksibel bagi perusahaan jasa AS, maka AS mungkin lebih terbuka untuk mempertimbangkan kebijakan dagang yang lebih menguntungkan bagi Indonesia, termasuk dalam sektor barang.
2. **meningkatkan kerja sama pendidikan dan pelatihan tenaga kerja di sektor jasa untuk memenuhi kebutuhan perusahaan AS yang beroperasi di Indonesia**, dimana peningkatan kapasitas tenaga kerja lokal, dapat menjadi insentif bagi Perusahaan AS karena dapat memperoleh tenaga kerja terampil dengan biaya yang kompetitif.



3. mengusulkan pembukaan akses pasar jasa di AS bagi pelaku usaha Indonesia agar kegiatan perdagangan saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Contohnya, Indonesia dapat mendorong negosiasi agar AS melonggarkan aturan masuk dan operasional bagi penyedia jasa dari Indonesia, termasuk bidang teknologi informasi, animasi, layanan digital, hingga pendidikan dan pariwisata.

Dengan menerapkan strategi ini, Indonesia tidak hanya memperkuat daya tawarnya untuk mengurangi tekanan dari kebijakan tarif AS, tetapi juga menciptakan skenario win-win di mana kedua negara mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Hal ini dapat mendorong hubungan dagang yang lebih seimbang dan berkelanjutan antara Indonesia dan AS.



Biodata Penulis



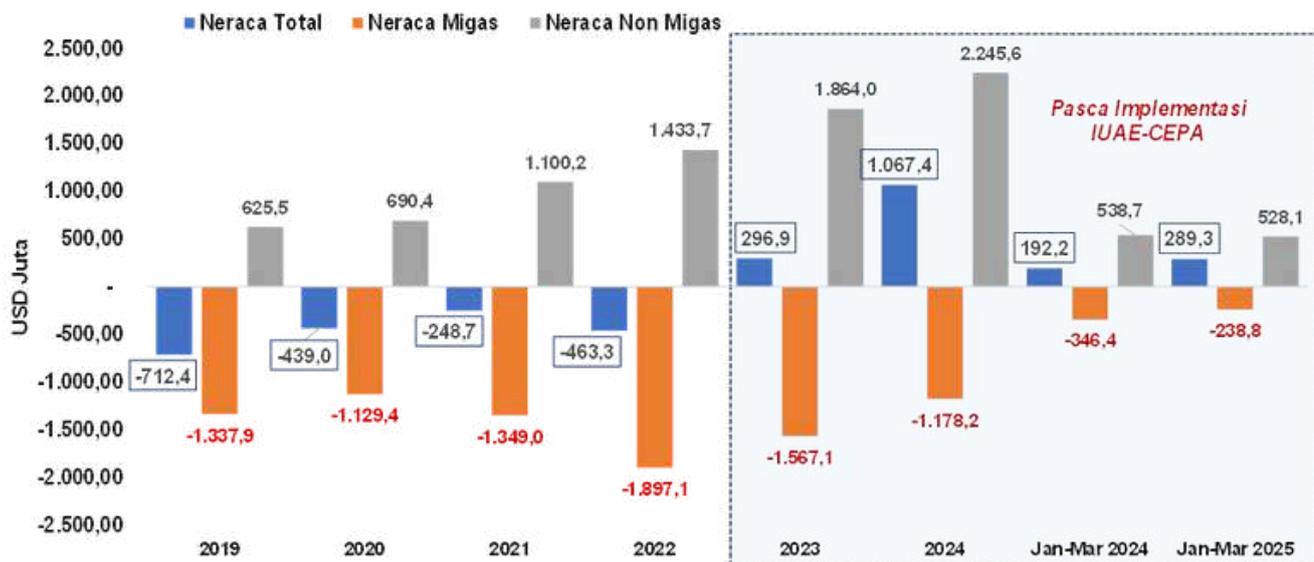
 Ahmad Sohibil Kahfi
 Statistisi Ahli Muda
 kahfi@kemendag.go.id

