

**STRATEGI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
EKSPOR BAWANG MERAH KE THAILAND
TAHUN 2016-2020**

Oleh : Yulia Bakri

(email: yulia.bakri1060@student.unri.ac.id)

Pembimbing : Saiman Pakhpahan S.I.P., M.Si.

Bibliografi : 10 Jurnal, 23 Buku, 3 Skripsi, dan 19 Website

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Kampus Bina Widya JL.H.R Soebrantas KM 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293 Telp/Fax. 0761-63277

Abstrack

This study describes Indonesia's strategy in increasing shallot exports to Thailand. Shallots are exported to several countries such as Thailand, Singapore, Malaysia, Japan and Taiwan. And Indonesia's main and largest export destination for shallots is Thailand. Various obstacles were experienced by Indonesia to export shallots to Thailand, where the shallot products exported by Indonesia were also produced by Thailand.

The author collects data from books, academic journals, mass media, and sources from the Internet related to the issue of this research which discusses Indonesia's strategy in increasing shallot exports to Thailand. The author uses the perspective of liberalism and country-level analysis. The theory used in this research is the theory of competitive advantage theory from Michael E. Porter.

This study found that Indonesia in increasing exports of shallots to Thailand by increasing the cooperation of Indonesia's trade attache in Thailand with the Thai government in improving the quality standards of shallots required by Thailand, conducting promotions through international trade fairs in Thailand to highlight the advantages of shallot products from Indonesia, and conducting negotiations between the Indonesian government and the Thai government through the Joint Commission Meeting (JCM) on the implementation of Thailand's shallot import policy.

Keywords: Strategy, Shallots, Exports, Joint Agriculture Working Group.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki berbagai macam hasil pertanian dan tanaman hortikultura yang tumbuh subur serta sangat menghasilkan. Komoditas hortikultura merupakan komoditas ekspor yang potensial bagi negara berkembang dalam perdagangan Internasional.¹ Selain Indonesia, Thailand merupakan salah satu negara berkembang sebagai penghasil hortikultura dan berhasil dalam mengembangkan agribisnis sayur-sayuran dan buah-buahnya.

Hubungan bilateral antara Indonesia dan Thailand telah berlangsung sejak lama dan lebih banyak dilakukan dalam bidang ekonomi. Payung utama kegiatan kerjasama bilateral kedua negara tersebut adalah forum Komisi Bersama yang dibentuk setelah ditandatangani persetujuan kerjasama ekonomi Indonesia-Thailand yang terjadi sejak tahun 1992.²

Thailand termasuk mitra dagang strategis bagi Indonesia di kawasan Asia Tenggara. Dalam kerjasama perdagangan antara Indonesia-Thailand, pada 16 November 2011 sudah ditandatangani perjanjian perdagangan antara kedua negara dan mulai berlaku pada 3 September 2012.

¹ Eko Purwo Santoso, dkk, Dayasaing Komoditas Hortikultura Negara Berkembang dan Negara Maju di Pasae Internasional, *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Vol.5 No.2, Desember 2016, hlm.69.

² Kementerian Luar Negeri Indonesia, *Thailand*, 2018, dalam <https://kemlu.go.id/bangkok/id/read/thailand/1813/etc-menu> [Diakses pada 8 September 2021].

Dalam meningkatkan kerjasama perdagangan kedua negara, Indonesia-Thailand melakukan kerjasama dalam pengembangan ekspor dengan terlaksananya Penandatanganan Nota Kesepahaman kerja Sama pengembangan ekspor Indonesia-Thailand pada 25 September 2013 di Bangkok, Thailand.³

Salah satu produk ekspor utama Indonesia ke Thailand adalah bawang merah. Pada tahun 1996-2014, perkembangan volume ekspor bawang merah Indonesia cenderung meningkat dan relatif berfluktuasi. Untuk bawang merah kode HS yang digunakan yaitu bawang merah konsumsi (0703102900). Volume ekspor bawang merah Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan volume impornya selama periode 1996-2014 tersebut.

