

**KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA MEMBENTUK *INDONESIA  
TRADE PROMOTION CENTRE (ITPC) TERHADAP KOREA SELATAN  
TAHUN 2012***

**Oleh:**

**Raudah Oktaviani**

Email: raudah\_oktaviani@yahoo.com

**Pembimbing Faisyal Rani, S.IP, MA**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Km. 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru, 28293

***Abstract***

*This research describes the policy of Indonesian Government create a Indonesia Trade Promotion Centre in South Korea in 2012. The trade relations between Indonesia and South Korea have a big increase. Since 2006 Indonesia and South Korea Government have a deall about the Joint Declaration on Strategic Partnership between Republic of Indonesia and Republic of Korea to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century.*

*The research method used was a qualitative with descriptive as a technic of the research. Writer collects data from books, encyclopedia, journal, mass media and websites to analyze the policy of Indonesian Government create a Indonesia Trade Promotion Centre in South Korea. The theories applied in this research are decisions making policy theory by Viotti and Kaupi and national interest concept from Donald E. NUchterlain.*

*The research shows that policy of Indonesian Government create a Indonesia Trade Promotion Centre in South Korea are becaus defisits of Indoesian export to South Korea and also with create a Indonesia Trade Promotion Centre in South Korea, Indonesia Government can give some information about market brief and market opportunities in South Korea for the Company from Indonesia.*

***Key words:*** *Decision Making, ITPC, Indonesian Policy, Cooperation*

**PENDAHULUAN**

Penelitian ini merupakan sebuah kajian ekonomi politik yang menganalisa mengenai kebijakan pemerintah Indonesia membentuk

*Indonesia Trade Promotion Centre (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012.*

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang diawali dengan

menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi berkaitan dengan hubungan Indonesia dan Korea Selatan, terkait bidang ekonomi perdagangan internasional. Setelah itu akan dilanjutkan dengan menganalisa mengenai kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012.

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Pada metode ini, data-data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas merupakan data-data sekunder yang didapatkan dari buku-buku., majalah-majalah, jurnl, surat kabar, bulletin, laporan tahunan dan sumber-sumber lainnya. Peneliti juga menggunakan sarana internet dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

Dalam rangka memberikan fokus yang lebih tajam terhadap permasalahan yang dibahas, maka peneliti merasa perlu untuk memberikan batasan waktu dalam penelitian ini. Adapun rentang waktu yang akan peneliti maksud adalah tahun 2012. Tahun 2012 dipilih karena pada saat itu perjanjian kerjasama Indonesia dan Korea Selatan. Namun begitu batasan tahun pada penelitian ini bukan merupakan suatu hal yang mutlak, tahun-tahun sebelum dan sesudahnya juga akan menjadi bagian dari kajian penelitian ini.

Kerangka dasar pemikiran diperlukan oleh penulis untuk membantu dalam menetapkan tujuan dan arah sebuah penelitian serta memiliki konsep yang tepat untuk pembentukan hipotesa. Teori bukan merupakan pengetahuan yang sudah pasti tapi merupakan petunjuk membuat sebuah hipotesis. Dalam melakukan penelitian ini, dibutuhkan adanya kerangka pemikiran yang menjadi pedoman peneliti dalam menemukan, menggambarkan dan menjelaskan objek penelitian sekaligus menjadi *frame* bagi peneliti.

Penulis menggunakan pendekatan merkantilisme diperkenalkan oleh Jean Boudin dan Thomas Mun. Perspektif Merkantilisme berkembang di Eropa pada abad ke 16 dan 18 yang terjadi pada masa-masa negara Eropa melakukan proses membangun negara bangsa (*nation state*). Pemikiran kaum merkantilisme menyatakan bahwa logam mulia merupakan lambang kekayaan utama bangsa agar dapat menumpukkan kekayaannya yang dapat dimanfaatkan melalui perdagangan internasional.<sup>1</sup>

Untuk membangun negara bangsa yang kuat untuk memerlukan pengintegrasian politik dan ekonomi sehingga negara harus melibatkan diri secara aktif untuk mengatur ekonomi demi meningkatkan kekuasaan negara. Oleh sebab itu untuk mempertahankan

