



## Manfaat Dan Peluang Perjanjian Ia-Cepa (Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement) Dan Dampaknya Terhadap Ekspor Impor Indonesia-Australia

Raudina Adzani Hansa

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

---

### Abstract

Received: 14 November 2024  
Revised : 20 November 2024  
Accepted: 27 November 2024

*Perjanjian Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) menjadi pokok utama dalam mendorong kerjasama ekonomi antara Indonesia dengan negara Australia. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis implementasi IA-CEPA dan dampaknya terhadap perdagangan ekspor dan impor Indonesia dengan Australia. Metode penelitian yang diterapkan ialah mix methods, menggabungkan pengumpulan data kualitatif dan analisis data menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) melalui pendekatan EFAS (External Factors Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary). Data dianalisis secara kuantitatif untuk menghasilkan skor atau bobot untuk menghitung nilai total matriks untuk menentukan posisi di kuadran yang tepat. Untuk menentukan strategi yang dapat diterapkan dalam implementasi perjanjian IA-CEPA, diperlukan metode kualitatif setelah matriks IFAS dan EFAS dihasilkan melalui metode kuantitatif. Penelitian ini mengaplikasikan metode studi kepustakaan, di mana peneliti mencari sumber literatur terkait ekspor impor dari internet dan materi kuliah. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa implementasi IA-CEPA memberikan potensi peningkatan ekspor dan impor antara kedua negara. Kelebihan dalam sektor ekspor Indonesia, seperti produk pertanian dan manufaktur, dapat lebih kompetitif di pasar Australia. Namun, tantangan seperti kebijakan perdagangan global yang dinamis dan ketidakpastian geopolitik menjadi ancaman yang perlu diatasi. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi IA-CEPA memberikan potensi peningkatan perdagangan bilateral antara Indonesia dan Australia, dengan beberapa peluang dan tantangan yang perlu dikelola. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia dapat menggunakan hasil analisis ini sebagai dasar untuk mengambil kebijakan yang mendukung pertumbuhan perdagangan internasional dan meningkatkan daya saing ekonomi nasional. IA-CEPA, perdagangan internasional, ekspor impor Indonesia-Australia.*

### Keywords:

(\*) Corresponding Author: [raudina07@gmail.com](mailto:raudina07@gmail.com)

**How to Cite:** Hansa, R. A. (2024). Manfaat Dan Peluang Perjanjian Ia-Cepa (Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement) Dan Dampaknya Terhadap Ekspor Impor Indonesia-Australia. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14587012>

---

## PENDAHULUAN

Negara-negara yang terlibat dalam kerja sama perdagangan dengan negara lainnya pasti hendak mendapatkan keuntungan, termasuk peningkatan hubungan persahabatan di antara mereka. Kolaborasi ini memungkinkan pertukaran bantuan dalam mengatasi kesulitan pemenuhan kebutuhan. Selain itu, perdagangan internasional memastikan bahwa setiap negara dapat memenuhi kebutuhannya dengan melakukan impor barang atau produk dari negara mitra yang memiliki produksi berlebih. Ini berarti kerjasama perdagangan membantu memastikan bahwa semua negara dapat memenuhi kebutuhannya. (Setiawan dan Lestari, 2011).

Salah satu bentuk kerja sama antarnegara yang penting adalah kesepakatan perdagangan bebas. Perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement*, FTA)

ialah kesepakatan kerjasama perdagangan diantara satu negara atau wilayah dengan yang lain. Pada tahun 2002, Indonesia pertama kali terlibat dalam konsep Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA) melalui kerjasama ASEAN-FTA yang dibentuk oleh ASEAN. Hingga kini, Indonesia sudah menerapkan beragam skema Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA) baik melalui regional maupun bilateral, seperti Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-China (ACFTA), Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-Korea (AKFTA), Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-India (AIFTA), Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-Australia- New Zealand (AANZFTA), dan Perjanjian Kemitraan Ekonomi Indonesia- Jepang (IJEPA). Pada periode November 2011, ASEAN mengajukan dan memulai inisiatif untuk membentuk Kawasan Perdagangan Bebas Comprehensive Economic Partnership (RCEP). (Fukunaga, 2015).

*Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) atau Kemitraan Ekonomi Komprehensif Regional merupakan sebuah perjanjian perdagangan besar yang dimulai oleh ASEAN untuk memperkuat perdagangan di antara anggota dan mitra perdagangan bebas (FTA). RCEP pertama kali diusulkan oleh ASEAN pada tahun 2011, dirundingkan sejak 2012 hingga ditandatangani pada 15 November 2020.

Kesepakatan *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) sudah disetujui oleh 16 negara, termasuk 10 negara anggota ASEAN (Brunei, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam), serta enam kemitraan perdagangan ASEAN, yakni Australia, Tiongkok, India, Jepang, Korea Selatan, dan Selandia Baru. Pada intinya, RCEP mempunyai tujuan progresif untuk mengurangi tarif dan hambatan non-tarif, sekaligus mempermudah dan memperkuat keterbukaan di antara negara- negara anggota.

Sebelum RCEP disepakati, ASEAN sebenarnya telah menjalankan perjanjian perdagangan secara terpisah dengan setiap negara yang juga menjadi bagian dari RCEP. Contohnya adalah IA-CEPA antara Indonesia dan Australia yang disetujui pada tahun 2020. Perjanjian tersebut resmi berjalan efektif pada 5 Juli 2020 setelah melewati proses ratifikasi di Indonesia. Keanggotaan Indonesia dalam RCEP dan IA-CEPA mencerminkan keterlibatannya yang aktif dalam perjanjian perdagangan internasional.