Volume ekspor bawang merah Indonesia ke Thailand pada tahun 2016 adalah sebesar 65.400 kg, pada tahun 2017 volume ekspor bawang merah ke Thailand meningkat mencapai 3.166.544 kg. Pada tahun 2018, ekspor bawang Indonesia ke Thailand sedikit meningkat sebesar 3.284.460 kg, dan pada tahun 2019 volume ekspor bawang merah Indonesia ke Thailand meningkat tajam mencapai 5.432.500 kg.⁴ Di tahun 2020, ekspor bawang

³ Lisbet, Referendum Thailand dan Dampaknya terhadap Hubungan Bilateral Indonesia-Thailand, *Majalah Info Singkat Hubungan Internasional*, Vol. VIII, No.15, Agustus 2016, hlm.6.

⁴ Kementerian Pertanian Republik Indonesia, *Ekspor Bawang Merah ke Thailand Balikkan Keadaan, 2017*, dalam <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=2170> [diakses pada 8 September 2021].

merah ke Thailand kembali menungkat sedikit sebesar 6.044.910 kg.

Table 1.3 Volume (kg) Ekspor Bawang Merah Indonesia ke Thailand 2015-2020

Data	Ekspor
2015	4.682.960
2016	65.400
2017	3.166.544
2018	3.284.460
2019	5.432.500
2020	6.044.910

Sumber: BPS (diolah PDSI, SETJEN Kementerian Perdagangan) 2020

Nilai Ekspor Bawang Merah ke Thailand pada tahun 2016-2020

Data	Ekspor
2016	57.900
2017	4.700.636,6
2018	3.896.642,9
2019	7.319.579
2020	9.304.616,9

Sumber: BPS (diolah PDSI Kementerian Perdagangan), 2021

Beberapa tahun belakangan, sejak adanya penerapan pembatasan impor, Indonesia termasuk dalam salah satu negara eksportir bawang merah terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 87,43% (12.237 ton) terhadap total volume ekspor bawang merah Asia Tenggara.⁵ Indonesia juga merupakan negara importir bawang merah terbesar dari Thailand.

Dimana pada tahun 2014, Indonesia mengimpor bawang merah

⁵ Vera Junita Siagian, *Outlook Bawang Merah*, (Jakarta:Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2015), hlm.36.

dari Thailand sebesar 72 ribu ton dan pada tahun 2015 menurun menjadi 17.000 ribu ton pertahunnya.⁶Akan tetapi, setelah setahun kemudian, Indonesia bisa membalikkan keadaan, dengan mengekspor bawang merah ke Thailand bahkan ke negara-negara lain.

Pada tahun 2016, Indonesia tidak lagi melakukan impor dari Thailand dikarenakan Indonesia telah berhasil meningkatkan hasil produksinya. Dan keberhasilan Indonesia dalam meningkatkan nilai produksi dan ekspor bawang merahnya karena adanya keseriusan dalam memberikan sarana prasarana dan bantuan benih setiap tahunnya kepada petani dan diberikan tepat pada waktu yang dibutuhkan oleh petani bawang merah tersebut.

Indonesia dalam membangun kerjasama bilateral di bidang pertanian dengan Thailand, membuka Kantor Atase/Perwakilan Pertanian di Bangkok, Thailand.⁷ Salah satu tujuan adanya kantor tersebut untuk mengoptimalkan *Joint Working Group on Agriculture (JWAG)*.Tiga kelompok kerja JAWG adalah hortikultura, perternakan, dan tanaman pangan.

Tujuan dari adanya *Joint Agriculture Working Group (JAWG)* antara Indonesia dan Thailand ini

⁶ Kementerian Pertanian Republik Indonesia, *Ekspor Bawang Merah ke Thailand Balikkan Keadaan, 2017*, dalam <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=2170> [diakses pada 8 September 2021].

⁷ Siagian, Natigor, *Pekembangan dan Peluang Kerjasama Bilateral Indonesia-Thailand*.(Jakarta: Departemen Kementerian Republik Indonesia,2001), hlm.24.

adalah melaksanakan nota kesepahaman / MoU kedua negara, harus bertanggungjawab untuk menilai hasil dari program.⁸JAWG ini diketuai oleh pejabat tinggi dari setiap negara yang mana masing-masing pihak akan menunjuk sekretaris penghubung dalam melakukan koordinasi antar lembaga dan tugas-tugas rutin dari JAWG.

JAWG ini biasanya melakukan pertemuan secara bergantian di masing-masing kedua negara, yang mana pertemuan tersebut terkadang dilaksanakan di Indonesia dan terkadang dilakukan di Thailand. Pertemuan tersebut dilakukan bertujuan untuk merencanakan, melaporkan dan mengevaluasi kemajuan dari perkembangan pekerjaan JAWG.