---

<sup>1</sup> Mohtar Mas' oed, *Ekonomi Politik Internasional*. Yogyakarta: Pusat Antar Universitas Studi Sosial. 1990. Hlm 26

perekonomiannya supaya tetap kuat maka harus melakukan hubungan ekonomi melalui surplus perdagangan dengan membatasi impor dan menggalakkan ekspor sebanyak-banyaknya. Hubungan dapat disimpulkan bersifat *zero sum game* (konflik bukan bersifat harmonis). Menurut **Thomas Mun** dalam bukunya mengemukakan bahwa:

*“The ordinary means therefore to encrease our wealth and treasue is by foreign trade, wherein we must ever observe this rule: to sell more to yearly than we consume of their in value...because that that part of the stock which is not returned to us in wares must necessarily brought home ini treasure.”*<sup>2</sup>

Korea Selatan merupakan salah satu negara tujuan kerjasama perdagangan di seluruh dunia. Oleh karena itu dengan adanya *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia terhadap Korea Selatan maka akan memudahkan perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk masuk dan berkompetisi dalam perdagangan bebas di negara Korea Selatan.

Tingkat analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah tingkat negara-bangsa, dalam hubungan internasional negara sering kali yang menjadi pembuat keputusan

yang tentunya tidak bertindak sendiri-sendiri namun berperan sebagai kelompok. Hubungan internasional berdasarkan analisa ini merupakan interaksi yang membentuk pola dan pengelompokan. Peranan negara sangat penting dalam kerjasama antar negara satu dengan negara lain walaupun oknum yang bekerja dalam melakukan hubungan perdagangan atau terjadinya blok perdagangan adalah kelompok importir maupun eksportir.

Ekonomi internasional merupakan hubungan ekonomi antarnegara di dunia. Hubungan tersebut menimbulkan saling ketergantungan (*interdependence*) antara negara satu dengan negara lainnya dan merupakan esensi yang penting untuk peningkatan kesejahteraan hidup hampir semua negara di dunia, selain itu hubungan ini tidak hanya identik dengan hubungan ekonomi internasional antarnegara namun sebagian besar berhubungan dengan perdagangan internasional. Bidang ekonomi internasional seperti pertukaran jasa, komoditi, modal, teknologi informasi dan komunikasi.

Pertukaran jasa dan komoditi terjadi antara penduduk di satu negara dengan penduduk di negara lain karena adanya keperluan untuk memperoleh jasa dan komoditi atau barang guna memenuhi kebutuhan hidup yang tidak selalu dapat dihasilkan sendiri. Pertukaran teknologi dan modal terjadi dalam rangka membantu menggali dan

---

<sup>2</sup> Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1995. Hlm 18

memanfaatkan potensi sumber daya alam yang dimilikinya untuk pengembangan industrinya. Teknologi yang dimiliki oleh suatu negara belum cukup canggih untuk mendukung pelaksanaan pembangunan ekonomi dan modal yang dimiliki suatu negara tidak memadai.

Dalam melakukan penelitian ini, dibutuhkan adanya kerangka pemikiran yang menjadi pedoman peneliti dalam menemukan, menggambarkan dan menjelaskan objek penelitian sekaligus menjadi *frame* bagi peneliti. Kerangka dasar pemikiran diperlukan oleh penulis untuk membantu dalam menetapkan tujuan dan arah sebuah penelitian serta memiliki konsep yang tepat untuk pembentukan hipotesa. Teori bukan merupakan pengetahuan yang sudah pasti tapi merupakan petunjuk membuat sebuah hipotesis. Penelitian ini menggunakan konsep kepentingan nasional yang digunakan oleh Donald E. Nuchterlain.