Lonjakan Surplus Perdagangan Indonesia–Uni Emirat Arab Pasca IUAE-CEPA

Perdagangan internasional, khususnya ekspor, memegang peranan penting dalam menggerakkan pertumbuhan perekonomian nasional. Pada tahun 2024, ekspor barang dan jasa bahkan memberikan kontribusi sebesar 22,18% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (BPS, 2025). Kementerian Perdagangan secara konsisten terus memperluas akses pasar produk Indonesia melalui berbagai perjanjian dagang dengan para mitra dagang strategis. Meski demikian, tidak sedikit masyarakat yang masih bersikap “skeptis” terhadap manfaat dari perjanjian perdagangan tersebut, yang menganggap bahwa perjanjian perdagangan justru membuka lebar arus impor dan menjadikan Indonesia sebagai pasar semata. Pandangan ini tidak sepenuhnya tepat. Faktanya, beberapa perjanjian justru terbukti efektif dalam mendorong kinerja ekspor nasional. Salah satu contohnya adalah Indonesia–UAE CEPA, yang membuka peluang besar bagi pelaku usaha Indonesia untuk dapat menembus pasar non-tradisional di kawasan Timur Tengah.

Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif antara Indonesia dan Uni Emirat Arab (UAE), *Indonesia–United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement*, atau IUAE–CEPA secara resmi ditandatangani pada 1 Juli 2022 di Abu Dhabi oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia dan Menteri Ekonomi UAE. Momentum bersejarah ini disaksikan langsung oleh Presiden Joko Widodo dan Presiden UEA Sheikh Mohammed bin Zayed Al Nahyan, yang mencerminkan pentingnya kesepakatan ini dalam memperkuat hubungan strategis kedua negara. IUAE–CEPA menjadi tonggak penting dalam pengembangan kerja sama ekonomi Indonesia–UEA karena menunjukkan tingkat keseriusan dan sinergi tinggi antara kedua Pemerintah. Proses perundingan diselesaikan dalam waktu relatif singkat, yakni hanya melalui empat putaran negosiasi selama sembilan bulan sejak dimulainya pembahasan pada September 2021 hingga Juni 2022 (Ditjen. PPI, Kemendag 2022). Relatif cepatnya penyelesaian perjanjian ini mencerminkan komitmen kuat serta adanya kesamaan visi antara kedua negara dalam mendorong integrasi ekonomi yang lebih dalam dan saling menguntungkan di tengah dinamika global yang terus berubah.

Neraca Perdagangan Indonesia-UAE Periode 2019-2025 (Jan-Mar)



Sumber: BPS, 2025 (diolah)

IUAE-CEPA mulai berlaku secara resmi pada 1 September 2023 dan segera menunjukkan dampak terhadap dinamika perdagangan bilateral antara Indonesia dan UAE. Salah satu indikator paling signifikan dari efektivitas perjanjian ini adalah pergeseran neraca perdagangan Indonesia–UEA yang semula defisit menjadi surplus hanya dalam kurun waktu yang singkat pasca implementasi. Pada tahun 2023, perdagangan Indonesia dan UAE mencatatkan surplus neraca perdagangan sebesar USD 296,9 Juta. Capaian ini berbanding terbalik dibandingkan dengan neraca perdagangan periode tahun sebelumnya, di mana Indonesia justru mengalami defisit sebesar USD 463,3 juta di tahun 2022. Surplus neraca perdagangan di tahun 2023 tersebut salah satunya didorong oleh surplus perdagangan non migas Indonesia dan UAE yang mengalami peningkatan signifikan dari USD 1.433,8 Juta pada tahun 2022 menjadi USD 1.864,0 Juta pada tahun 2023.

Perubahan positif dalam neraca perdagangan Indonesia–UEA sejak berlakunya IUAE-CEPA mencerminkan efektivitas nyata dari perjanjian ini, khususnya dalam mengakselerasi arus perdagangan barang. IUAE-CEPA sendiri merupakan perjanjian yang bersifat

komprehensif, mencakup berbagai aspek strategis dalam hubungan ekonomi bilateral kedua negara, seperti perdagangan barang dan jasa, investasi, hak kekayaan intelektual, ketentuan asal barang (*rules of origin*), prosedur kepabeanan dan fasilitasi perdagangan, kerja sama ekonomi, pengadaan barang dan jasa pemerintah, penguatan usaha kecil dan menengah (UKM), perdagangan digital, serta ketentuan hukum dan kelembagaan (Ditjen. PPI, Kemendag, 2022).