KERANGKA TEORI

Perspektif: Liberalisme

Penelitian ini menggunakan salah satu perspektif dalam hubungan internasional yaitu perspektif liberalisme.

Dalam perspektif liberalisme, ada beberapa fitur penting yang menjadi dasar asumsinya. Pertama, liberalisme mengusung nilai kebebasan⁹ dan kesetaraan, yaitu kebebasan bagi aktor untuk mengembangkan diri, dan kesetaraan kesempatan untuk bisa membangun

diri. Hal ini memunculkan tendensi kompetisi antar-negara karena masing-masing mempunyai kebebasan dan kesempatan yang sama untuk bisa menjadi maju.

Kedua, *State is self-interested*. Sifat ini mendorong negara untuk membuat pilihan-pilihan terbaik untuk mencapai kepentingannya.¹⁰ Ketiga, kompetisi bersifat konstruktif.¹¹ Pada akhirnya, kebutuhan/kepentingan bisa dipenuhi secara “*high quality but low price*”.¹²

Dalam penelitian ini, acuan utama dalam perspektif ini adalah Adam Smith yang merupakan tokoh liberalism klasik, yang mana salah satu pemikiran dasar yang diwarisinya adalah “Saling tergantung antara masyarakat dengan masyarakat, antara negara dengan negara sebagai bagian dari *human nature*”.¹³

Tingkat Analisis: Negara Bangsa

Dalam penelitian ini, penulis mengambil tingkat analisa negara bangsa yang berasumsi bahwa analisa tingkat negara ini adalah suatu negara tidak akan melakukan tindakan sendiri-sendiri, akan tetapi secara berkelompok. Jadi, Negara bangsa menurut Morgenthau merupakan aktor utama dalam hubungan internasional dan menjadi perhatian utama dalam Hubungan Internasional tentang kekuasaan.¹⁴

⁸ Kenedy Boy L, “ Implementasi Kerjasama Indonesia dan Thailand di Bidang Pertanian Tahun 2010-2014 (Studi Kasus Peningkatan Kualitas Beras)”, Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 2017, ISSN: 2477-2623, hlm.1407

⁹ David N. Balaam dan Michael Veseth, Michael Veseth, *Introduction to International Political Economy 3rd Edition*. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2015)

¹⁰ *Ibid*, 49-50.

¹¹ *Ibid*.

¹² *Op.cit*

¹³ Vinsensio Dugis, *Teori Hubungan Internaisonal, Perspektif-Perspektif Klasik*, Surabata:Cakra Studi Global Strategis (CSGS), 2016), hlm.61

¹⁴ Binus Univesity, *Hans Morgenthau dan Political Realism*, Juli 2012, dalam <https://ir.binus.ac.id/2012/07/27/hans->

Teori: Kompetitive Advantage

Teori keunggulan kompetitif (*kompetitive Advantage*) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengukur keuntungan personal atau kelayakan aktivitas yang dihitung berdasarkan harga pasar nilai uang resmi yang berlaku.¹⁵ Dimana komoditas yang mempunyai keunggulan kompetitif bisa dikatakan juga mempunyai finansial secara tepat.

Michael E. Porter dalam bukunya *The Competitive Advantage of Nation* pada tahun 1990, mengemukakan sebuah teori yang dikenal dengan teori keunggulan kompetitif. Porter berpendapat bahwa tidak ada hubungan timbal balik secara langsung antara dua faktor produksi (sumber daya manusia yang murah dan sumber daya alam yang berlimpah) yang dimiliki suatu negara, yang mana digunakan menjadi keunggulan daya saing dalam perdagangan internasional.

Faktor lain yang menentukan keunggulan kompetitif menurut Michael E. Porter adalah “Peran Pemerintah dan *Chance*”, yang mana mempunyai peran penting dalam menciptakan *National Competitive Advantage*. Arti peran disini adalah dengan kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitas, katalis, dan tatanan bagi industri.

[morgenthau-dan-political-realism/](#) [diakses pada 1 April 2021].

