



## Menjadi Tuan di Negeri Sendiri

Selamat datang di tahun 2016. Tahun dimana Indonesia tidak lagi menjadi “rumah” kita sendiri, tetapi juga rumah bagi warga bangsa lain di kawasan Asean. Tahun ini dipastikan tahun penuh tantangan dan persaingan antarnegara Asean yang akan memperebutkan ceruk keuntungan dari pasar tunggal Asean, masyarakat ekonomi Asean (MEA). Menariknya, hingar bingar integrasi ekonomi Asean yang mulai berlaku 31 Desember 2015, tidak sepertiuforia sebagian besar masyarakat kita menyambut pergantian tahun baru 2016. Yang terlihat hanyalah persiapan Pemerintah yang tampak dari berbagai wacana MEA yang setiap hari bisa kita lihat di halaman media. Berbagai seminar digelar. Sejumlah lokakarya, workshop dan gelaran lainnya menyambut dimulainya MEA.

Jika ditanyakan tentang siapa yang paling siap menghadapi MEA, maka jawabannya adalah sektor swasta. Dunia usaha telah cukup lama mempersiapkan dirinya menghadapi MEA dengan baik. Sementara di kalangan pemerintah, terlebih lagi pemerintah daerah jauh dari siap. Apalagi masyarakat kita sebagai bagian dari faktor produksi. Banyak yang perlu dipersiapkan oleh masyarakat dalam rangka menghadapi MEA antara lain kualitas SDM dengan berbagai skil yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktifitasnya.

MEA ditujukan untuk menciptakan Asean sebagai sebuah pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, dimana terjadi *free flow* atas barang, jasa, faktor produksi, investasi dan modal serta penghapusan tarif bagi perdagangan antarnegara Asean. Jadi MEA memiliki arti yang sangat penting bagi Indonesia

sekaligus menjadi peluang Indonesia memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya karena integrasi ekonomi, peluang pasar, mendorong investasi, membentuk *joint venture* untuk memudahkan akses bahan baku.

Selain peluang, MEA juga memberikan tantangan tersendiri bagi Indonesia untuk ekstra ketat dalam pengawasan impor, perlindungan terhadap *unfair trade* dan pembangunan infrastruktur dan biaya logistik yang perlu diarahkan untuk mendorong dan menopang arus investasi yang peningkatannya akan jauh lebih tinggi lagi.

Terlepas dari banyaknya peluang dan tantangan di atas, ada beberapa hal penting yang perlu dipikirkan baik pemerintah, dunia usaha dan masyarakat bahwa implementasi MEA berpotensi menjadikan Indonesia sekedar menjadi pemasok energi dan bahan baku semata bagi industrialisasi di kawasan Asean. Sehingga adanya MEA menjadikan setiap Negara memperoleh manfaat yang sangat besar karena penggunaan kekayaan sumber daya alam dapat ditekan seminimal mungkin.

Selain itu, MEA berpotensi memperlebar defisit perdagangan jasa seiring peningkatan perdagangan barang. Dari sisi faktor produksi SDM, implementasi MEA juga akan membebaskan seluruh aliran tenaga kerja dari dan ke suatu Negara atau sebaliknya, sehingga diperlukan langkah antisipasi dengan menyiapkan strategi khusus karena potensi membanjirnya tenaga kerja asing (TKA). Dampaknya akan terlihat pada naiknya remitansi TKA yang saat ini pertumbuhannya lebih tinggi daripada remitansi TKI. Dengan demikian



akan ada beban tambahan terutama dalam menjaga neraca transaksi berjalan dan mengatasi masalah pengangguran.

Implementasi MEA akan mendorong masuknya investasi ke Indonesia baik dari dalam maupun dari luar Asean. Rezim investasi yang lebih terbuka dan iklim investasi yang kondusif akan menjadikan Asean tempat yang lebih menarik bagi aliran modal asing dan modal dalam negeri.