IA-CEPA, sebagai kesepakatan perdagangan dua negara yang disepakati oleh pemerintah Indonesia, memberikan kesempatan bagi produk-produk Indonesia untuk memasuki Australia tanpa dikenai biaya tarif. Kesepakatan ini juga mendorong investasi dari Australia ke Indonesia dan memperkuat kedua negara sebagai *economic powerhouse* dalam *regional value chain*. Indonesia menjadi fokus kebijakan luar negeri Australia dandianggap sebagai salah satu mitra penting di kawasan Pasifik Selatan, khususnya dalam aspek ekonomi. Selain sebagai negara anggota ASEAN, sumber daya alam Indonesia juga signifikan secara geografis dan mewakili peluang pasar yang sangat besar bagi Australia. Indonesia berada secara geografis berdekatan dengan Australia dan hanya dipisahkan oleh Samudera Hindia. Sebagai hasilnya, pada awal berdirinya Indonesia, hubungan antara kedua negara terbentuk secara tidak langsung karena keadaan geografis tersebut.

**Table 1. 1 Posisi Australia Sebagai Negara Tujuan Utama Ekspor Indonesia Setelah IA-CEPA Tahun 2019-2022**

|  |  |                        |
|--|--|------------------------|
|  |  | Tahun (dalam ribu USD) |
|--|--|------------------------|

| No | Negara Tujuan Ekspor     | 2019        | 2020        | 2021        | 2022        |
|----|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|    | Dunia                    | 167,682,996 | 163,306,490 | 231,587,887 | 291,979,103 |
| 1  | China                    | 27,961,887  | 31,775,692  | 53,764,668  | 65,924,117  |
| 2  | United States of America | 17,873,447  | 18,666,768  | 25,834,929  | 28,239,114  |
| 3  | Japan                    | 16,003,261  | 13,662,871  | 17,868,287  | 24,845,365  |
| 4  | India                    | 11,823,491  | 10,413,999  | 13,341,986  | 23,378,836  |
| 5  | Malaysia                 | 8,801,815   | 8,130,627   | 11,967,891  | 15,452,430  |
| 6  | Singapore                | 12,916,730  | 10,712,315  | 11,631,895  | 14,395,732  |
| 7  | Philippines              | 6,770,111   | 5,898,710   | 8,604,286   | 12,903,203  |
| 8  | Korea, Republic of       | 7,234,409   | 6,506,501   | 8,980,877   | 12,813,689  |
| 11 | Taipei, Chinese          | 4,034,832   | 4,098,805   | 6,959,529   | 8,702,754   |
| 12 | Viet Nam                 | 5,153,358   | 4,941,002   | 6,850,033   | 8,286,044   |
| 13 | Thailand                 | 6,218,393   | 5,112,862   | 7,087,712   | 8,169,361   |
| 14 | Netherlands              | 3,204,951   | 3,114,023   | 4,630,621   | 5,379,177   |
| 15 | Pakistan                 | 1,944,020   | 2,386,519   | 3,830,570   | 4,330,733   |
| 16 | Bangladesh               | 1,913,789   | 1,685,821   | 2,928,622   | 3,894,628   |
| 17 | Australia                | 2,328,625   | 2,506,356   | 3,222,839   | 3,469,605   |

Sumber: Trade Map (2022)

Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 memaparkan bahwa pada tahun 2022, Australia menduduki peringkat 17 sebagai destinasi ekspor Indonesia, dengan nilai mencapai USD 3,5 miliar. Sebaliknya, dalam hal impor, Australia berada di peringkat kedelapan sebagai sumber impor bagi Indonesia, dengan nilai mencapai USD 9,9 miliar pada tahun yang sama.

**Table 1. 2 Posisi Australia Sebagai Negara Asal Impor Indonesia Setelah IA-CEPA Tahun 2019-2022**

| No | Negara Asal Impor        | Tahun (dalam ribu USD) |             |             |             |
|----|--------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
|    |                          | 2019                   | 2020        | 2021        | 2022        |
|    | Dunia                    | 171,275,737            | 141,622,127 | 195,694,490 | 237,447,057 |
| 1  | China                    | 44,930,621             | 39,634,710  | 56,211,017  | 67,723,698  |
| 2  | Singapore                | 17,589,850             | 12,341,238  | 15,413,128  | 19,409,474  |
| 3  | Japan                    | 15,661,831             | 10,672,054  | 14,256,264  | 17,176,667  |
| 4  | Malaysia                 | 7,775,274              | 6,933,024   | 9,450,854   | 12,475,634  |
| 5  | Korea, Republic of       | 8,421,259              | 6,849,368   | 9,426,814   | 11,718,182  |
| 6  | United States of America | 9,318,897              | 8,641,588   | 11,305,738  | 11,681,585  |
| 7  | Thailand                 | 9,469,093              | 6,483,757   | 9,118,530   | 10,989,024  |
| 8  | Australia                | 5,515,309              | 4,646,557   | 9,415,068   | 9,863,268   |

Sumber: Trade Map (2022)

Sebelumnya, tarif impor barang dari Australia ke Indonesia mencapai 6%. Namun, melalui kesepakatan IA-CEPA, kedua pihak setuju untuk saling

menghilangkan tarif sebagai bagian dari kesepakatan tersebut. sehingga mencapai 0%, bertujuan untuk meningkatkan kerjasama ekonomi mereka dalam rentang waktu yang signifikan. Dengan penghapusan tarif bea cukai, IA-CEPA akan merangsang peningkatan ekspor produk Indonesia ke negeri Australia, mencakup berbagai sektor seperti otomotif, kayu, karet, tekstil, elektronik, mesin, makanan, minuman, dan industri kreatif. Selain itu, Indonesia akan menerima program peningkatan kualifikasi sumber daya manusia, termasuk magang dan pendidikan vokasional, yang akan disusun sesuai dengan kebutuhan industri di Indonesia. Sebaliknya, Australia menawarkan 200 visa pelatihan di berbagai sektor yang diutamakan, mulai dari pendidikan hingga teknologi informasi. Usaha ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada individu untuk memperoleh pengalaman praktis di berbagai bidang.