¹⁵ Saptana, Keunggulan Komparatif-Kompetitif dan Strategi Kemitraan, dalam <https://media.neliti.com/media/publications/44039-ID-keunggulan-komparatif-kompetitif-dan-strategi-kemitraan.pdf> [diakses pada 14 Desember 2021 Pukul 10.42 WIB], hlm.4

Strategi yang diusulkan oleh Porter ini disebut dengan *Generic Strategies*, dimana berisi tiga strategi yang berbeda. Berikut ini adalah strateginya:¹⁶ Strategi harga minimum (*Cost Leadership*) dimana menjelaskan bagaimana Indonesia mampu mempunyai harga bawang merah yang lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya yaitu bawang merah dari Thailand.

Selanjutnya, strategi diferensiasi / keunikan dimana strategi ini bisa memelihara loyalitas Indonesia dengan Thailand dimana dengan menggunakan strategi diferensiasi tersebut, produk bawang merah Indonesia mendapatkan nilai lebih dibandingkan dengan produk bawang merah Thailand. Dan strategi segmentasi dimana sebuah pasar bawang merah menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda, selain Thailand.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Bawang Merah ke Thailand Tahun 2016-2020.

1. Menerapkan Harga Minimum dengan Menerapkan GAP (*Good Agriculture Practice*) oleh Pemerintah Indonesia.

Harga bawang merah Indonesia, jika dibandingkan dengan beberapa negara yang ada di Asia Tenggara seperti Thailand, Malaysia, Singapura, dan Filipina lebih mahal. Dimana harga bawang merah di

¹⁶ Jemima Juliani Werune, *Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Gerbong Kereta Api ke Bangladesh Tahun 2016-2019*, (Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin, 2020), hlm.26

Thailand adalah Rp.64.727 dan harga bawang merah di Malaysia adalah Rp.27.140, harga bawang merah di Singapura yaitu Rp.61.240, serta harga bawang Filipina yaitu sebesar Rp. 50.468.¹⁷

Indonesia memiliki harga bawang merah sebesar Rp.78.472 per kilogram. Dapat dibuktikan bahwa harga bawang merah Indonesia lebih mahal dari negara tetangga. Hal ini disebabkan karena kurangnya infrastruktur gudang lemari pendingin untuk penyimpanan bawang merah Indonesia yang mengakibatkan terjadinya kerusakan secara cepat pada bawang merah jika disimpan di gudang konvensional.

Harga bawang merah Indonesia lebih mahal dibandingkan dengan harga bawang merah di pasar domestik, dimana pada tahun 2016, harga rata-rata bawang merah yang dimiliki oleh Indonesia adalah sebesar Rp.18.000/kg, sedangkan harga rata-rata bawang merah di pasar dunia hanya sebesar Rp.9000/kg.¹⁸

Harga rata-rata bawang merah yang tinggi ini terjadi karena mahalnya biaya budidaya bawang merah Indonesia dan biaya produksi bawang merah Indonesia mencapai 130-140 Juta/ha. Biaya produksi 1 kg

bawang merah Indonesia mencapai Rp.12.000/kg, apabila produksinya mencapai 12 ton.

Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor bawang merah ke Thailand pada tahun 2016-2020, melakukan strategi dengan menerapkan harga minimum bawang merah yang akan diekspor ke Thailand tanpa menurunkan kualitas bawang merah yang akan diekspor, akan tetapi bisa dilakukan dengan mengatasi permasalahan internalnya yaitu mengatasi masalah tingginya biaya produksi bawang merah tersebut.

Pemerintah Indonesia menerapkan GAP (Good Agriculture Practice) untuk bawang merah ke berbagai daerah, dengan tujuan GAP ini bisa mengurangi biaya perawatan untuk bawang merah sehingga bisa mengurangi biaya tenaga kerja petani yang tinggi.¹⁹ Dengan adanya penerapan ini, harga bawang merah Indonesia yang akan diekspor ke Thailand akan mencapai harga minimum dan membuat ekspor bawang merah Indonesia ke Thailand jadi meningkat.

2. Meningkatkan Kerjasama Atase Perdagangan Indonesia di Thailand dengan Pemerintah Thailand dalam Meningkatkan Standar mutu bawang merah yang dibutuhkan Thailand.

Kerjasama bilateral antara Indonesia dan Thailand dapat ditingkatkan dengan melakukan kerjasama asosiasi petani bawang

¹⁷ Fetry Wuryasti, Harga Bawang Merah di Indonesia Lebih Mahal dari Beberapa Negara di ASEAN, Oktober 2021 dalam <https://mediaindonesia.com/ekonomi/442765/harga-bawang-merah-di-indonesia-lebih-mahal-dari-beberapa-negara-di-asean> [diakses pada 14 Januari 2022].