Meski demikian, sejumlah persoalan menghadang kita, antara lain: sisi produksi dan integrasi ekonomi, terdapat kelemahan mendasar dalam kemampuan produksi barang jadi, setengah jadi dan komponen yang menandakan kerapuhan struktur industri dalam negeri. Dari sisi perdagangan kita masih mengalami defisit neraca perdagangan yang menunjukkan bahwa perekonomian kita kurang kompetitif dalam pasar ekspor. Dari sisi perdagangan sektor jasa, Indonesia menghadapi daya saing tenaga kerja Singapura dan Malaysia. Lain lagi dari sisi produk pertanian akan menghadapi produk pertanian hortikultura China dan Thailand (Kuntadi, 2015).

Dari sepuluh Negara anggota Asean, Indonesia di posisi yang terendah dalam banyak hal dibandingkan dengan sembilan Negara tetangga kita lainnya. Namun dari sisi luas wilayah, jumlah penduduk dan *Gross Domestic Product* (GDP), Indonesia masih yang terbaik. Luas wilayah Indonesia merupakan 43% dari total wilayah Asean. Sedangkan dari sisi jumlah populasi penduduk, Indonesia merupakan 40% dari total populasi Asean. Dan yang membanggakan adalah proporsi GDP Indonesia merupakan 38% dari GDP ASEAN (Kuntadi, 2016).

Tantangan terberat kita adalah terjadinya pasar bebas tenaga kerja terampil (*free flow of skilled labor*). Tenaga kerja dalam negeri mencari pekerjaan di negara sendiri harus bersaing

dengan tenaga kerja dari negara Asean. Untuk mengantisipasi hal tersebut, salah satu jalan yang harus ditempuh oleh pemerintah adalah menyiapkan sistem kompetensi kerja. Kompetensi tenaga kerja kita masih rendah. Tingkat pengangguran kita juga masih tinggi yakni sebanyak 7,4 juta orang. Sementara penyebaran tenaga kerja juga masih tidak merata dan terpusat di pulau Jawa.

Produktifitas tenaga kerja kita rendah. Saat ini masih berada di bawah rata-rata ASEAN. Produktifitas tenaga kerja Indonesia masih jauh berada di bawah tiga Negara kompetitor utama Singapura, Malaysia dan Thailand. Posisi Indonesia, pada tahun 2013, produktifitas tenaga kerjanya - berdasarkan PDB perpekerja - mencapai 9,5 ribu USD (2013). Sedangkan Singapura menduduki posisi tertinggi yakni 92 ribu USD, Malaysia 33,3 ribu USD dan Thailand mencapai 15,4 ribu USD. Bahkan secara agregat, produktifitas Indonesia masih di bawah rata-rata Negara-negara Asean sebesar 10.7 ribu USD (Kuntadi, 2016).

\*\*\*\*\*

Kita menyadari bahwa keadaan seperti ini pasti juga dihadapi oleh tetangga kita di Asean. Masalahnya adalah mereka telah menyiapkan diri menghadapi MEA sudah sangat lama. Dan semua pasti sepakat bahwa kunci memenangkan kompetisi di MEA adalah daya saing. Daya saing menjadi persoalan terpenting yang dihadapi Indonesia saat ini. *World Economic Forum* (WEF) merilis data *The Global Competitiveness Index*, daya saing Indonesia berada jauh dibawah Singapura dan Malaysia. WEF mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu negara untuk mencapai pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang terus menerus tinggi. Itu artinya, setiap negara harus menjaga mesin pertumbuhan ekonomi



agar tetap berkelanjutan sehingga angka total PDB dan PDB per kapita tetap tinggi.

Hasil penelitian Bank Indonesia (BI) terkait daya saing di sektor mikro khususnya pasar barang, jasa, investasi, tenaga kerja terdidik, dan modal memperlihatkan juga Indonesia masih tertinggal dibanding Singapura, Malaysia atau Thailand. Pelaku usaha pun dituntut untuk juga segera berbenah jika tidak ingin tertinggal dalam persaingan bebas. Efisiensi produksi dan kreativitas menjadi kata kunci dalam bersaing. Dari ribuan perusahaan di Indonesia, majalah Forbes hanya mencatat tujuh perusahaan local yang berskala multinasional. Ini sebenarnya sudah lumayan, tapi masih diperlukan lebih banyak lagi perusahaan dalam skala tersebut (Bakhri, 2015).