Sebelum itu, Indonesia dan Australia sudah setuju dalam kesepakatan perdagangan bebas yang termasuk dalam Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN *Australia-New Zealand Free Trade Agreement* (AANZFTA). Meskipun demikian, AANZFTA tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan khusus Indonesia karena melibatkan banyak negara dalam perjanjian tersebut. Komitmen yang tercantum dalam IA-CEPA membangun kembali kerangka kerjasama ekonomi, melampaui yang telah diatur dalam AANZFTA, dan membuka akses ekonomi secara lebih menyeluruh, termasuk di sektor-sektor yang sebelumnya tidak dijelaskan dalam AANZFTA. Contohnya adalah sektor pertanian (seperti gandum dan daging sapi) dan jasa (seperti pendidikan). Beberapa produk pertanian yang sensitif, misalnya gula, anggur, beras, dan minuman keras, tetap dikecualikan dari penurunan tarif Indonesia dalam kerangka AANZFTA. Akibatnya, beberapa barang Australia masih dikenai tarif yang tinggi ketika masuk ke pasar Indonesia. Dengan keberlakuan IA-CEPA, Australia berusaha untuk mempercepat penghapusan tarif pada sejumlah produknya, dengan harapan agar penghapusan tarif Indonesia juga dapat dipercepat dibandingkan dengan jadwal yang ditetapkan dalam AANZFTA, yang akan berlaku pada tahun 2025.

Dengan demikian, kerjasama ini diharapkan dapat menciptakan sebuah "*Economic Powerhouse*" untuk kedua negara tersebut. Oleh karena itu, Indonesia telah memutuskan untuk membentuk kemitraan dengan Australia melalui IA-CEPA. Tujuan dari perjanjian ini adalah untuk merangsang transformasi ekonomi Indonesia, memperbaiki performa ekspor barang dan jasa, membuka peluang investasi, dan memperkuat sumber daya manusia (SDM). Selain itu, diharapkan bahwa IA-CEPA akan meningkatkan volume perdagangan antara kedua negara.

## **Kajian Literatur**

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang dipakai supaya bisa menilai keunggulan (*Strength*), kekurangan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*). Pendekatan ini mengasumsikan bahwa strategi yang berhasil dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada. (Pearce, 2008).

Matriks SWOT membantu untuk merencanakan langkah-langkah menghadapi peluang dan mengatasi tantangan dari lingkungan eksternal. Penggunaan matriks SWOT mempermudah kita dalam merumuskan berbagai strategi, yang fokusnya termasuk meningkatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang

bisnis, dan menghadapi tantangan. Dengan pendekatan ini, matriks SWOT menghasilkan empat jenis strategi alternatif yang disebut sebagai SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), dan WT (*Weaknesses-Threats*) (Mudraja, 2006).

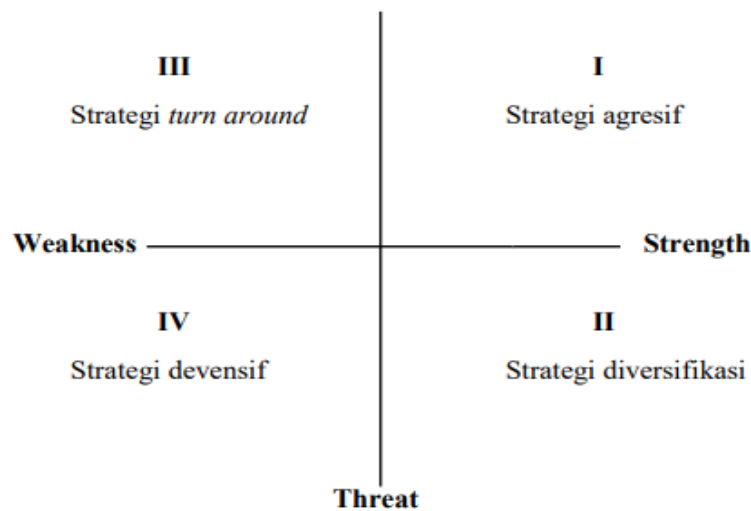
**Table 2. 1 Matriks SWOT**

|  |  |  |
|--|--|--|
| IFAS EFAS  | Strength (S) Identifikasi semua aspek positif atau keunggulan yang dimiliki.                         | Weakness (W) Identifikasi semua aspek negatif atau hambatan yang dipunyai.         |
| Opportunities (O) Identifikasi semua peluang yang bisa dimiliki. | Strategi SO Pemanfaatan peluang dengan optimal melibatkan pemanfaatan seluruh potensi yang dimiliki. | Strategi WO Mengatasi segala kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang tersedia.   |
| Threats (T) Identifikasi semua ancaman yang dimiliki.            | Strategi ST memanfaatkan semua potensi yang ada untuk meminimalisir ancaman.                         | Strategi WT Mengatasi semua kelemahan yang ada dan mencegah semua potensi ancaman. |

Sumber: Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, 83.

Dalam menggunakan strategi matriks SWOT, langkah selanjutnya adalah melakukan *positioning*. Grafik *positioning* dapat dibuat dengan sumbu vertikal untuk menunjukkan skor keseluruhan dari faktor-faktor eksternal, sementara sumbu horizontal digunakan untuk menunjukkan skor keseluruhan dari faktor-faktor internal. Tujuannya adalah agar bisa lebih memahami posisi di suatu kondisi secara komprehensif. (Mudrajad, 2006).