¹⁸ Sri Wahyuni, dkk, Penetrasi Bawang Merah di Pasar Ekspor, *Konferensi Internasional Tentang Pertanian dan Ilmu Terapan (ICoAAS)2020*, Politeknik Negeri Lampung, November 2020, hlm.200.

¹⁹ Firda Rohatul Widad, GAP Bawang Merah, November 2019, dalam <https://id.scribd.com/document/437434680/GAP-Bawang-Merah> [diakses pada 18 Desember 2021].

merah Indonesia dengan menghubungkan asosiasi yang berhubungan dengan komoditi bawang merah di Thailand, dimana dengan adanya kerjasama tersebut bisa menjadi wadah untuk bertukar informasi dan memahami standar mutu bawang merah yang ditetapkan oleh pemerintah Thailand.

Standar mutu bawang merah yang dibutuhkan Thailand untuk diimpor ke negaranya adalah sebagai berikut :²⁰

- a. bawang merah tersebut harus utuh, bebas dari akar/perkecambahan, bebas dari benda asing yang terlihat, bebas dari kerusakan suhu, bebas dari umbi kembar/bawang merah tersebut terlihat tidak normal, bebas dari hama yang mempengaruhi penamilton umum produk, bebas dari bau asing, daun bawang merah yang dipotong dengan bagian yang tersisi tidak lebih dari 6 cm dan akarnya di pangkas.
- b. Bawang merah harus matang dengan baik.

Ukuran bawang merah ditentukan oleh diameternya yang diukur pada bagian terluas umbi.

- a. Dalam kemasan bawang merah yang diimpor, isi setiap bungkus harus seragam dalam hal varietas, ukuran, kualitas, dan warna.

²⁰ Somsak Prissana, *Notification of the National Committee on Agricultural Commodity and Food Standards, Subject: Thai Agricultural Commodity and Food Standard: Onion*, Agustus 2008, dalam <http://www.acfs.go.th/standard/download/eng/onion.pdf> [diakses pada 4 Januari 2022].

Bagian bawang merah yang terlihat dalam kemasan luar harus mewakili seluruh isinya. Bahan yang digunakan dalam harus bersih dan berkualitas untuk melindungi bawang merah dari kerusakan yang mempengaruhi kualitasnya.

- b. Setiap paket bawang merah yang di ekspor ke Thailand harus memuat keterangan berikut, dapat dibaca, dan tanpa informasi yang salah atau menipu. Berikut ini adalah syaratnya : sifat produksi kata “Bawang” harus dicantumkan, hari/bulan/tahun pengemasan, berat bersih dalam gram atau kilogram, nama dan alamat tempat importir, asal produk sebutkan negara asal, dan bahasa. Dan label produk harus dalam bahasa Thailand

Standar mutu bawang merah yang diterapkan oleh Thailand menjadi penghambat teknis dalam perdagangan, dimana contohnya yaitu adanya penolakan dari negara Thailand karena bawang merah yang diekspor Indonesia tidak sesuai dengan mutu standar yang diterapkan oleh Thailand. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia harus meningkatkan produksi bawang merah sesuai dengan standar mutu bawang merah yang telah ditetapkan pemerintah Thailand seperti yang telah dijelaskan diatas.

Dengan adanya kerjasama antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Thailand yang lebih intens dan bertukar informasi mengenai standar mutu bawang merah yang dibutuhkan oleh Thailand tersebut, akan

mempermudah Indonesia untuk terus meningkatkan mutu dan produksi bawang merahnya dan mempermudah Indonesia dalam meningkatkan ekspor bawang merah ke Thailand.

3. Melakukan Promosi Melalui Pameran Perdagangan Internasional di Thailand untuk Menonjolkan Keunggulan Produk Bawang Merah Asal Indonesia.

Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor bawang merah ke Thailand dapat menonjolkan keunggulan produk bawang merahnya dengan cara melakukan promosi melalui pameran perdagangan internasional. Selain itu, Indonesia juga bisa melakukan pengembangan promosi ekspornya dengan ikut serta dalam pameran dagang makan dan minuman Internasional yang diadakan di Thailand.