Donald E. Nuchterlain mengemukakan kepentingan sebagai kebutuhan yang dirasakan oleh suatu Negara dalam hubungannya dengan Negara lain yang merupakan lingkungan eksternalnya.<sup>3</sup> Kepentingan nasional inilah yang memberikan kontribusi yang besar bagi pembentukan pandangan-pandangan keluar bagi suatu bangsa. Kepentingan nasional yang

---

<sup>3</sup> Donald E. Nuchterlain. *National Interest A new Approach*, Orbis. Vol 23. No.1 (Spring). 1979, hlm 57

dirumuskan oleh Donald E. Nuchterlain terbagi atas empat poin, yaitu:

1. *Defense Interest*: Kepentingan untuk melindungi Negara atau rakyat dari ancaman fisik dari Negara lain atau perlindungan ancaman terhadap sistem suatu Negara.
2. *Economic Interest*: Kepentingan ekonomi yang berupa tambahan nilai secara ekonomi dalam hubungannya dengan Negara lain dimana hubungan perdagangan yang dilakukan dengan Negara lain akan memberikan keuntungan.
3. *World Order Interest*: Kepentingan tata dunia dengan adanya jaminan pemeliharaan terhadap sistem politik dan ekonomi internasional dimana suatu Negara dapat merasakan keamanan sehingga rakyat dan badan usahanya dapat beroperasi diluar batas Negara dengan aman.
4. *Ideological Interest*: Kepentingan ideologi dengan perlindungan terhadap serangkaian nilai-nilai tertentu yang dapat dipercaya dan dapat dipegang masyarakat dari suatu Negara yang berdaulat.<sup>4</sup>

Berdasarkan pendapat Donald E. Nuchterlain, maka analisis kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

Korea Selatan tahun 2012 adalah bentuk kepentingan ekonomi Indonesia ke Korea Selatan. Berdasarkan kepentingan ekonomi maka analisis kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012 adalah untuk memberikan informasi secara jelas kepada perusahaan yang ada di Indonesia mengenai *market brief* atau peluang kerjasama dan pasar di negara Korea Selatan.

Negara maju atau yang dikenal sebagai negara industri dan negara berkembang melindungi produksi dalam negeri dari persaingan negara lain, misalnya industri manufaktur, pertanian dan industri teknologi tinggi. Penyebab yang mendasar seperti yang terjadi di negara maju yakni kondisi letak geografis negara yang tidak memungkinkan untuk menghasilkan produk pertanian, sehingga negara ini cenderung mengekspor dari negara lain yang lazimnya terhadap negara-negara berkembang pencaharian pokoknya adalah dalam bidang pertanian dan ditopang juga dengan adanya kepentingan ekonomi maupun politik.

Sedangkan dinegara berkembang, negara memang masih memiliki beberapa lahan untuk dijadikan sebagai tempat mengolah produksi ekonomi, tetapi disatu sisi negara berkembang sering sekali tidak mampu untuk berhadapan dengan negara lain. Sehingga negara-negara berkembang melakukan

proteksionisme ekonomi terhadap negara lain untuk mengamankan kepentingan produksi ekonomi didunia internasional.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kebijakan luar negeri. Kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan merupakan salah satu bentuk dari kebijakan luar negeri Indonesia. Penulis merujuk pada tulisan yang dipaparkan oleh Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi. Menurut Viotti dan Kaupi bahwa dikeluarkannya sebuah kebijakan atau keputusan sebuah negara dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong. Karena kepentingan saja tidak cukup untuk dapat menuntun didalam pembuatan suatu keputusan, tetapi hal ini didukung dengan adanya tujuan spesifik atau objektivitas.

Viotti dan Kauppi menambahkan bahwa yang menjadi dasar pendorong dikeluarkannya objektivitas sebagai produk keputusan ada empat hal, yaitu:

1. *Capabilities* (Kemampuan)

Didalam pembentukan objektivitas kebijakan luar negeri, pembuatan keputusan melihat kepentingan nasional sebagai hal mendasar serta ancaman dan peluang yang mana hal tersebut berasal dari sistem internasional. Namun, beberapa bukti memperlihatkan adanya kemampuan dan kekuasaan dari dalam negeri yang mendorong tercapainya keputusan.

## 2. *Interest* (kepentingan)

Seperti yang diketahui, didalam suatu negara yang berbentuk demokrasi atau diktator, setiap kebijakan yang dikeluarkan negara tersebut biasanya didasarkan pada beberapa hal, pertama: status kedaulatan. Jika suatu negara membuka sebuah kebijakan luar negeri, hal tersebut dapat diraih dengan menggunakan kedaulatannya. Kedua, mempertahankan kesejahteraan dan kepentingan ekonomi negaranya. Kepentingan ekonomi tidak hanya dilihat sebagai sumber yang penting bagi kekuatan dalam hubungan antar bangsa. Ketiga: pemeliharaan nilai-nilai penting yang ada dalam masyarakat.