**Gambar 2. 1 Gambar Diagram Analisis SWOT Opportunity**



Kuadran 1: Menciptakan kondisi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan keunggulan yang dimilikinya.

Kuadran 2: Walaupun perusahaan mendapati risiko, tetapi perusahaan tersebut mempunyai kelebihan internal yang kuat.

Kuadran 3: Perusahaan memiliki potensi besar di pasar, amun sekaligus menghadapi beberapa isu internal yang perlu diatasi.

Kuadran 4: Saat ini, perusahaan tengah menghadapi kondisi yang kurang menguntungkan karena berbagai ancaman dan kelemahan di dalamnya.

### **Kerjasama Internasional**

Kerjasama internasional merupakan suatu proses dimana salah satu pihak mengkoordinasikan kebijakan untuk mencapai tujuannya masing-masing dan menjadi pertimbangan pihak lainnya. Tujuan utama kerjasama internasional adalah untuk memperoleh keuntungan dan kepentingan, maka dapat dikatakan bentukan lain dari konflik dalam hubungan internasional (Pfaltzegraff, 1997).

### **Perdagangan Internasional**

Menurut Salvatore (2013), aktivitas perdagangan internasional diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mendorong pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang. Keberhasilan perekonomian di negara berkembang dengan dasar perdagangan yang kuat menjadi pendorong utama peningkatan dalam skala perdagangan global. Selain itu, peningkatan integrasi perdagangan antar negara berkembang juga memiliki dampak signifikan pada omset perdagangan global (Salvatore, 2013).

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di FTA Center Bandung. Dalam penelitian ini, menerapkan pendekatan metode *mixed methods*, yang menggabungkan dua jenis penelitian sebelumnya, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Metode kuantitatif berfungsi untuk mengkaji faktor internal dan eksternal dari implementasi kerjasama IA-CEPA serta menghitung matriks IFAS (*Internal Faktor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*). Setelah itu, data tersebut dianalisis secara kuantitatif untuk menghasilkan skor atau bobot numerik untuk setiap faktor. Skor tersebut kemudian digunakan untuk menghitung nilai total pada setiap matriks. Maka dari itu, metode yang diaplikasikan adalah metode kuantitatif untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal dari implementasi perjanjian IA-CEPA, serta untuk menghitung matriks IFAS dan EFAS guna menentukan posisi perjanjian IA-CEPA ini di dalam kuadran yang tepat.

Selanjutnya, pendekatan penelitian yang diterapkan adalah kualitatif. Metode kualitatif mencakup berbagai teknik untuk menyelidiki dan memahami lebih dalam makna yang terkandung dalam pengalaman individu atau kelompok, dalam proses pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data langsung (primer) serta data yang sudah ada (sekunder).

### **HASIL**

#### **Neraca Perdagangan Indonesia-Australia**

Neraca perdagangan antara Indonesia dan Australia dalam periode lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2018 hingga 2022, menunjukkan dominasi perdagangan non-migas. Selama periode 2019-2022, terdapat peningkatan yang signifikan dalam kinerja ekspor non-migas Indonesia ke Australia. Pertumbuhan rata-rata mencapai 12,17% per tahun, dengan nilai ekspor sebesar 2,162 miliar USD pada tahun 2019 meningkat menjadi 3,222 miliar USD pada tahun 2022. Sebaliknya, kinerja impor non-migas Indonesia dari Australia selama periode 2018-2022 juga mengalami pertumbuhan yang cukup mencolok, yakni sebesar 19,21% per tahun. Impor ini mencatatkan nilai sebesar 5,160 miliar USD pada tahun 2019, melonjak menjadi 9,22 miliar USD pada tahun 2022. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

hubungan perdagangan non-migas antara Indonesia dan Australia selama empat tahun terakhir ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, mencerminkan dinamika yang baik dalam kerja sama ekonomi kedua negara.

**Table 4. 1 Table Neraca Perdagangan Indonesia-Australia Tahun 2018-2022**

| Uraian                    | Nilai : USD Juta |                 |                 |                 |                 | Trend (%)<br>18-22 |
|---------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|
|                           | 2018             | 2019            | 2020            | 2021            | 2022            |                    |
| <b>Total Perdagangan</b>  | <b>8,645.2</b>   | <b>7,843.9</b>  | <b>7,152.3</b>  | <b>12,648.6</b> | <b>13,329.6</b> | <b>14.38</b>       |
| Migas                     | 1,321.5          | 1,060.4         | 589.0           | 1,180.7         | 878.3           | -6.85              |
| Non Migas                 | 7,323.7          | 6,783.5         | 6,563.3         | 11,467.9        | 12,451.3        | 17.19              |
| <b>Ekspor</b>             | <b>2,819.6</b>   | <b>2,328.6</b>  | <b>2,505.7</b>  | <b>3,223.5</b>  | <b>3,466.4</b>  | <b>7.66</b>        |
| Migas                     | 656.7            | 218.9           | 90.3            | 227.7           | 243.7           | -17.66             |
| Non Migas                 | 2,162.9          | 2,109.8         | 2,415.4         | 2,995.9         | 3,222.7         | 12.17              |
| <b>Impor</b>              | <b>5,825.5</b>   | <b>5,515.3</b>  | <b>4,646.6</b>  | <b>9,425.0</b>  | <b>9,863.2</b>  | <b>17.22</b>       |
| Migas                     | 664.8            | 841.6           | 498.7           | 953.0           | 634.6           | 0.31               |
| Non Migas                 | 5,160.7          | 4,673.7         | 4,147.9         | 8,472.0         | 9,228.6         | 19.21              |
| <b>Neraca Perdagangan</b> | <b>-3,005.9</b>  | <b>-3,186.7</b> | <b>-2,140.8</b> | <b>-6,201.5</b> | <b>-6,398.8</b> | <b>-24.31</b>      |
| Migas                     | -8.1             | -622.7          | -408.4          | -725.3          | -390.8          | -120.46            |
| Non Migas                 | -2,997.8         | -2,564.0        | -1,732.5        | -5,476.1        | -6,006.0        | -23.97             |

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), diolah Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan.