Pemerintah Indonesia harus lebih mendekatkan diri dengan pemerintah Thailand untuk mengetahui tentang informasi mengenai pasar, pameran, dan perkembangan bawang merah di Thailand akan mempermudah Indonesia untuk mengiklankan atau memperkenalkan produk dan kualitas bawang merah dari Indonesia ke seluruh penjuru Thailand dengan selalu mengikuti perkembangan pasar di Thailand dan selalu ikut serta dalam pameran-pameran yang berkaitan dengan produk bawang merah yang berada di Thailand.

4. Melakukan Negosiasi antara Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Thailand melalui *Joint Commission Meeting* (JCM) dalam

Penerapan Kebijakan Impor Bawang Merah Thailand.

Indonesia dan Thailand melalui JCM pada tahun 2018, melakukan pertemuan dalam rangka meningkatkan kerjasama perdagangan, investasi, dan pariwisata antara kedua negara yang dihadiri oleh Menteri Luar Negeri Thailand Don Pramudwinai dan Menteri Luar Negeri Indonesia yaitu Retno Marsudi. Dalam pertemuan tersebut, menjadikan peluang bagi Indonesia untuk kedepannya melakukan negosiasi dengan pemerintah Thailand dalam meningkatkan pemenuhan syarat kebijakan masuknya bawang merah Indonesia ke Thailand.

Salah satu kebijakan bawang merah yang diterapkan oleh Thailand yaitu harus terdaftar sebagai importir bawang merah di Departemen Perdagangan Luar Negeri atau instansi yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan Thailand, sesuai dengan aturan, prosedur, dan ketentuan yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan Luar Negeri.

Pendaftaran diri sebagai importir bawang merah di Departemen Perdagangan Luar Negeri Thailand yang membuat lama proses masuknya bawang merah tersebut ke Thailand, yang mana hal tersebut menjadi penghambat ekspor bawang merah Indonesia untuk masuk ke daerah Thailand. Oleh karena itu, dalam pertemuan JCM selanjutnya, dalam hal meningkatkan pasar ekspor bawang merah ke Thailand, pemerintah Indonesia harus melakukan negosiasi dengan Thailand dan mengkaji kembali kebijakan Thailand yang berkaitan

dengan penetapan kebijakan importir bawang merah Thailand yang diterapkan pada 12 Juli 2018 oleh Departemen Perdagangan luar negeri Thailand.

SIMPULAN

Indonesia merupakan negara yang sebelumnya menjadi pengimpor bawang merah utama dari Thailand akhirnya bergerak menjadi negara pengekspor bawang merah utama ke Thailand, dimana sejak terpenuhi kebutuhan akan bawang merah domestiknya, dan dengan hasil bawang merah yang melimpah, Indonesia akhirnya dapat mengekspor bawang merah tersebut ke beberapa negara seperti Singapura, Malaysia, Taiwan, Jepang dan yang paling banyak diekspor ke Thailand.

Ekspor bawang merah ke Thailand sejak tahun 2016-2020 mengalami naik-turun setiap tahunnya, dan puncaknya terjadi pada tahun 2020 pada masa pandemi ini. walaupun begitu, Thailand masih mencari celah untuk mengekspor bawang merah kembali ke Indonesia walaupun Indonesia saat ini membatasi impor bawang merah dari Thailand saat ini, demi kesejahteraan petani Indonesia sendiri.

Oleh karena itu, Indonesia perlu peningkatan strategi untuk meningkatkan ekspor bawang merahnya dengan melakukan negosiasi antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Thailand, supaya pemerintah Thailand tidak terlalu mempersulit masuknya bawang merah Indonesia ke negaranya dengan adanya kebijakan baru impor bawang merah yang dibuat oleh Thailand pada tahun 2018. Dimana kebijakan impor

bawang merah Thailand tersebut semakin ketat dibandingkan dengan kebijakan sebelumnya.