Dari sisi kesiapan tenaga kerja Indonesia, menurut Asian Productivity Organization (APO) menunjukkan, dari setiap 1.000 tenaga kerja Indonesia hanya ada sekitar 4,3% yang terampil, sedangkan Filipina 8,3%, Malaysia 32,6%, dan Singapura 34,7%. Ini tentu mencemaskan, dan apabila tetap stagnan maka dapat dipastikan tenaga kerja Indonesia akan kalah bersaing dengan tenaga kerja negara ASEAN lain. Ini artinya kita bisa menjadi tamu di negeri sendiri. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia dengan merujuk pada kajian United Nations Development Programme (UNDP) juga menunjukkan pada kondisi yang memprihatinkan dan tertinggal dengan negara tetangga seperti Singapura, Brunei, Malaysia, Thailand, dan Filipina (Bakhri, 2015).

Kekuatan Negara-negara tetangga kita adalah spirit kebersamaan dan kekompakan dalam membangun daya saing ini. Tampaknya inilah hal yang paling sulit kita dapatkan. Kekompakan untuk taat dan patuh pada kepentingan nasional. Kekompakan dan kepedulian untuk membangun kesadaran bersama membangun Indonesia yang lebih baik.

Pemerintahan Jokowi – JK telah mencanangkan segudang program sebagaimana tertuang dalam NAWACITA. “Kami akan meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar internasional sehingga bangsa Indonesia bisa maju dan bangkit bersama bangsa-bangsa Asia lainnya. Untuk itu, kami akan membangun infrastruktur jalan baru sepanjang 2000 Kilometer dan memperbaiki jalan di Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi dan Papua; membangun 10 pelabuhan baru dan merenovasi yang lama; membangun 10 bandara baru dan merevovasi yang lama; membangun 10 kawasan industri baru berikut pengembangan untuk hunian buruhnya. Kami akan membangun pasar tradisional sebanyak 5000 pasar tradisional di seluruh Indonesia dan memodernisasikan pasar tradisional yang telah ada. Kami akan menciptakan layanan satu atap untuk investasi, efisiensi perijinan bisnis menjadi maksimal 15 hari, meluncurkan insentif kebijakan fiskal dan non-fiskal untuk mendorong investasi sektor hulu dan menengah. Kami akan mendorong BUMN menjadi agen pembangunan; Mendirikan secara khusus Bank Pembangunan dan Infrastruktur. Kami berkomitmen meningkatkan anggaran riset untuk mendorong inovasi teknologi, dan menjadikan instansi urusan hak cipta dan paten bekerja proaktif melayani para inovator dan para inventor. Kami akan membangun sejumlah Science dan Techno Park di daerah-daerah, politeknik dan SMK-SMK dengan prasana dan sarana dengan teknologi terkini. Kami juga akan meningkatkan daya saing ini akan memanfaatkan potensi yang belum tergarap dengan baik tetapi memberi peluang besar untuk meningkatkan akselerasi pertumbuhan ekonomi nasional, yakni, industri manufaktur, industri pangan, sektor maritim, dan pariwisata”. Permasalahannya adalah berbagai



program prioritas ini baru sebagian kecil dilaksanakan dan diperkirakan selesai hingga tahun 2019.

Kerangka pengembangan infrastruktur Pemerintahan Jokowi sangat ideal, namun dalam implementasinya masih banyak kendala. Masalah administrasi pengadaan barang dan jasa, ketersediaan lahan, birokrasi pemerintahan menjadi tantangan tersendiri yang perlu dicarikan solusinya. Padahal infrastruktur menjadi kunci pembuka MEA bagi investor asing yang akan masuk ke Indonesia.