#### **Peningkatan Ekspor Sebagai Dampak dari IA-CEPA**

Kerjasama IA-CEPA memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan akses pasar bagi Indonesia, yang dapat diamati melalui peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Australia. Meskipun persentase kenaikan nilai ekspor sebagai hasil langsung dari IA-CEPA mungkin tergolong kecil, namun apabila dilihat dari tren ekspor Indonesia ke Australia dalam lima tahun terakhir, dapat diindikasikan bahwa perjanjian ini berhasil mencegah penurunan lebih lanjut dalam nilai ekspor Indonesia ke Australia.

**Table 4. 1 Pemanfaatan Pra IA-CEPA**

| Deskripsi | PRA IA-CEPA |         |         | Trend (%) |
|-----------|-------------|---------|---------|-----------|
|           | 2017        | 2018    | 2019    |           |
| Ekspor    | 2.524,4     | 2.819,6 | 2.328,6 | -3,9564   |
| Impor     | 6.008,9     | 5.825,5 | 5.515,3 | -4,20     |

Sumber : Badan Pusat Statistik, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan

**Table 4. 2 Pemanfaatan Paska IA-CEPA**

| Deskripsi | PRA IA-CEPA |         |         | Trend (%) |
|-----------|-------------|---------|---------|-----------|
|           | 2020        | 2021    | 2022    |           |
| Ekspor    | 2.505.7     | 3.223,5 | 3.469,6 | 17.7      |
| Impor     | 4.6425,0    | 9.425,0 | 9.863,3 | 45.7      |

Sumber : Badan Pusat Statistik, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan

#### **Analisis SWOT IA-CEPA**

Pada tahap ini, pendekatan penggunaan kuesioner menjadi salah satu metode

utama, yang terdiri dari tiga set pertanyaan yang merangkum variabel-variabel yang relevan dalam kerangka analisis SWOT.

**Indikator Faktor Internal dan Eksternal**

Langkah pertama dalam mengumpulkan data penelitian adalah melalui observasi, di mana beberapa aspek menjadi fokus perhatian setelah melakukan observasi tersebut. Proses pengumpulan data melibatkan penggunaan kuesioner yang terbagi menjadi tiga sampel, mewakili variabel-variabel dalam analisis SWOT. Oleh karena itu, elemen-elemen yang sudah diketahui sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah sebagai berikut:

**Table 4. 3 Pernyataan Kuesioner Faktor Internal**

| No | Kekuatan   | No | Kelemahan   |
|----|--|----|---|
| S1 | Indonesia telah menjadi pasar yang berkembang bagi eksportir barang dan jasa Australia.    | W1 | Sejak dimulainya perjanjian IA- CEPA terjadi ketidakseimbangan besar dalam neraca perdagangan antara Indonesia dan Australia, yang mengarah pada defisit. |
| S2 | Australia telah mengurangi dan menghapus tariff bea masuk untuk Indonesia.                 | W2 | Ketidaksetaraan Ekonomi yang dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam manfaat yang diperoleh dari perjanjian tersebut.                                   |
| S3 | Produk-produk di Indonesia mempunyai daya saing yang tinggi di pasar Australia.            | W3 | Keterbatasan infrastruktur yang dapat mempengaruhi efisiensi perdagangan dan investasi.   |
| S4 | Hubungan antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha Australia sudah terjalin dengan baik. | W4 | Produksi barang manufaktur di Indonesia masih sangat bergantung pada bahan baku yang diimpor.   |

Selain faktor internal, terdapat pula faktor eksternal yang mengandung pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner, termasuk indikator eksternal yang terkait dengan perjanjian IA-CEPA. Tabel berisi rincian indikator eksternal tersebut.

**Table 4. 4 Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal**

| No | Peluang  | No | Ancaman   |
|----|--|----|---|
| O1 | Indonesia dapat merasakan adanya kemudahan dalam menjalin kerja sama dengan Australia. | T1 | Dominasi produk Australia di pasar Indonesia dapat mengakibatkan penurunan minat terhadap produk lokal, yang pada gilirannya dapat memperdalam defisit perdagangan. |
|    | Kerjasama Ekonomi yang dapat memperkuat kapasitas produksi                             |    | Australia belum memiliki pemahaman yang mendalam  |

|    |   |    |  |
|----|---|----|--|
| O2 | Indonesia.  | T2 | tentang Indonesia, khususnya dalam sektor pasar.                           |
| O3 | Indonesia dapat memperluas mitra pasarnya dalam lingkup Internasional.    | T3 | Adanya pandangan negatif masyarakat Australia terhadap Indonesia.          |
| O4 | Australia merupakan pasar potensial untuk produk otomotif dari Indonesia. | T4 | Banyaknya pesaing khususnya untuk produk otomotif dari Vietnam dan Jepang. |

**Diagram Cartesius Analisis SWOT**

Dalam analisis SWOT, dilakukan penilaian terhadap aspek-aspek internal dan eksternal. Evaluasi yang diberikan oleh ketigaresponden ini didasarkan pada hasil analisis kuesioner. Sementara itu, penentuan rating didasarkan pada tingkat pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap implementasi perjanjian IA-CEPA. Rating dihitung dengan skala 1 hingga 5, di mana 5 (Sangat Setuju), 4 (Setuju), 3 (Netral), 2 (Tidak Setuju), 1 (Sangat Tidak Setuju). Rating didapat dari rata-rata tiga produsen konsultan ekspor-impor. Bobot atau integritas d inilai mulai dari 10 (sangat penting) hingga 0 (tidak penting), dan total bobot harus sama dengan 10. Sementara itu, rating diperoleh dari rata-rata tiga responden.