## 3. *Opportunities* (Peluang)

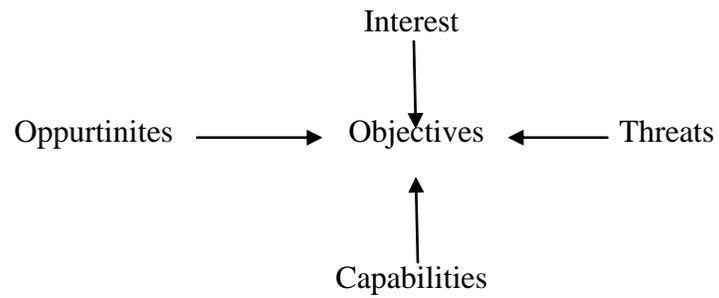
Didalam pencapaian objektivitas sebuah negara, sistem global tidak hanya dilihat sebagai ancaman kepentingan nasional, tetapi juga menjadi peluang yang dapat mempengaruhi pembuatan objektivitas kebijakan luar negeri suatu negara. Ini dapat di lihat dari beberapa negara dalam ekspansi pasar dan investasi ekonomi.

## 4. *Threats* (ancaman)

Dalam pencapaian objektivitas nasionalnya, sistem global merupakan tekanan yang juga mempengaruhi dalam perumusan keputusan sebuah negara. Ancaman bisa dilihat sebagai ancaman secara terang-terangan kepada suatu negara atau hanya ancaman tidak langsung.

Jika dijelaskan secara ringkas, peluang mempunyai peran yang dalam mencapai tujuan nasional sebuah negara yang spesifik. Sama halnya dengan ancaman, kedua hal ini berasal dari sistem global yang memiliki kontribusi pasti dalam pencapaian tujuan. Namun, untuk memanfaatkan peluang dan menangani ancaman, negara harus mengerahkan segala kemampuannya sebagai alat penyelesaian. Kemampuan yang dimiliki negara ini berguna untuk memanfaatkan *power* guna mendapatkan tujuan dan melindungi kepentingan mereka.

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam pencapaian objektivitas oleh suatu negara, hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah dijelaskan, yang dapat dilihat berdasarkan bagan dibawah ini:



**Bagan 1: Understanding state Behavior<sup>5</sup>**

---

<sup>5</sup>*Opcit.* Viotti dan Kaupi. Hlm 75

Berdasarkan teori kebijakan menurut Viotti dan Kaupi maka analisis kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012 dikarenakan adanya kepentingan dan peluang bagi pemerintah Indonesia untuk membaca dan memperluas pasar ekspor di Korea Selatan.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Keberadaan *Indonesian Trade Promotion Centre* merupakan kebijakan strategis dari Kementerian Perdagangan RI Cq. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Selain itu, melalui *Indonesian Trade Promotion Centre* diharapkan dapat mempercepat penerobosan pasar dan untuk meningkatkan jumlah negara tujuan ekspor Indonesia. Untuk itu, *Indonesian Trade Promotion Centre* telah melakukan berbagai kegiatan strategis antara lain:<sup>6</sup>

1. Turut berpartisipasi pada ajang promosi termasuk pameran dagang internasional yang dilaksanakan dinegara akreditasi.
2. Mengatur pertemuan bisnis antara buyer potensial dengan eksportir Indonesia.

3. Wadah pelayanan informasi ekspor, *Indonesian Trade Promotion Centre* menyusun berbagai analisa pasar, market intelligence, market briefs, profil negara, dan profil importir dan eksportir.
4. Memberikan pelayanan inquiries baik yang berasal dari importir maupun eksportir.
5. Menyelenggarakan mini display untuk produk Indonesia, yang biasanya ditempatkan showroom kantor *Indonesian Trade Promotion Centre*.
6. Untuk memperluas jejaring kerja, *Indonesian Trade Promotion Centre* juga melakukan berbagai kerjasama perdagangan dengan KADIN setempat, Asosiasi Perdagangan Dunia, Kantor Promosi, dan institusi promosi dan perdagangan lainnya.
7. Untuk memperkenalkan keberadaan *Indonesian Trade Promotion Centre* diberbagai negara setempat dan mempromosikan produk Indonesia, *Indonesian Trade Promotion Centre* juga melakukan berbagai kegiatan *Public Relation* antara lain dengan mendistribusikan catalog produk, brosur, dan memasang media promosi diberbagai media cetak.