Infrastruktur di bidang transportasi udara, air, darat dan listrik masih menghadapi banyak persoalan. Di bidang transportasi udara misalnya, kondisi sarana pelabuhan udara sudah tidak memadai lagi. Sebagai contoh: Bandara Soekarno Hatta didesain hanya untuk menampung 18 juta penumpang setiap tahunnya, tetapi 'dipaksa' untuk menampung sekitar 43,7 juta penumpang yang terus bertumbuh  $\pm 15-20\%$  per tahun. Demikian juga dengan infrastruktur transportasi air. Di Indonesia, terdapat pantai sepanjang 81.000 km namun hanya ada 32 pelabuhan laut besar atau sekitar 1 pelabuhan laut setiap 2.500 km panjang pantai. Kondisi mayoritas pelabuhan laut Indonesia sudah kurang layak karena kelebihan kapasitas (*over capacity*). Di bidang transportasi darat pun juga mengalami hal yang sama. Jalan di Indonesia sampai 2010 memiliki panjang sekitar 93.100 km. Jika dilihat dari kelayakannya, jalan raya yang dalam keadaan baik hanya 48%, sedang (30%), rusak (20%), dan rusak parah (2%).

Pembangkit tenaga listrik yang merupakan salah satu sector vital juga tidak bebas dari masalah. Pada tahun 2011, rasio elektrifikasi di Indonesia baru 72,95%, jauh tertinggal dibandingkan Singapura dengan rasio elektrifikasi 100%, sedangkan Malaysia dan Brunei sekitar 80%. Harga listrik produksi PLN

juga tergolong mahal karena masih menggunakan BBM dan batubara yang harganya terus meningkat. Semuanya membutuhkan kerja keras kita.

\*\*\*\*\*

Hal yang mengagumkan adalah setiap pemimpin di Asean bisa meyakinkan warga bangsanya bahwa kita akan memenangkan persaingan di kancah Asean melalui MEA. Sebut saja Perdana Menteri Thailand Prayuth Chan-ocha misalnya, menyebutkan bahwa MEA sebagai salah satu isu yang perlu mendapat perhatian masyarakat Thailand. Dalam pidato akhir tahun 2015 di sebuah program televisi Thailand "Returning Happiness to The People". Ia mengatakan, Thailand menerapkan enam strategi itu antara lain memperkuat konektivitas regional, meningkatkan standar hidup dan pendidikan, menciptakan tenaga kerja profesional, serta mengembangkan teknologi informasi. Dia juga meminta warga Thailand belajar dan berani berbicara dalam bahasa Inggris. "Sekolah Internasional dan bilingual akan diminta memberikan kursus bahasa Inggris dan program belajar bahasa jarak jauh di wilayah-wilayah pedesaan." Katanya, seperti di beritakan *Thai Visa News*.

Dalam harian *The Straits Times*, Menteri luar negeri Singapura Vivian Balakrishnan menyatakan, MEA menjadi peluang bagi generasi muda dan usaha kecil menengah (UKM) untuk mengembangkan kreativitas dan usaha. Mereka bisa memperluas usaha lintas batas dan menangkap kelas menengah yang tumbuh, Pembangunan MEA adalah perjalanan, bukan tujuan MEA tak melulu ekonomi, tetapi juga rajutan keberagaman dan budaya ASEAN.

Malaysia terus menggarap UKM, bekerja sama dengan Uni Eropa. Malaysia ingin menjadi Eropa. Malaysia ingin



menjadi titik kumpul pasar UKM di ASEAN. Adapun Pemerintah Kamboja telah meluncurkan kebijakan pembangunan industri untuk mempromosikan UKM ke rantai global. Kerjasama dengan koperasi besar, seperti otomotif dan pembangunan infrastruktur, juga dilakukan kamboja juga bisa memanfaatkan pembangunan jaringan jalan raya ASEAN Ho Chi Minh (Vietnam)-Bangkok (Thailand) yang melalui kamboja.