Selain beberapa aspek tersebut di atas, salah satu keunikan dari perjanjian *Indonesia–United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement (IUAE–CEPA)* yang membedakannya dari perjanjian perdagangan yang dimiliki oleh Indonesia lainnya adalah adanya *chapter* khusus mengenai kerja sama ekonomi Islam. Ini merupakan *precedent-setting agreement* pertama bagi Indonesia yang secara eksplisit mengakui pentingnya ekonomi syariah dalam kerja sama perdagangan bilateral. *Chapter* ini mencakup pengembangan dan kerja sama di 7 (tujuh) sektor antara lain:

i) bahan baku; ii) makanan dan minuman; iii) farmasi dan kosmetik; iv) modest fashion; v) pariwisata; vi) media dan rekreasi; dan vii) keuangan syariah. Kehadiran *chapter* ini tidak hanya mencerminkan nilai bersama kedua negara sebagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim, tetapi juga membuka peluang strategis bagi Indonesia untuk memperkuat posisinya sebagai pusat industri halal dunia.

Di sektor perdagangan barang, yang merupakan salah satu fokus utama perjanjian, UEA memberikan komitmen yang sangat signifikan berupa penghapusan, penurunan, dan pengurangan tarif bea masuk terhadap sekitar 94,0% dari total pos tarifnya sejak perjanjian berlaku (*entry into force*), sementara Indonesia memiliki komitmen untuk menurunkan 90,7% dari total pos tarifnya (Ditjen. PPI, Kemendag, 2022). Implementasi kebijakan tarif preferensial ini telah membuka akses pasar yang lebih luas dan kompetitif bagi berbagai produk ekspor unggulan Indonesia. Dengan semakin terhubungnya sistem perdagangan antar kedua negara dan adanya insentif tarif yang kompetitif, pelaku usaha Indonesia tentu memiliki keunggulan struktural untuk menembus pasar ekspor UAE.

Kinerja ekspor Indonesia pada tahun 2023, pada saat IAEU-CEPA telah diimplementasikan mengalami peningkatan signifikan sebesar 15,31% YoY dari USD 2.297,10 Juta di tahun 2022 menjadi USD 2.648,68 Juta pada 2023. Berdasarkan data ekspor Indonesia ke UAE menurut kategori HS 4 digit untuk periode 2022 hingga kuartal I 2025, terlihat bahwa produk-produk unggulan Indonesia menunjukkan kinerja ekspor yang sangat positif. Komoditas utama yang menjadi penyumbang terbesar ekspor Indonesia adalah Perhiasan (HS 7113), dengan nilai ekspor mencapai USD 663,21 Juta pada 2024, meningkat signifikan dari USD 363,67 Juta pada 2022. Produk ini menunjukkan tren pertumbuhan sebesar 35,04% dalam periode 2022–2024 dan menyumbang 21,67% dari total ekspor Indonesia ke UAE pada 2024.

Selain perhiasan, Produk Kelapa Sawit (HS 1511) dan Otomotif (HS 8703) juga konsisten menjadi penyumbang utama ekspor Indonesia ke UAE dengan nilai ekspor di tahun 2024 masing-masing mencapai USD 365,04 Juta dan USD 333,37 Juta, naik signifikan dibandingkan nilai ekspornya di tahun 2022 yang hanya mencapai USD 253,17 Juta dan USD 250,20 Juta. Kedua produk tersebut, Kelapa sawit dan otomotif berkontribusi terhadap 11,93% dan 10,89% ekspor Indonesia ke UAE di tahun 2024. Lonjakan peningkatan ini mencerminkan adanya kenaikan permintaan atas produk tersebut dan menunjukkan bahwa produk Indonesia mampu bersaing di pasar UEA.

Tren kuartal I 2025 juga menunjukkan indikasi kelanjutan pertumbuhan, nilai ekspor Indonesia mengalami kenaikan 13,56% YoY dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, dengan nilai yang mencapai USD 799,21 Juta. Produk perhiasan, kelapa sawit dan otomotif masih menjadi kontributor utama ekspor. Tren peningkatan yang positif ini menjadi sinyal positif bahwa dampak IUAU-CEPA diharapkan dapat terus berlanjut seiring waktu.