Untuk menarik pasar bawang merah di Thailand, supaya banyak yang mengenal keunggulan bawang merah yang dimiliki oleh Indonesia, pemerintah Indonesia harus lebih meningkatkan kerjasama dengan atase perdagangan Indonesia di Thailand dan pemerintah Thailand untuk melakukan pameran dagang secara rutin diadakan setiap tiga atau dua kali dalam setahun, contohnya pameran dagang *bussines matching* yang sebelumnya dilakukan oleh kedua negara.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Balaam, David N. dan Michael Veseth. 2015. *Introduction to International Political Economy 3rd Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Dugis, Vinsensio. 2016. *Teori Hubungan Internasiona, Perspektif-Perspektif Klasik*. Surabaya: Cakra Studi Global Strategis (CSGS).
- Siagian, Natigor. 2001. *Pekembangan dan Peluang Kerjasama Bilateral Indonesia-Thailand*. Jakarta: Departemen Kementrian Republik Indonesia.
- Siagian, Vera Junita. 2015. *Outlook Bawang Merah*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi

Pertanian Kementerian
Pertanian.

Indonesia dalam
Meningkatkan Ekspor
Gerbong Kereta Api ke
Bangladesh Tahun 2016-
2019. Makasar: Skripsi
Universitas Hasanuddin.

JURNAL:

L, Kenedy Boy.2017.“ Implementasi
Kerjasama Indonesia dan
Thailand di Bidang
Pertanian Tahun 2010-
2014 (Studi Kasus
Peningkatan Kualitas
Beras)”.Jurnal Ilmu
Hubungan Internasional.
ISSN: 2477-2623.

Lisbet. Agustus 2016. Referendum
Thailand dan Dampaknya
terhadap Hubungan
Bilateral Indonesia-
Thailand. *Majalah Info
Singkat Hubungan
Internasional*, Vol. VIII,
No.15.

Santoso, Eko Purwo, dkk.Desember
2016.Dayasaing
Komoditas Hortikultura
Negara Berkembang dan
Negara Maju di Pasae
Internasional. *Jurnal
Ekonomi dan Kebijakan
Pembangunan*. Vol.5
No.2.

SKRIPSI:

Wahyuni, Sri dkk. November 2020.
Penetrasi Bawang Merah
di Pasar Ekspor,
*Konferensi Internasional
Tentang Pertanian dan
Ilmu Terapan
(ICoAAS)2020*. Politeknik
Negeri Lampung.

Werune, Jemima Juliani.2020.
Strategi Pemerintah

WEBSITE:

Binus Univesity. Juli 2012. *Hans
Morgenthau dan Political
Realism*. Dalam
[https://ir.binus.ac.id/2012/
07/27/hans-morgenthau-
dan-political-realism/](https://ir.binus.ac.id/2012/07/27/hans-morgenthau-dan-political-realism/)
[diakses pada 1 April
2021].

Kementerian Luar Negeri
Indonesia.2018.*Thailand*.
Dalam
[https://kemlu.go.id/bangk
ok/id/read/thailand/1813/
etc-menu](https://kemlu.go.id/bangkook/id/read/thailand/1813/etc-menu) [diakses pada 8
September 2021].

Kementerian Pertanian Republik
Indonesia.2017.*Ekspor
Bawang Merah ke
Thailand Balikkan
Keadaan*. Dalam
[https://www.pertanian.go.
id/home/?show=news&ac
t=view&id=2170](https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=2170) [diakses
pada 8 September 2021].

Prissana, Somsak.Agustus
2008.*Notification of the
National Committee on
Agricultural Commodity
and Food Standards,
Subject: Thai
Agricultural Commodity
and Food Standard:
Onion*. Dalam
[http://www.acfs.go.th/sta
ndard/download/eng/onio](http://www.acfs.go.th/standard/download/eng/onio)

[n.pdf](#) [diakses pada 4 Januari 2022].

[Bawang-Merah](#) [diakses pada 18 Desember 2021].

- Saptana. Keunggulan Komparatif-Kompetitif dan Strategi Kemitraan. Dalam <https://media.neliti.com/media/publications/44039-ID-keunggulan-komparatif-kompetitif-dan-strategi-kemitraan.pdf> [diakses pada 14 Desember 2021].
- Widad, Firda Rohatul. November 2019. GAP Bawang Merah. Dalam <https://id.scribd.com/document/437434680/GAP->
- Wuryasti, Fetry. Oktober 2021. Harga Bawang Merah di Indonesia Lebih Mahal dari Beberapa Negara di ASEAN. Dalam <https://mediaindonesia.com/ekonomi/442765/harga-bawang-merah-di-indonesia-lebih-mahal-dari-beberapa-negara-di-asean> [diakses pada 14 Januari 2022].