*Indonesian Trade Promotion Centre* Korea Selatan sebagai lembaga perwakilan Kementerian Perdagangan

---

<sup>6</sup> Diakses dari. <http://ntbprov.sip-ppid.net>. Pada tanggal 12 Juli 2015.

Republik Indonesia merupakan lembaga non-profit yang beroperasi di bawah naungan Konsulat Jenderal Republik Indonesia bertujuan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dan Jepang. Bentuk bantuan yang diberikan *Indonesian Trade Promotion Centre* Korea Selatan di Busan dalam menjembatani hubungan dagang tersebut direalisasikan dalam format layanan jasa berupa pemberian informasi mengenai peluang bisnis di Jepang kepada para eksportir Indonesia dan sebaliknya pemberian informasi mengenai potensi produk ekspor Indonesia kepada importir Korea Selatan.

Bentuk dukungan lainnya adalah menyediakan media promosi produk ekspor Indonesia antara lain dengan memfasilitasi pengusaha Indonesia untuk berpartisipasi dalam kegiatan promosi dagang (*pameran*) berskala internasional yang diselenggarakan di Korea Selatan, menyediakan *permanent display room* bagi produk ekspor Indonesia di kantor *Indonesian Trade Promotion Centre* Busan, menyediakan situs *Indonesian Trade Promotion Centre* Busan yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha Indonesia dan Korea Selatan sebagai sumber informasi dan juga memfasilitasi berbagai kegiatan *trade mission*, *business matching*, dan lainnya.

Sesuai dengan Rencana Strategi Kementerian Perdagangan Periode 2010-2014, Dalam rangka

mewujudkan Visi “ **Perdagangan Sebagai Sektor Penggerak Pertumbuhan dan Daya Saing Ekonomi serta Pencipta Kemakmuran Rakyat Yang Berkeadilan**”, maka misi Kementerian Perdagangan adalah:

1. Meningkatkan kinerja ekspor nonmigas secara berkualitas.
2. Menguatkan pasar dalam negeri.
3. Menjaga ketersediaan bahan pokok dan penguatan jaringan distribusi nasional.

Dalam hal ini *Indonesian Trade Promotion Centre* Busan Korea Selatan berperan aktif mengemban Misi nomor 1 yaitu meningkatkan kinerja ekspor nonmigas secara berkualitas. Mempertimbangkan perkiraan kondisi perekonomian global dan domestik, serta mempertimbangkan target pertumbuhan PDB nasional yang telah ditetapkan, maka target pertumbuhan tahunan ekspor nonmigas yang ingin dicapai sebesar 7- 8,5 persen di tahun 2010, dan menjadi 14,5- 15,5 di tahun 2014.<sup>7</sup> Perjanjian terbaru antara Indonesia dan Korea Selatan salah satunya adalah pembentukan *Indonesia Trade Promotion Center* di Korea Selatan. Implementasi *Indonesia Trade Promotion Center* dengan Korea Selatan dilakukan dengan tujuan awal untuk memberikan informasi yang jelas terkait pasar yang dibutuhkan di domestik Korea Selatan. Secara konseptual, Korea Selatan

---

<sup>7</sup> *Ibid.* Hlm 2

memiliki nama asli yaitu Taehan Min'guk (Daehan Min'guk) dan nama resmi : Republic of Korea. Secara geografis, Luas Wilayah : 98.340 km<sup>2</sup> dan ibukota : Kota Seoul (Penduduk Sekitar 12,5 Juta Jiwa). Secara pemerintahan Korea Selatan memiliki 9 Provinsi dan 2 Wilayah Khusus dengan jumlah penduduk : 53.200.491 Jiwa (2011). Kepadatan penduduk di Korea Selatan sebesar 1.800 Jiwa/km<sup>2</sup> dengan pertumbuhan penduduk : 0,9 – 0,8 % per Tahun (2010).<sup>8</sup>

*Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) merupakan wadah promosi perdagangan dan *market brie* atau peluang pasar yang berada di bawah Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perdagangan tgl 23 Maret 2011 dan Surat Keputusan Menteri Luar Negeri tanggal 24 Agustus 2011 tentang pembentukan sejumlah 18 pejabat Kementerian Perdagangan yang diangkat menjadi Atase Perdagangan (Atdag) sekaligus sebagai kepala *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC).