Bagaimana dengan Indonesia? Dalam sidang kabinet paripurna awal Januari 2016 misalnya, Presiden Joko Widodo menyatakan, Indonesia tidak boleh jago kandang memasuki MEA. MEA merupakan tantangan dan kesempatan yang harus dihadapi dan dimanfaatkan sebaik mungkin. Jokowi meminta BUMN dan swasta memperkuat usaha kecil menengah, serta mendorong ekspor. Saat berkunjung ke Boyolali, Jawa Tengah, Presiden meminta kepala desa tidak khawatir menghadapi MEA, Presiden berharap kepala desa menjadi tokoh kunci dalam peningkatan kualitas produk pertanian.

Indonesia telah berupaya meskipun belum optimal. Upaya itu antara lain pemetaan potensi perdagangan barang dan jasa, perkuatan UKM, Penetrasi waralaba ke luar negeri dan sertifikasi tenaga kerja Profesional. Secara umum, perbaikan infrastruktur, hilirisasi industri, kemudahan perizinan melalui deregulasi dan perlindungan konsumen dan produk dalam negeri juga tengah digarap. Siap atau tidak siap perjalanan MEA sudah dimulai.

Pendekatan yang diusung pemerintahan Jokowi-JK sebenarnya mengarah pada visi yang tidak berbeda dengan Negara-negara pesaing utama Indonesia di atas. Visi kemandirian ekonomi Jokowi-JK dan perubahan sikap mental : peningkatan etos kerja, integritas dan gotong royong sebenarnya sudah sangat bagus. Para menteri hanya

perlu mengaitkannya dengan upaya meningkatkan posisi tawar Indonesia dalam kancan persaingan dengan Negara-negara Asean. Misalnya memperkuat posisi tawar petani dan upaya mencintai produk dalam negeri.

Terkait integritas sangat dibutuhkan untuk mendorong pelayanan public semakin berkualitas dan bermutu dengan tetap menjunjung tinggi pelayanan yang terbebas dari KKN. Sedangkan etos kerja didorong untuk meningkatkan produktifitas masyarakat. Selama ini produktifitas tenaga kerja kita masih kalah jauh dengan Negara-negara tetangga. Sementara itu, kegotongroyongan perlu ditumbuhkan untuk memastikan bahwa kita bisa mengatasi persoalan bangsa ini dengan kekuatan bersama, saling bantu membantu dan bahu membahu demi kejayaan Indonesia. "Gotong royong merupakan intisari dari ideologi Pancasila 1 Juni 1945. Jokowi-JK berkeyakinan bahwa tanggung jawab untuk membangun bangsa ke depan harus dilakukan dengan cara musyawarah dalam memutuskan dan gotong royong dalam kerfa. Kekuatan rakyat adalah Gotong Royong, di mana rakyat secara bahu-membahu menyelesaikan berbagai hambatan dan tantangannya ke depan. Kita menyadari untuk mewujudkan ideologi itu bukan keria orang perorang ataupun kelompok. Ideologi memerlukan alat kolektif yang namanya gotong royong. Dengan kolektivitas itulah "ruh" ideologi akan memiliki "raga", keberlanjutan dan sekaligus kekuatan maha dahsyat". Inilah gagasan Jokowi-JK dalam Pilpres 2014 lalu sebagaimana tertuang dalam visi dan misi Jokowi-JK.

Kehadiran MEA memberikan arti penting bagi Indonesia untuk menjadi pemenang di negeri sendiri dan menguasai pasar Negara lain dengan produk-produk unggulan. Perdagangan bebas lintas batas akan mengalir cepat dan masif. Demikian juga dengan aliran investasi asing. Bahkan, modal dan tenaga



kerja Profesional akan mewarnai pergerakan ekonomi Asean.

Pasar Asean mewakili + 25% pasar ekspor Indonesia; tetap menjadi pasar potensial seiring berkembangnya populasi ASEAN khususnya kelas menengah. Secara rata-rata ASEAN-5 (Brunei D, Malaysia, Filipina, Singapura dan Thailand), sebanyak 99,1% tarif bea masuknya sudah 0%. Hal ini merupakan peluang bagi produk Indonesia untuk masuk ke pasar sebesar lebih dari 200 juta jiwa. Lebih dari 99% tarif bea masuk CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar dan Vietnam) akan menjadi 0% di tahun 2015. Hal ini membuka peluang produk Indonesia di pasar seluas lebih dari 180 juta jiwa.