**Table 4. 5 Perhitungan Score**

| Faktor           |   | Integrity | Rating    | Score     |
|------------------|---|-----------|-----------|-----------|
| <b>Kekuatan</b>  |   | <b>10</b> | <b>17</b> | <b>43</b> |
| S1               | Indonesia telah menjadi pasar yang berkembang bagi eksportir barang dan jasa Australia.   | 2         | 4         | 8         |
| S2               | Australia telah mengurangi dan menghapus tariff bea masuk untuk Indonesia   | 3         | 5         | 15        |
| S3               | Produk-produk buatan Indonesia memiliki tingkat daya saing yang tinggi di pasar Australia.  | 3         | 4         | 12        |
| S4               | Hubungan antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha Australia sudah terjalin dengan baik.  | 2         | 4         | 8         |
| <b>Kelemahan</b> |   | <b>10</b> | <b>14</b> | <b>35</b> |
| W1               | Sejak dimulainya perjanjian IA-CEPA hingga mulai berlaku pada tahun 2020, terjadi ketidakseimbangan besar dalam neraca perdagangan antara Indonesiadan Australia, yang mengarah pada defisit. | 2         | 4         | 8         |
|                  | Ketidaksetaraan Ekonomi yang dapat menciptakan  |           |           |           |

|                |   |           |           |           |
|----------------|---|-----------|-----------|-----------|
| W2             | ketidakseimbangan dalam manfaat yang diperoleh dari perjanjian tersebut.  | 3         | 3         | 9         |
| W3             | Keterbatasan infrastruktur yang dapat mempengaruhi efisiensi perdagangan dan investasi.   | 2         | 3         | 6         |
| W4             | Produksi barang manufaktur di Indonesia masih sangat bergantung pada bahan baku yang diimpor.   | 3         | 4         | 12        |
| <b>Peluang</b> |   | <b>10</b> | <b>16</b> | <b>40</b> |
| O1             | Indonesia dapat merasakan adanya kemudahan dalam menjalin kerja sama dengan Australia.  | 3         | 4         | 12        |
| O2             | Kerjasama Ekonomi yang dapat memperkuat kapasitas produksi Indonesia.   | 2         | 4         | 8         |
| O3             | Indonesia dapat memperluas mitra pasarnya dalam lingkup Internasional.  | 3         | 4         | 12        |
| O4             | Australia merupakan pasar potensial untuk produk otomotif dari Indonesia.   | 2         | 4         | 8         |
| <b>Ancaman</b> |   | <b>10</b> | <b>13</b> | <b>33</b> |
| T1             | Dominasi produk Australia di pasar Indonesia dapat mengakibatkan penurunan minat terhadap produk lokal, yang pada gilirannya dapat memperdalam defisit perdagangan. | 3         | 3         | 9         |
| T2             | Australia belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang Indonesia, khususnya dalam sektor pasar.   | 3         | 3         | 9         |
| T3             | Adanya pandangan negatif masyarakat Australia terhadap Indonesia.   | 1         | 3         | 3         |
| T4             | Banyaknya pesain khususnya untuk produk otomotif dari Vietnam dan Jepang.   | 3         | 4         | 12        |

Setelah mempraktikkan evaluasi bobot dan penilaian terhadap faktor internal dan eksternal, data tersebut akan diaplikasikan dalam suatu tata letak kuadran SWOT dengan memperhitungkan sumbu X berdasarkan perbedaan antara total kekuatan dan kelemahan, yang kemudian dibagi menjadi dua bagian.

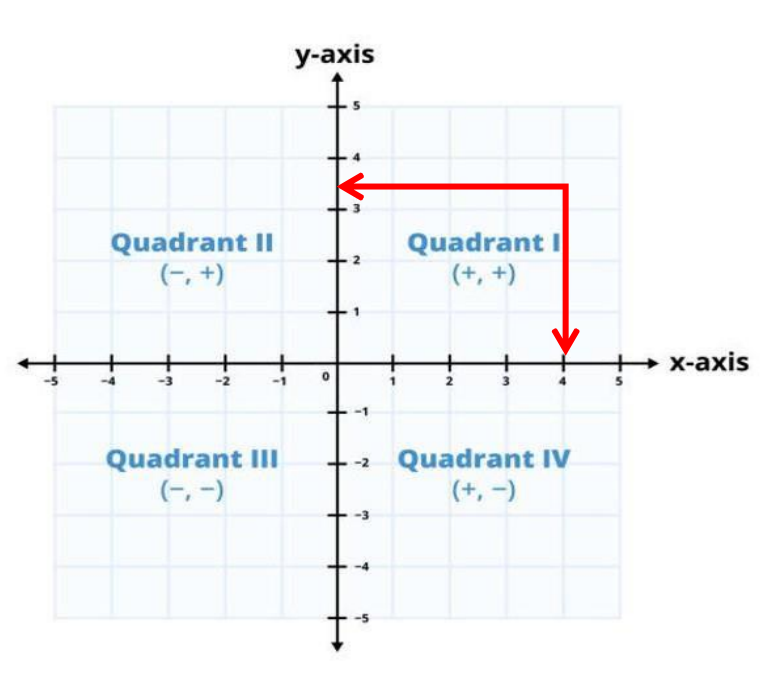
Sementara itu, sumbu Y akan diperoleh dari hasil perbandingan antara peluang dan ancaman, yang kemudian dibagi dua.