Menurut Ni Made selaku perwakilan dari Atase Perdagangan Republik Indonesia, bahwa Atase Perdagangan berperan sebagai ujung tombak dan kunci penetrasi pasar melalui fungsi diplomasi perdagangan,

fungsi pemasaran dan promosi, serta fungsi pengembangan citra. Selain itu Ketua *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) menambahkan untuk melaksanakan fungsi tersebut, perwakilan perdagangan harus melakukan market intelligence dan mencari prospek pasar baru, menjalin *networking* dengan pelaku usaha, memahami *culture buyers*, merubah persepsi mengenai Indonesia atau produk Indonesia, serta memiliki jiwa kewirausahaan sehingga dapat membantu dunia usaha menawarkan produk Indonesia di negara mitra dagang.<sup>9</sup>

Selain itu pembentukan *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) memiliki misi untuk meningkatkan kinerja ekspor, tapi bukan hanya ekspor titik, tapi ekspor yang berkualitas dan menjadikan Indonesia semakin diperhitungkan secara internasional, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara yang berhasil keluar dari krisis, hal ini terkait fundamental ekonomi Indonesia yang *resilience* sehingga dapat tumbuh disamping faktor *domestic market* yang merupakan penyelamat sekaligus memanfaatkan peluang.

*Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) merupakan salah satu modal untuk Indonesia menarik investasi kedalam. Hal ini dikarenakan pangsa ekspor Indonesia di dunia telah

---

<sup>8</sup> <http://www.republika.net>. *Profil Negara Korea Selatan*. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2014.

---

<sup>9</sup> <http://www.antaraneews.com>. Hubungan Indonesia dan Nigeria kini dan esok oleh Rahmat Nasution. Diakses pada tanggal 10 Desember 2012

meningkat dari dibawah satu persen menjadi 1,2 persen. *Indonesia Trade Promotion Center* (ITPC) sendiri memiliki perwakilan di beberapa negara yang menjadi target peningkatan ekspor perdagangan baik di bidang migas ataupun non migas Indonesia.

Tugas dan fungsi *Indonesia Trade Promotion Centre* di Busan Korea Selatan yang dituangkan dalam peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 10/M-DAG/PER/3/2010 adalah melakukan pelaksanaan teknis kegiatan promosi perdagangan di luar negeri dalam rangka peningkatan ekspor komoditi barang non migas. *Indonesia Trade Promotion Centre* di Busan Korea Selatan berfungsi melakukan promosi produk ekspor Indonesia di luar negeri, memberikan informasi mengenai produk Indonesia, Melakukan usaha-usaha terjadinya kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha di wilayah kerjanya, membantu pengusaha Indonesia dalam memasarkan barang-barangnya di wilayah kerjanya, melakukan usaha-usaha peningkatan kegiatan promosi dan melakukan usaha kegiatan penerobosan pasar.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya *Indonesia Trade Promotion Centre* di Busan Korea Selatan melakukan penetrasi pasar, pelayanan informasi dan promosi ekspor serta pelayanan kepada dunia usaha melalui:

1. Melakukan promosi produk Indonesia dengan berperan aktif di dalam pameran bertaraf

international dan memfasilitasi pengusaha Indonesia untuk bisa berpartisipasi di dalam pameran tersebut

2. Membuat jejaring dengan organisasi terkait dengan perdagangan
3. Membantu importir mencari produk dan eksportir Indonesia
4. Membantu eksportir yang akan mengembangkan pasar di Korea Selatan
5. melakukan market intelligence terhadap kebijakan perdagangan di Korea Selatan dan potensi-potensi produk yang akan masuk ke dalam pasar Korea Selatan
6. Membantu melakukan fasilitasi pertemuan bisnis antara importir dan eksportir
7. Menyediakan market brief, data statistik dan data ekspor dan importir