Negara dan kita harus peduli dengan MEA. Tahun Politik yang ditandai dengan berbagai peristiwa konflik politik antara legislatif dan eksekutif perlu diakhiri. Kita harus sudah fokus pada bagaimana kita dapat menguasai pasar Negara lain dan menjadi tuan di negeri sendiri. Ya ini soal kepedulian. Kepedulian terhadap nasib bangsa berarti membangun kesadaran baru berbangsa untuk mewujudkan kemandirian bangsa sebagaimana yang tertuang dalam salah satu pilar dalam TRISAKTI. “Berdikari dalam ekonomi diwujudkan dalam pembangunan demokrasi ekonomi yang menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan di dalam pengelolaan keuangan negara dan pelaku utama dalam pembentukan produksi dan distribusi nasional. Negara memiliki karakter kebijakan dan kewibawaan pemimpin yang kuat dan berdaulat dalam mengambil keputusan-keputusan ekonomi rakyat melalui penggunaan sumber daya ekonomi nasional dan anggaran negara untuk memenuhi hak dasar warga negara”.

Prinsip dasar dalam TRISAKTI yang menjadi basis sekaligus arah perubahan yang berdasarkan pada mandate konstitusi dan menjadi pilihan

sadar dalam pengembangan daya hidup kebangsaan Indonesia, menolak ketergantungan dan diskriminasi, serta terbuka dan sederajat dalam membangun kerjasama yang produktif dalam pergaulan internasional, perlu dioperasionalkan.

Upaya mengoperasionalkan konsep kemandirian bangsa ini penting agar setiap warga bangsa tahu apa yang harus dilakukan, khususnya menghadapi MEA. Pemerintah tidak bisa sendiri. Kalangan pengusaha dan masyarakat harus dan perlu menyiapkan diri untuk menjemput peluang.

\*\*\*\*\*

Menjadi tuan di negeri sendiri adalah ungkapan tentang pentingnya memupuk nasionalisme. Salah satunya dapat diwujudkan dengan memupuk kesadaran baru untuk mencintai produk dalam negeri. Mencintai produk dalam negeri adalah manifesto dari nasionalisme anak bangsa terhadap rasa cinta akantamah airnya. Sikap mental yang seperti ini penting untuk membangkitkan gairah industri kecil dan menengah di Indonesia.

Kita perlu mengapresiasi dan perlu menghadirkan kembali Gerakan 100% Aku Cinta Indonesia (ACI) yang diluncurkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sejak tahun 2009 lalu, telah mendapat tanggapan positif dari berbagai kalangan. Selain iklan ACI yang bertemakan “Adalah Kita” yang sukses mendapatkan penghargaan *Bronze Award* pada *Promotion Marketing Awards of Asia* (PMAA) tahun 2011 ini untuk kategori *Best Cause, Charity or Corporate Responsibility Marketing Campaign*, sejumlah perusahaan dan asosiasi juga mendukung gerakan ini dengan memanfaatkan logo ACI untuk produk dalam negeri, peritel dalam negeri dan kegiatan pameran dalam negeri. Tumbuhnya gerakan ini idealnya



direplikasi oleh pemerintah Jokowi JK agar kita tidak memulai dari nol, yang belum tentu respon dari lapisan masyarakat nyata.

Contoh nyata telah ditunjukkan oleh Korea Selatan. Siapa yang tidak tahu dengan merek-merek ternama seperti Samsung, KIA dan Hyundai? Hampir semua orang tahu tentang ketiganya. Mobil Hyundai bahkan memenangi *North American Car of the Year Award* karena dianggap sebagai pendatang baru relatif murah (US\$ 40 ribu), yang berhasil menyaingi Lexus, Mercedes dan BMW. Sementara itu produk Samsung Galaxy Tab boleh berbangga diri karena berhasil menjadi tablet Android terlaris. Di Indonesia, penjualannya telah mampu menguasai 71% *market share* (Myung, 2010).

