

Pasar Ekspor Baru Mulai Dijajaki Perajin UEA Potensial karena Mempunyai Daya Beli yang Besar

Sumber: Kompas, Rabu 26 November 2008

<http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/11/26/11091493/pasar.ekspor.baru.mulai.dijajaki.perajin>.

Yogyakarta, Kompas - Krisis keuangan membuat kreativitas perajin tertantang. Sejumlah perajin mulai menjajaki pasar baru sebagai alternatif untuk mempertahankan usaha. Namun, itu bukan hal mudah karena perlu pengenalan medan dan strategi yang cermat.

Panut Mulyo Wiyoto, perajin rotan di Desa Wukirsari, Imogiri, Bantul, Selasa (25/11), mengatakan sudah mengirim barang contoh ke Jepang, Brasil, dan Australia. "Hasilnya lumayan bagus karena negara-negara tersebut belum terimbas krisis terlalu jauh," katanya.

Kalau hanya mengandalkan pasar Amerika Serikat (AS), usahanya pasti sudah jatuh terpuruk sejak beberapa waktu lalu. Selain krisis, pasar negeri Paman Sam itu banyak diperebutkan pelaku bisnis sehingga persaingannya sudah tidak sehat.

Dalam sebulan, Panut memproduksi 2.000 tas aneka desain. Ia fokus ke handicraft karena segmen mebel rotan sudah banyak dikembangkan pengusaha lain. "Itu trik lain agar bisa bertahan di tengah krisis. Produk harus unik agar diminati pasar," ujarnya.

Kemiran, perajin kayu batik di Bobong, Putat, Gunung Kidul, terus mencari celah agar produknya terserap lebih banyak ke Jepang, Italia, dan Perancis. Karena itu, ia banyak bertanya ke pengepul di Bali-yang mengangkut produknya ke luar negeri-tentang produk yang dimaui pasar tiga negara itu.

Saat ini, sekitar 85 persen produknya diekspor ke tiga negara itu ditambah AS. Dalam sebulan, omzetnya mencapai Rp 20 juta-Rp 25 juta. Ekspornya ke Amerika 40 persen dari total ekspor. Sejauh ini, belum terjadi penurunan pesanan karena masih merampungkan order bulan-bulan lalu. "Namun, jika krisis berlanjut, penurunan pesanan pasti terjadi awal tahun depan. Jika pasar AS seret, saya khawatir pasar Italia, Perancis, dan Jepang ikut terimbas," ujar Kemiran.

Ketua Asosiasi Pertekstilan Indonesia DI Yogyakarta Jadin C Jamaludin menyatakan, pengalihan tujuan ekspor bukan hal mudah karena memengaruhi proses produksi barang. Jenis pakaian jadi yang diekspor ke Uni Emirat Arab (UEA) dan ke AS sangat berbeda.

Untuk mengeksport pakaian jadi ke UEA, pengusaha harus mengubah model pakaian, jenis, dan bahan kain, hingga pola kerja karyawan. "Pengalihan pasar butuh waktu. Pengusaha tidak mungkin mengalihkan tujuan ekspor jika pasar yang baru tidak menguntungkan," ungkapnya.

Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi DIY Fabianus Koesdarto menuturkan, pengalihan pasar ekspor membutuhkan waktu yang lama. Meski begitu, usaha itu harus tetap dicoba. Untuk menembus pasar ekspor baru, pihaknya akan lebih banyak menyertakan produk-produk DIY dalam pameran dagang internasional di Asia, Eropa Timur, dan Timur Tengah.

Harus dicari

Pengamat ekonomi dari Universitas Gadjah Mada, **Mudrajad Kuncoro**, mengemukakan, untuk menghindari kebangkrutan eksportir yang berujung pada pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, pasar baru mau tidak mau harus dicari. Karena itu, diperlukan kerja sama dari pengusaha dan keberpihakan kebijakan pemerintah pada sektor riil.

"Selama ini, pemerintah hanya sibuk menyelamatkan pasar modal saja, padahal yang perlu diselamatkan adalah usaha mikro kecil menengah, para produsen yang banyak mengekspor, dan sektor-sektor yang banyak menyerap tenaga kerja," ujar Mudrajad.

Selain itu, pemerintah harus mulai membantu produsen dan pengusaha dengan berbagai insentif serta keringanan biaya produksi. "Kamar dagang dan industri setempat dan pemerintah harus bergandengan tangan. Jangan sampai pengusaha lari dari Indonesia dengan membawa lari modalnya. Itu akan membuat buruh menjadi korban PHK massal," tuturnya.

Mudrajad melanjutkan, pasar baru yang paling menjanjikan adalah Timur Tengah, China, dan India. Hal ini terlihat dari nilai ekspor Indonesia ke UEA yang meningkat hingga 60 persen per tahun. "Peningkatan ekspor ini terjadi pada perhiasan, tekstil, barang elektronik, kayu, dan hasil kerajinan," katanya.

Potensi ini tidak terpengaruh krisis karena saat ini UEA justru sedang menanggung keuntungan dari melejitnya harga minyak dunia sehingga daya beli mereka sangat besar. Demikian pula China dengan pertumbuhan ekonomi sekitar 6 persen per tahun.

Nilai ekspor Indonesia ke UEA baru 2 persen dari total ekspor. Pemerintah harus membuka akses. Harus dilakukan promosi besar- besaran memanfaatkan jaringan yang ada, salah satunya Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) yang ada 11 negara dan akan bertambah sembilan di tahun 2009. "Beri dana pada ITPC dan fasilitasi produsen untuk mengirim produknya untuk dipamerkan di sana," kata Mudrajad.

Menurut dia, tidak ada kendala untuk membidik pasar baru. Hubungan dengan mudah akan bisa dibuat mengingat kedekatan budaya yang menimbulkan ikatan emosi antara Indonesia dan UEA, China, maupun India. Pemerintah di kawasan tersebut pun sudah memberikan sinyal positif.