Nilai investasi Indonesia dan Korea Selatan di beberapa bidang meningkatkan *trend* yang positif. Salah satunya nilai transaksi perdagangan tahun 2011 yang berhasil mencapai total transaksi sebesar USD 1,82 miliar yang terdiri dari transaksi produk sebesar USD 692,2 juta; transaksi jasa USD 65,9 juta; dan investasi USD 1,068 miliar. Jumlah ini meningkat 82% dibandingkan hasil transaksi pada TEI 2012, yang hanya tercatat sebesar USD 1,001 miliar.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> <http://www.strategies-u.com/articles/2012/02/worldwide-led-market>

Korea Selatan menjadi salah satu dari 10 mitra dagang utama dalam berbagai komoditi ekonomi Indonesia (migas dan non-migas) setelah Cina, Jepang, dan USA. Hubungan kerjasama perdagangan antara Indonesia dan Korea dalam beberapa tahun terakhir terus berkembang meskipun nilai ekspor impor terjadi secara fluktuatif. Dari sepuluh pasar tujuan ekspor, tersebut, China menduduki posisi pertama dengan total nilai perdagangan sebesar USD 20,9 juta. Disusul oleh Jepang sebesar USD 17,2 juta, USA (USD 14,6 juta), India (USD 12,4 juta), Singapura (USD 10,6 juta). Malaysia (USD8,5 juta), Korea Selatan (USD 6.7 juta), Thailand (USD5.5 juta), Belanda (USD 4,6 juta), dan Taiwan USD4,1 juta).<sup>11</sup>

**Tabel 4.1 Perkembangan Ekspor Impor Korea-Indonesia**

Tahun		2008	2009	2010
<b>Ekspor ke Indonesia</b>	<b>Nilai</b>	7.934	6	8.897
	<b>Peningkatan</b>	37,5 %	- 24,4 %	48,3 %
<b>Impor dari Indonesia</b>	<b>Nilai</b>	11.32	9.264	13.986
	<b>Peningkatan</b>	24,2 %	- 18,2 %	51,0 %

grew-98-to-125-billion-in-2011-with-44-growth-in-led-lighting-according-to-strategies-unlimited.html

<sup>11</sup> *Ibid.*

			%	
<b>Balance</b>	-	-	-	-
	<b>3.387</b>	<b>3.264</b>	<b>5.089</b>	

Sumber: Laporan Ekspor-impor Indonesia Korea Selatan.

Berdasarkan tabel diatas, nilai impor oleh Korea Selatan dari Indonesia lebih besar dibandingkan dengan nilai ekspor dari negara tersebut dimana sejak tahun 2004 hingga 2008 terus mengalami peningkatan secara marginal. Akan tetapi di tahun 2009 nilai impor mengalami defisit sebesar 18.2% dikarenakan krisis ekonomi yang saat itu sedang melanda Korea Selatan. Meskipun demikian tahun 2010 justru menjadi titik tertinggi bagi pendapatan ekspor Indonesia, yakni sebesar US\$ 13.986 dengan peningkatan mencapai lebih dari 50%. Dan jika dilihat dari balance neraca keuangan perdagangan Korea Selatan, Indonesia memiliki potensi ekspor yang besar.

Beberapa bentuk peluang dengan disepakatinya *Indonesia Trade Promotion Centre* di Korea Selatan oleh Pemerintah Indonesia adalah memudahkan peluang ekspor pasar non migas dari Indonesia ke Korea Selatan. Salah satu bentuk peluang pasar non migas atau *market brief* adalah peluang pasar sepatu dan lampu hemat energi led di Korea Selatan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan

pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012 karena ekspor produk dari Indonesia yang defisit ke Korea Selatan serta strategi bagi Pemerintah Indonesia untuk menembus pasar ekspor ke Korea Selatan.