Berbanding terbalik dengan tren peningkatan ekspor, impor Indonesia dari UAE justru menunjukkan penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Berbeda dengan nilai ekspor Indonesia ke UEA yang tumbuh signifikan pasca-implementasi IUAU-CEPA, tren impor Indonesia dari UEA justru menunjukkan adanya perlambatan. Total impor Indonesia dari UAE mengalami penurunan dari USD 2.760,45 Juta pada tahun 2022 menjadi USD 2.351,75 Juta pada tahun 2023 dan kembali turun menjadi 1.993,63 Juta pada tahun 2024. Tren penurunan tersebut, masih berlanjut hingga periode Triwulan I 2025, nilai impor Indonesia dari UAE tercatat mencapai USD 509,92 Juta, turun tipis sebesar -0,32% YoY.



Ekspor Indonesia ke UAE Menurut HS 4 Digit

| No. | HS | URAIAN | NILAI : USD Juta | | | | Perub. % | Trend (%) | Pangsa (%) | |
|-----|------|---|------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | Jan-Mar | | | | |
| | | | | | | 2024 | | | | 2025 |
| | | Total Ekspor | 2.297,10 | 2.648,68 | 3.061,01 | 703,79 | 799,21 | 13,56 | 15,44 | 100,00 |
| 1 | 7113 | Articles of jewellery and parts thereof, | 363,67 | 586,15 | 663,21 | 115,31 | 169,10 | 46,66 | 35,04 | 21,67 |
| 2 | 1511 | Palm oil and its fractions, whether or nc | 253,17 | 219,44 | 365,04 | 110,10 | 91,55 | - 16,85 | 20,08 | 11,93 |
| 3 | 8703 | Motor cars and other motor vehicles pri | 250,20 | 340,15 | 333,37 | 76,51 | 68,98 | - 9,84 | 15,43 | 10,89 |
| 4 | 5407 | Woven fabrics of synthetic filament yar | 117,85 | 123,85 | 118,21 | 31,40 | 28,86 | - 8,10 | 0,15 | 3,86 |
| 5 | 4802 | Uncoated paper and paperboard, of a ki | 101,05 | 131,34 | 106,62 | 31,36 | 13,54 | - 56,84 | 2,72 | 3,48 |
| 6 | 2818 | Artificial corundum, whether or not che | 0,03 | 32,65 | 105,65 | 0,02 | - | - 100,00 | 5.652,41 | 3,45 |
| 7 | 8517 | Telephone sets, including smartphones | 75,67 | 48,11 | 84,36 | 16,38 | 22,41 | 36,83 | 5,59 | 2,76 |
| 8 | 7304 | Tubes, pipes and hollow profiles, seaml | 50,54 | 111,39 | 81,48 | 26,34 | 16,37 | - 37,87 | 26,97 | 2,66 |
| 9 | 8528 | Monitors and projectors, not incorporat | 107,31 | 43,19 | 79,50 | 23,09 | 14,23 | - 38,36 | 13,93 | 2,60 |
| 10 | 6404 | Footwear with outer soles of rubber, pl | 47,85 | 62,02 | 53,10 | 12,00 | 12,56 | 4,60 | 5,35 | 1,73 |
| 11 | 3401 | Soap; organic surface-active products ar | 39,69 | 54,24 | 49,30 | 14,62 | 11,25 | - 23,07 | 11,46 | 1,61 |
| 12 | 8443 | Printing machinery used for printing by | 32,75 | 30,07 | 36,91 | 7,32 | 7,07 | - 3,40 | 6,16 | 1,21 |
| 13 | 6403 | Footwear with outer soles of rubber, pl | 18,87 | 33,51 | 36,56 | 7,90 | 9,46 | 19,79 | 39,20 | 1,19 |
| 14 | 2101 | Extracts, essences and concentrates, of | 25,25 | 31,38 | 34,00 | 8,32 | 6,38 | - 23,34 | 16,03 | 1,11 |
| 15 | 0907 | Cloves (whole fruit, cloves and stems). | 6,49 | 8,94 | 30,59 | 7,29 | 7,42 | 1,86 | 117,16 | 1,00 |
| | | Subtotal | 1.490,39 | 1.856,42 | 2.177,90 | 487,96 | 479,18 | - 1,80 | 20,88 | 71,15 |
| | | Lainnya | 806,71 | 792,27 | 883,11 | 215,83 | 320,03 | 48,28 | 4,63 | 28,85 |