Kesuksesan ekonomi Korea Selatan dicapai pada akhir 1980-an ketika PDB Korea Selatan mencapai rata-rata 8% per tahun (US\$2,7 milyar) pada tahun 1962 menjadi US\$230 milyar pada 1989. Jumlah ini kira-kira 20 kali lipat dari Korea Utara dan sama dengan ekonomi-ekonomi menengah di Uni Eropa. Bahkan saat ini pendapatan per kapita Korea Selatan hampir mendekati Amerika Serikat dan Jepang, seperti yang tercatat dalam tabel dibawah ini (Myung, 2010).

Jika melihat sejarah yang dialami oleh Korea Selatan, negara ini memulai semuanya dari keterpurukan. Pasca Perang Korea pada tahun 1950-an yang akhirnya memecah Semenanjung Korea menjadi dua Negara dengan ideologi yang saling berseberangan, Korea Selatan harus menggantungkan dirinya pada pinjaman hutang Amerika Serikat untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Baru pada awal periode 1960-an Korea Selatan mulai membangun industrinya dari industri pengolahan biji besi, tungsten dan bahan baku sutra yang tidak memiliki nilai tambah tinggi. Namun sejak 1970-an mulai berkembang

sektor-sektor industri baru yang berorientasi ekspor seperti tekstil, petrokimia, garmen, dan kayu lapis. (Wibowo, 2012).

Tahun 1980-an Korea Selatan mulai merubah orientasi industrinya menjadi berbasis pengetahuan (*knowledge based economy*). Sehingga pasca krisis Indonesia di tahun 1997 mulai bermunculan produk-produk berinovasi tinggi dari Negara Ginseng ini. Ekonomi berbasis pengetahuan ini dijalankan oleh pemerintah Korea Selatan dengan menggandeng kemitraan strategis antara pemerintah, bisnis dan perguruan tinggi. Atau yang dikenal dengan istilah *triple helix*. World Bank (2012) mencatat, Korea Selatan dan Finlandia menjadi salah satu Negara yang berhasil menjalankan konsep ekonomi berbasis pengetahuan dalam pembangunan nasionalnya (Tjakraatmadja, 2015). Kebijakan yang diterapkan oleh Korea Selatan untuk membangun perekonomiannya yang berbasis pengetahuan telah mengantarkan produk-produk industri yang dihasilkan mempunyai daya saing tinggi. Memiliki produk yang diakui secara internasional merupakan kebanggaan tersendiri bagi rakyat Korea Selatan. Terlebih mereka juga memiliki kecintaan terhadap produk-produk lokal. Maka tak heran jika produk dalam negeri dipakai oleh penduduk lokal banyak dijumpai di Korea Selatan. Beginilah bangsa Korea membangun negaranya. Mencintai produk dalam negeri dari hulu hingga hilir, yakni menciptakan kualitas produk yang inovatif dan berdaya saing serta tidak malu untuk menggunakannya sendiri. Bangsa Indonesia bisa belajar dari kesuksesan Korea Selatan ini. Pemerintah perlu mewajibkan warganya untuk hanya membeli dan menggunakan produk-produk dalam negeri.

\*\*\*\*\*



Sudah lebih dari cukup konsep ideal yang diproduksi anak bangsa sendiri untuk membangun dan memajukan Indonesia. Sudah terlalu banyak wacana yang dikembangkan untuk merubah Indonesia. Dengan jargon Jokowi JK: Kerja Kerja Kerja! Seharusnya dipahami oleh segenap lapisan termasuk para pembantu presiden dan seluruh pemerintah daerah. Namun tidak hanya pemerintah saja yang harus melakukannya, tetapi juga dunia usaha, kalangan pekerja, dunia akademik atau perguruan tinggi, dan masyarakat umum.