Pemberlakuan *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) di Korea Selatan dilakukan di Seoul dan Busan. Nilai impor oleh Korea Selatan dari Indonesia lebih besar dibandingkan dengan nilai ekspor dari negara tersebut dimana sejak tahun 2004 hingga 2008 terus mengalami peningkatan secara marginal. Akan tetapi di tahun 2009 nilai impor mengalami defisit sebesar 18.2% dikarenakan krisis ekonomi yang saat itu sedang melanda Korea Selatan. Meskipun demikian tahun 2010 justru menjadi titik tertinggi bagi pendapatan ekspor Indonesia, yakni sebesar US\$ 13.986 dengan peningkatan mencapai lebih dari 50%.

Oleh karena itu, peluang investasi pasar yang didapatkan oleh Indonesia dari kebijakan pemerintah Indonesia membentuk *Indonesia Trade Promotion Centre* (ITPC) terhadap Korea Selatan tahun 2012 adalah peluang ekspor sepatu fashion dari Indonesia ke Korea Selatan dan peluang ekspor lampu *led* hemat energi. Hal ini dikarenakan sepatu dan lampu energi merupakan jenis produk yang permintaannya sangat besar di Korea Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Anton M. Moelino, 1998. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.

\_\_\_\_\_. 1999. Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi 2. Jakarta: Balai pustaka.

Deliarnov, 1995. Perkembangan Pemikiran Ekonomi, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Hans J. Morgenthau, 1985. Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace. Sixth edition. (New York: Alfred A. Knopf. Inc)

I. Wibowo. 2002. Hubungan Diplomatik Indonesia dengan Negara-Negara Asia Tenggara. Pustaka. Jakarta.

Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Republik Indonesia. 2012. Buku Kegiatan Tahunan dan Angka Perdagangan. Kementerian Perdagangan dan perindustrian.

Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Republik Indonesia. 2012. Buku Kegiatan Tahunan dan Angka Perdagangan. Kementerian Perdagangan dan perindustrian.

- Leifer, Michael, Singapore's Foreign Policy: Coping with Vulnerability (New York: Routledge. 2000).
- M.C. Ricklef. 1993. Sejarah Indonesia Modern. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Maleong Lexy J. 2004 Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Mohtar Mas'oed, 1995. Ekonomi Politik Internasional. Yogyakarta: Pusat Antar Universitas Studi Sosial.
- Plano Jack C. Kamus Hubungan internasional. Jakarta: Putra Abardin.
- Rachman, Farid W. 2010. Laporan Kegiatan Trade Promotion Center (ITPC) Indonesia untuk Korea Selatan. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.
- Suryana, Agus. 2005. Profil Negara: Negara Macan Asia, Nafta & Uni Eropa Jakarta: Harapan Baru.
- Media Internet**
- [http://indonetasia.com/definisionline/?tag=mengenai definisionline perdamaian](http://indonetasia.com/definisionline/?tag=mengenai+definisionline+perdamaian). Pada tanggal 5 oktober 2009 pukul 17.03 WIB
- <http://www.republika.net>. Tuduhan efek dumping oleh Perusahaan Korea Selatan terhadap perusahaan Indonesia. Diakses pada tanggal 5 Juni 2014.
- [http://www.indonesia-southkorea economic cooperatio.net](http://www.indonesia-southkorea-economic-cooperation.net). Diakses pada tanggal 5 Juni 2014
- <http://www.republika.net>. Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia membentuk ITPC dan Misi Atase Perdagangan.
- <http://www.ntbprov.sip-ppid.net>. Pada tanggal 12 Juli 2015.
- <http://www.republika.net>. Profil Negara Korea Selatan. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2014.
- <http://www.antaraneews.com>. Hubungan Indonesia dan Nigeria kini dan esok oleh Rahmat Nasution. Diakses pada tanggal 10 Desember 2012
- <http://pusathumas@depdag.go.id>. Pada tanggal 10 Juli 2015.
- [https://markets.jpmorgan.com/research /email/8p9j43d6/GPS-1087960-0](https://markets.jpmorgan.com/research/email/8p9j43d6/GPS-1087960-0)
- <http://www.strategies-unlimited.com/articles/2012/02/worldwide-led-market-grew-98-to-125-billion-in-2011-with-44-growth-in-led-lighting-according-to-strategies-unlimited.html>