Sumber: BPS, 2025 (diolah)

Struktur impor Indonesia dari UAE masih sangat terkonsentrasi pada produk Migas, yang utamanya termasuk dalam kode HS 2710 dan 2711. Produk Migas dalam kedua klasifikasi HS 4 digit tersebut, memiliki pangsa sebesar 53,98% dari total impor Indonesia dari UAE pada 2024.

Dengan demikian, penurunan impor migas signifikan dari UAE akan berpengaruh pada total impor secara keseluruhan. Penurunan impor migas dari UAE salah satunya disebabkan oleh kebijakan strategis Pemerintah Indonesia yang mengalihkan sumber pasokan migas ke negara-negara alternatif, guna mengurangi risiko geopolitik, menghindari jalur pelayaran strategis

yang rawan konflik, serta memastikan keamanan dan stabilitas pasokan energi nasional. Seiring dengan turunnya impor migas dari UAE, tercatat telah terjadi peningkatan impor migas dari negara lain seperti Amerika Serikat (AS) dan Qatar. Selain sektor energi, produk hasil olahan pertambangan seperti emas, gold plated (HS 7108) dan aluminium (HS 7601) turut menjadi komoditas utama dalam struktur impor Indonesia dari UAE. Pada tahun 2024, nilai impor untuk masing-masing produk tersebut tercatat sebesar USD 168,31 juta dan USD 127,91 juta.

Dominasi komoditas migas dan pertambangan dalam struktur impor ini mengindikasikan bahwa diversifikasi sumber impor Indonesia masih belum optimal. Namun demikian, dari perspektif strategis, kondisi ini sekaligus membuka peluang bagi Indonesia untuk memperluas dan mendiversifikasi impor, khususnya pada produk-produk intermediate dan teknologi industri yang berperan penting dalam mendorong transformasi ekonomi nasional. Dalam konteks ini, perjanjian IUAE-CEPA telah memberikan manfaat nyata bagi peningkatan akses pasar produk-produk unggulan UAE seperti polimer (HS 3901), barang/peralatan elektronik (HS 8543), dan perangkat optik (HS 9014). Ketiga kelompok produk ini mencatat pertumbuhan impor yang signifikan selama periode 2022 hingga 2024.

Berdasarkan data kinerja ekspor-Impor Indonesia dengan UAE, implementasi IUAE-CEPA terbukti menjadi landasan strategis dalam mendorong peningkatan kinerja ekspor Indonesia dan UAE.

Lonjakan nilai ekspor serta pergeseran neraca perdagangan dari defisit menjadi surplus memberikan bukti konkret bahwa kerja sama ini membawa dampak nyata terhadap perekonomian nasional khususnya dari sisi perdagangan. Lebih jauh, peningkatan ekspor ke UAE yang didorong melalui kerangka perjanjian kerja sama IUAE-CEPA, juga dapat menjadikan negara tersebut sebagai potensi hub strategis untuk menembus pasar yang lebih luas di kawasan Timur Tengah, Afrika, hingga Asia Selatan. Terlebih, kehadiran chapter khusus mengenai “Ekonomi Islam” dalam IUAE-CEPA dapat memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan ekspor produk halal Indonesia, seperti makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan, serta modest fashion. Untuk memaksimalkan potensi IUAE-CEPA secara menyeluruh, Indonesia tentu perlu terus mendorong diversifikasi ekspor dan memperkuat kualitas serta daya saing produk, terutama untuk sektor-sektor baru dan bagi para pelaku UKM.