Bagi pemerintah, kita memerlukan kerangka kebijakan nasional yang mampu mendorong daya saing global. Bagi pemerintah daerah yang dibutuhkan adalah kebijakan daerah yang harmonis, inovatif dan pro iklim usaha yang kondusif dan memberikan perlindungan terhadap dunia usaha nasional. Untuk dunia usaha yang diperlukan adalah penguatan strategi penguasaan potensi local dan ekspansi pada wilayah bisnis di asean. UMKM perlu ditingkatkan kapasitas dan kualitas produk-produk kreatif dengan optimalisasi pemanfaatan TI, modal, SDM dan bahan baku. Sedangkan bagi kalangan pekerja yang diperlukan adalah perubahan budaya kerja, penajaman kompetensi, peningkatan spesialisasi keahlian dan terus mendorong produktivitas. Untuk itu dikalangan pekerja harus sepakat bahwa Asean merupakan pasar kerja potensial dan basis pengembangan karir yang ideal. Dunia akademik perlu mengembangkan sistem pendidikan yang mampu menghasilkan manusia Indonesia yang optimis, kreatif, dinamis, dan berdaya saing. Pengembangan sekolah-sekolah vokasi sangat diperlukan untuk memenuhi tuntutan persaingan tenaga kerja yang makin ketat. Sementara itu bagi masyarakat umum, perlu sikap proaktif untuk meningkatkan pemahaman tentang MEA dalam melihat peluang yang ada,

disamping juga proaktif dalam menggunakan produk-produk dan jasa asli Indonesia.

Berbagai masukan di atas sudah sangat sering diungkapkan. Namun kita harus satu tekad :Kita harus menjadi pemenang. Kita harus menjadi tuan dinegeri sendiri. Kekompakan dan semangat kegotongroyongan harus kita lakukan. Saling percaya dengan peran masing-masing dan tidak saling ganggu sebagaimana yang terjadi di tahun politi 2015 lalu harus diakhiri. Inilah saatnya. Gunakan segala kemampuan kreatif dan kemampuan inovasi kita. Bangun dan hadirkan kembali gerakan 100% aku cinta Indonesia yang telah menuai sukses. Jika Korea Selatan bisa, kenapa kita tidak. Butuh pembuktian! *Wallohu a'lamu bishawab.* Mariman Darto

### Bibliografi

- Bakhri, Boy S. Kesiapan Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015 dari Perspektif Daya Saing Nasional. *Jurnal Economica*. Vol I No. 1 Januari 2015.
- Berandainovasi. Belajar dari Korea Cintra Produk Dalam Negeri dari Hulu ke Hilir. <http://berandainovasi.com/belajar-dari-korea-cinta-produk-dalam-negeri-dari-hulu-ke-hilir/>. Diunduh tanggal 23 Desember 2015.
- Jokowi Jusuf Kalla (2014). *Jalan Perubahan untuk Indonesia yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian. Visi, Misi dan Program Aksi Jokowi Jusuf Kalla 2014*. Jakarta, Mei 2014. [http://kpu.go.id/koleksigambar/VI\\_SI\\_MISI\\_Jokowi-JK.pdf](http://kpu.go.id/koleksigambar/VI_SI_MISI_Jokowi-JK.pdf). Diunduh pada tanggal 23 Desember 2015.
- Kuntadi, Edy (2015). *Peranan Pengusaha daerah dalam Menghadapi MEA 2015*. Bahan Presentasi.



Oak Kim, Myung, Sam Jaffe. 2010. *The New Korea – An Inside Look at South Korea's Economic Rise*. American Management Association. Diunduh dari <http://swa.co.id/business-strategy/menelisik-keajaiban-ekonomi-korea>

Tjakraatmadja, Jann Hidajat. *Membangun Ekonomi Indonesia yang Berkelanjutan dengan Ekonomi Berbasis Pengetahuan*.

<http://www.sbm.itb.ac.id/id/membangun-ekonomi-indonesia-yang-berkelanjutan-dengan-ekonomi-berbasis-pengetahuan.html>. Diunduh tanggal 23 Desember 2015.

Wibowo, Wahyudi. 2012. Universitas Riset dan Daya Saing Bangsa: Menilik pengalaman Korea Selatan. <http://www.dikti.go.id/?p=1330&lang=id>.