**Table 4. 6 Hasil Perhitungan Skor Analisis SWOT**

| Skor          |      |
|---------------|------|
| Kekuatan (S)  | = 43 |
| Kelemahan (W) | = 35 |
| Peluang (O)   | = 40 |
| Ancaman (T)   | = 33 |

|  |
|--|
| $\text{Internal} = S - W = 43 - 35 / 2 = 4$ $\text{Eksternal} = O - T = 40 - 33 / 2 = 3,5$ |
|--|

**Gambar 4. 1 Diagram Cartesius Analisis SWOT**



Hasil evaluasi IFAS dan EFAS, ditemukan bahwa nilai IFAS mencapai 4 dan nilai EFAS mencapai 3.5.

**Matriks SWOT**

Diagram analisis SWOT dan rumus kombinasi matriks SWOT digunakan untuk mewakili hasil total matriks. Setelah menghasilkan kombinasi alternatif strategi dari lingkungan internal dan eksternal dalam tabel sebelumnya dengan menggunakan strategi SO, ST, WO, dan WT, rumusan strategi alternatif dipilih sebagai opsi untuk mengimplementasikan kerjasama perdagangan IA-CEPA di masamendatang.

**Table 4. 7 Matriks SWOT**

| Internal | Strength (S)  | Weakness (W)  |
|----------|---|---|
|          | Indonesia telah menjadi pasar yang berkembang bagi eksportir barang dan | Sejak dimulainya perjanjian IA-CEPA hingga mulai berlaku pada tahun 2020, terjadi |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>Eksternal</p>   | <p>jasa Australia.<br/>Australia telah mengurangi dan menghapus tariff bea masuk untuk Indonesia.<br/>Produk-produk di Indonesia mempunyai daya saing yang tinggi di pasar Australia.<br/>Hubungan antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha Australia sudah terjalin dengan baik.</p> | <p>ketidakseimbangan besar dalam neraca perdagangan antara Indonesia dan Australia, yang mengarah pada deficit.<br/>. Ketidaksetaraan Ekonomi yang dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam manfaat yang diperoleh dari IA-CEPA<br/>. Keterbatasan infrastruktur yang dapat mempengaruhi efisiensi perdagangan dan investasi.<br/>. Produksi barang manufaktur di Indonesia masih sangat bergantung pada bahan baku yang diimpor.</p> |
| <p>Opportunity (O)<br/>. Indonesia dapat merasakan adanya kemudahan dalam menjalin kerja sama dengan Australia.<br/>. Kerjasama Ekonomi yang dapat memperkuat kapasitas produksi Indonesia.<br/>. Indonesia dapat memperluas mitra pasarnya dalam lingkup Internasional.<br/>. Australia merupakan pasar potensial untuk produk otomotif dari Indonesia.</p> | <p>Strategi SO<br/>Pengembangan Infrastruktur dan Logistik<br/>Mendorong Kolaborasi Bisnis dan Jaringan<br/>Memanfaatkan Fasilitas Perdagangan Bebas<br/>Penyesuaian Produk</p>  | <p>Strategi WO<br/>Peningkatan Diversifikasi Ekspor<br/>Pemasaran dan Promosi Bersama<br/>Program Kesejahteraan Ekonomi.<br/>Diversifikasi Sumber Bahan Baku</p>   |
| <p>Threats (T)<br/>. Dominasi produk Australia di pasar Indonesia dapat mengakibatkan penurunan minat terhadap produk lokal, yang pada gilirannya dapat memperdalam defisit perdagangan.<br/>. Australia belum memiliki pemahaman yang</p>   | <p>Strategi ST<br/>. Diversifikasi Produk dan Jasa<br/>. Peningkatan Kualitas dan Branding<br/>. Kerjasama Dalam Riset Pasar<br/>. Kerjasama di bidang standar produk melalui MRE</p>  | <p>Strategi WT<br/>Promosi Produk Lokal<br/>Pengembangan Industri Bersama<br/>Diplomasi Publik dan Pendidikan<br/>Focus Pada Inovasi dan Kualitas</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>mendalam tentang Indonesia, khususnya dalam sektor pasar.<br/>                 . Adanya pandangan negatif masyarakat Australia terhadap Indonesia<br/>                 . Banyaknya pesain khususnya untuk produk otomotif dari Vietnam dan Jepang</p> |  |  |
|--|--|--|

Selanjutnya penentuan alternatif strategi untuk implementasi IA- CEPA kedepannya yaitu sebagai berikut:

1) Strategi SO (*Strengths, Opportunity*)

a. Pengembangan Infrastruktur dan Logistik

Meningkatkan infrastruktur dan sistem logistik antara kedua negara dapat membantu memperlancar arus barang dan jasa.

b. Mendorong Kolaborasi Bisnis dan Jaringan

Ini dapat mencakup pembentukan kemitraan, *joint ventures*, atau kerjasama strategis untuk memasarkan dan mendistribusikan produk-produk Indonesia dengan lebih efektif di pasar Australia.

c. Memanfaatkan Fasilitas Perdagangan Bebas

Memahami dan memanfaatkan secara maksimal fasilitas perdagangan bebas yang disediakan oleh IA-CEPA untuk memudahkan ekspor produk-produk Indonesia ke Australia.

d. Penyesuaian Produk

Mengadaptasi produk-produk Indonesia agar sesuai dengan preferensi dan standar konsumen di Australia.