Impor Indonesia dari UAE Menurut HS 4 Digitagraf Anda

| No. | HS | URAIAN | NILAI : USD Juta | | | | | | Perub. % | Trend (%) | Pangsa (%) |
|-----|------|---|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|-----------|---------------|
| | | | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Jan-Mar | | | | |
| | | | | | | | 2024 | 2025 | | | |
| | | Total Impor | 2.142,99 | 2.760,45 | 2.351,75 | 1.993,63 | 511,57 | 509,92 | - 0,32 | - 15,02 | 100,00 |
| 1 | 2710 | Petroleum oils and oils obtained from bituminous | 559,50 | 487,80 | 567,56 | 691,17 | 251,11 | 83,29 | - 66,83 | 19,03 | 34,67 |
| 2 | 2711 | Petroleum gases and other gaseous hydrocarbons | 793,29 | 1.352,62 | 900,91 | 385,02 | 86,99 | 155,80 | 79,10 | - 46,65 | 19,31 |
| 3 | 7108 | Gold (including gold plated with platinum) unwrought | 70,89 | 159,52 | 166,09 | 168,31 | 19,51 | 56,24 | 188,25 | 2,72 | 8,44 |
| 4 | 7601 | Unwrought aluminium. | 114,86 | 153,45 | 116,17 | 127,91 | 29,36 | 49,73 | 69,35 | - 8,70 | 6,42 |
| 5 | 2503 | Sulphur of all kinds; other than sublimed, precipitated | 56,77 | 100,22 | 75,25 | 112,58 | 17,16 | 65,93 | 284,27 | 5,99 | 5,65 |
| 6 | 2709 | Petroleum oils and oils obtained from bituminous | 18,68 | 31,75 | 52,54 | 74,48 | - | - | - | 53,17 | 3,74 |
| 7 | 3901 | Polymers of ethylene, in primary forms. | 33,16 | 46,30 | 34,47 | 51,92 | 9,86 | 11,44 | 15,99 | 5,90 | 2,60 |
| 8 | 3902 | Polymers of propylene or of other olefins, in primary | 46,63 | 46,66 | 34,77 | 34,63 | 7,19 | 9,11 | 26,78 | - 13,85 | 1,74 |
| 9 | 2713 | Petroleum coke, petroleum bitumen and other | 4,52 | 26,20 | 47,48 | 30,82 | 8,91 | 3,47 | - 61,05 | 8,46 | 1,55 |
| 10 | 8543 | Electrical machines and apparatus, having individual | 0,01 | 0,04 | 0,04 | 23,46 | 2,91 | 0,02 | - 99,48 | 2.214,59 | 1,18 |
| 11 | 8517 | Telephone sets, including smartphones and other | 0,06 | 7,73 | 29,31 | 21,25 | 21,09 | 0,13 | - 99,40 | 65,84 | 1,07 |
| 12 | 9014 | Direction finding compasses; other navigational | 0,00 | 0,00 | 9,73 | 18,85 | 4,09 | 1,96 | - 51,96 | 7.452,60 | 0,95 |
| 13 | 8704 | Motor vehicles for the transport of goods. | - | - | 19,25 | 17,65 | 6,42 | - | - 100,00 | - | 0,89 |
| 14 | 9901 | Software and other digital product transmitted | - | - | 14,63 | 16,51 | - | 8,37 | - | - | 0,83 |
| 15 | 7408 | Copper wire. | 6,98 | 1,01 | 8,05 | 14,29 | 1,72 | 3,71 | 115,71 | 276,58 | 0,72 |
| | | Subtotal | 1.705,35 | 2.413,29 | 2.076,26 | 1.788,83 | 466,29 | 449,17 | - 3,67 | - 13,90 | 89,73 |
| | | Lainnya | 437,64 | 347,16 | 275,49 | 204,80 | 45,28 | 60,75 | 34,17 | - 23,19 | 10,27 |

Sumber: BPS, 2025 (diolah)

Sementara itu, di sisi impor Indonesia dari UAE, dominasi migas menunjukkan masih terbukanya ruang untuk memperluas kerja sama di sektor-sektor lain seperti terkait dengan pengembangan teknologi baik di bidang manufaktur, maupun sektor energi terbarukan. Perjanjian ini harus dimaknai tidak hanya sebagai instrumen perdagangan, tetapi juga sebagai katalis transformasi ekonomi yang mendukung visi jangka panjang Indonesia menuju struktur ekspor yang lebih kuat, inklusif, dan berkelanjutan. Dengan sinergi kebijakan, kemitraan strategis, IUAE–CEPA dapat menjadi model sukses perjanjian ekonomi komprehensif yang mampu mengangkat posisi Indonesia di pasar global dan memperluas pengaruhnya dalam ekosistem ekonomi syariah dunia.