2) Strategi WO (*Weakness, Opportunity*)

a. Peningkatan Diversifikasi Ekspor

Mengidentifikasi sektor-sektor ekonomi di Indonesia yang memiliki potensi untuk pertumbuhan ekspor ke Australia dan mendorong pengembangan produk-produk unggulan yang dapat memenuhi permintaan pasar Australia.

b. Pemasaran dan Promosi Bersama

Melakukan pemasaran dan promosi bersama untuk meningkatkan kesadaran konsumen di Australia tentang produk-produk Indonesia yang berkualitas tinggi.

c. Program Kesejahteraan Ekonomi.

Implementasi IA-CEPA dapat diikuti dengan pengembangan program-program kesejahteraan ekonomi yang dirancang untuk menangani ketidaksetaraan.

d. Diversifikasi Sumber Bahan Baku

Kolaborasi dengan pihak Australia untuk mengidentifikasi sumber bahan baku alternatif yang dapat diakses secara lokal atau dari wilayah yang lebih stabil secara geopolitik dan pengembangan kebijakan yang mendorong investasi dalam produksi bahan baku domestik atau pengembangan rantai pasokan regional.

3) Strategi ST (*Strengths, Threats*)

a. Diversifikasi Produk dan Jasa

Pihak Australia dapat berkolaborasi dengan pemerintah Indonesia dan pelaku bisnis lokal untuk mengembangkan produk dan jasa baru yang dapat memenuhi

kebutuhan konsumen Indonesia dan focus pada inovasi dan penyesuaian produk agar sesuai dengan preferensi lokal dapat membantu mencegah penurunan minat masyarakat terhadap produk lokal.

b. Peningkatan Kualitas dan Branding

Pihak Australia dapat fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan mereka serta membangun citra merek yang kuat di mata konsumen Indonesia dan menekankan pada nilai tambah, keberlanjutan, atau karakteristik khusus yang membedakan produk Australia dari pesaing dapat memitigasi dampak dominasi produk Australia yang mungkin merugikan.

c. Kerjasama Dalam Riset Pasar

Melakukan riset pasar bersama untuk memahami tren konsumen, preferensi, dan peluang pasar yang baru dan berbagi hasil riset dengan pihak terkait untuk memastikan kebijakan dan strategi bisnis yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan pasar.

d. Kerjasama di bidang standar produk melalui MRE

Strategi kerjasama di bidang standar produk melalui MRE (Mekanisme Resolusi Estandar) dalam kerjasama IA-CEPA (Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement) adalah pendekatan bersama antara Indonesia dan Australia untuk mencapai kesepakatan terkait standar produk.

4) Strategi WT (Weakness, Threats)

a. Promosi Produk Lokal

Melakukan kampanye pemasaran bersama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal di masing-masing negara dan mendorong konsumen untuk mendukung produk-produk lokal dengan menekankan nilai tambah, keberlanjutan, atau keunikan produk tersebut.

b. Pengembangan Industri Bersama

Mendorong kolaborasi antar perusahaan Indonesia dan Australia dalam bidang riset dan pengembangan, dengan tujuan menciptakan produk inovatif atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.

c. Diplomasi Publik dan Pendidikan

Pemerintah Indonesia dapat meluncurkan kampanye diplomasi publik yang bertujuan untuk memperbaiki citra negara di mata masyarakat Australia.

d. Focus Pada Inovasi dan Kualitas

Kolaborasi dengan perusahaan-perusahaan asing melalui IA-CEPA untuk meningkatkan inovasi dan kualitas produk. Ini akan membantu produk manufaktur Indonesia bersaing dengan produk sejenis dari Vietnam dan Jepang.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun persentase kenaikan ekspor Indonesia ke Australia setelah implementasi perjanjian IA-CEPA mungkin terbilang kecil, stabilnya nilai ekspor ini menunjukkan dampak positif dari IA-CEPA terhadap perdagangan bilateral. Artinya, tanpa adanya IA-CEPA, kemungkinan besar nilai ekspor Indonesia ke Australia akan terus menurun. Keberhasilan IA-CEPA dalam menghentikan penurunan nilai ekspor mencerminkan pentingnya perjanjian tersebut dalam memitigasi risiko dan mendorong pertumbuhan perdagangan bilateral antara Indonesia dan Australia. Berdasarkan hasil analisis SWOT, implementasi kesepakatan IA-CEPA dapat dikategorikan ke dalam kuadran I, menandakan

keberadaan kekuatan dan peluang yang menguntungkan. Oleh karena itu, pendekatan strategis yang dapat diambil adalah strategi agresif. Beberapa langkah strategis yang bisa diambil untuk mendukung kesepakatan IA-CEPA ini melibatkan peningkatan Infrastruktur dan Logistic, diversifikasi sumber bahan baku, penguatan kerjasama industri, serta optimalisasi fasilitas perdagangan bebas. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, kesepakatan IA-CEPA memiliki potensi untuk terus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang tersedia, dan secara efektif mencapai kesuksesan yang lebih besar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21, hal 19.
- Fukunaga, Y. (2015). ASEAN's Leadership in the Regional Comprehensive Economic Partnership. *Asia & the Pacific Policy Studies*, Vol. 2, No 1, 103-115.
- Mudrajad Kuncoro, Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, (Jakarta: Erlangga, 2006) hal 51-53.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). Manajemen strategis: formulasi, implementasi, dan pengendalian. *Jakarta: Salemba Empat*. hal. 229-230.
- Pfaltzgraff Jr, R. L. (1997). Contending theories of international relations: A comprehensive survey.
- Salvatore, D. 2013. *International Economics: The Law of Comparative Advantage More Than Two Nations*, 11st Ed.
- Trade Map. (2022). Trade statistics for international business development . IT