Biodata Penulis



-  Septika Tri Ardiyanti
-  Analisis Perdagangan Ahli Muda
-  septika.ardiyanti@kemendag.go.id

BKPerdag Gelar Gambir Trade Talk ke-19



Badan Kebijakan Perdagangan bekerja sama dengan Asian Development Bank menyelenggarakan Dialog Kebijakan Gambir Trade Talk (GTT) ke-18 dengan tema “Pemberdayaan Perempuan untuk Mendukung Peningkatan Perdagangan”. Acara yang dibuka oleh Kepala Badan Kebijakan Perdagangan, Rusmin Amin ini digelar secara hibrida di DoubleTree by Hilton Hotel, Jakarta, Kamis (24 Apr).

Rusmin menuturkan, salah satu modal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yaitu kontribusi dan kualitas sumber daya manusia. Dalam konteks ini, perempuan memiliki peran strategis mengingat jumlahnya hampir 50 persen dari total penduduk Indonesia. Meski demikian, tingkat partisipasi perempuan dalam angkatan kerja masih pada kisaran 53 persen.

Berdasarkan data yang diolah oleh Badan Pusat Statistik (BPS), 99 persen dari jumlah pelaku usaha di Indonesia merupakan UMKM dengan estimasi potensi nilai bisnis yang dapat mencapai USD 135 miliar pada 2025. Dari total jumlah UMKM tersebut, sekitar 64,5 persen dikelola perempuan. Dominasi peran perempuan terlihat pada sektor-sektor seperti fesyen, kuliner, kecantikan, dan kerajinan.

Acara dilanjutkan dengan sesi diskusi yang menghadirkan narasumber yaitu Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, Fajarini Puntodewi; Deputi Bidang Kewirausahaan Kementerian UKM, Siti Azizah; Senior Advisor APINDO, Lishia Ezra Budiman; dan Senior Consultant Asian Development Bank, Neil Ramsden dan Keiko Nowacka; dengan moderator Senior Climate Change Specialist Asian Development Bank, Meutia Chaerani.

Dialog kebijakan Gambir Trade Talk merupakan salah satu forum dialog kebijakan yang dilaksanakan secara rutin oleh Badan Kebijakan Perdagangan (BKPerdag) untuk mendukung perumusan rekomendasi kebijakan di Kementerian Perdagangan. Turut hadir dalam kegiatan ini Sekretaris BKPerdag, Muhammad Suaib Sulaiman. Acara diikuti sekitar 250 peserta yang terdiri atas perwakilan kementerian/lembaga, asosiasi pelaku usaha perempuan, dan akademisi.

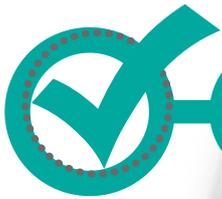
Klik untuk menyaksikan siaran ulang
GTT #19



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

STANDAR PELAYANAN PUBLIK

BADAN KEBIJAKAN PERDAGANGAN



Permohonan Riset/
Wawancara Penelitian



Permohonan Magang



Permohonan Informasi
Publik



Permohonan Audiensi

*Pindai untuk melihat
layanan BKPerdag*



Untuk informasi lebih lanjut dapat
menghubungi layanan *WhatsApp* BKPerdag:



0812-9876-5196

<https://kemend.ag/layananbkperdag>



bkperdag.kemendag.go.id



@BKPerdag

Policy For Better Trade



BKPerdag
Badan Kebijakan Perdagangan

SELAMAT DATANG DI

KAWASAN

ZONA INTEGRITAS

MENUJU

**WLAYAH
BEBAS DARI
KORUPSI
(WBK)**

**WLAYAH
BIROKRASI
BERSIH DAN
MELAYANI
(WBBM)**



bkperdag.kemendag.go.id



@BKPerdag

Policy For Better Trade



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

bkperdag.kemendag.go.id

Policy for Better Trade