

Prospek bisnis pakaian jadi Indonesia dalam era globalisasi

M.D.R.N. Wahyuhardini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=104807&lokasi=lokal>

Abstrak

Tekstil Produk Tekstil (TPT) khususnya pakaian jadi (PI) Indonesia yang berorientasi ekspor, saat ini dinilai memiliki potensi keunggulan komperatif dan keunggulan kompetitif di masa mendatang. Perkembangan PI dalam kurun waktu 7 (tujuh) tahun yaitu tahun 1986-1992 meningkat dengan pesat, namun dalam 3 (tiga) tahun terakhir yang semula dapat memberikan kontribusi ekspor lebih dari 50% dari seluruh nilai ekspor TPT cenderung menurun. Padahal pemerintah masih sangat mengharapkan ekspor TPT khususnya PI tetap sebagai produk andalan yang dapat memberikan kontribusi devisa negara.

Tujuan penulisan ini adalah mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi bisnis TPT khususnya PI Indonesia, hal tersebut dimaksudkan untuk melihat prospek bisnis pakaian jadi dalam era globalisasi.

Dengan memerhatikan kendala, kelemahan, dan kekuatan untuk merebut peluang pasar internasional, maka baik pelaku bisnis dan pemerintah terus bertekad mewujudkan kinerjanya.

Batasan penelitian yang dianalisis adalah jenis komoditas SITC 814-SITC 848 dengan negara tujuan ekspor Amerika dan Jepang. Sedangkan negara pesaing yang diteliti disamping Indonesia sebagai pemasok adalah Thailand, Korea Selatan, dan Perancis.

Konsep dasar analisis yang diterapkan adalah ekonomi internasional dengan perhitungan model Revealed Comparative Advantage (RCA), analisis SWOT, analisis Portfilio Product, dan analisis Kebijakan.

Konsep penelitian yang digunakan yaitu Analitis Synthesis, karena tujuan dari studi penelitian ini adalah menganalisis permasalahan aktual di lapangan yang kemudian memberikan solusi pemecahan secara generalis empiris. Adapun teknik pengumpulan datanya berdasarkan data sekunder dengan metode Library Research.

Hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan nilai indeks RCA, menunjukkan bahwa peluang Indonesia untuk meningkatkan ekspor pakaian jadi ke USA dan Jepang masih terbuka luas. Sedangkan hasil analisis SWOT dan Potfolio Product dan analisis kebijakan disimpulkan bahwa bisnis pakaian jadi Indonesia sudah mencapai tahap akhir pertumbuhan dengan kecenderungan diambang penurunan.

Hal tersebut disebabkan terjadinya persaingan yang semakin tajam dengan munculnya pendatang baru.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis pakaian jadi Indonesia adalah faktor kebijakan ekonomi multilateral, ketergantungan pasar baik di dalam negeri maupun di pasar international. Faktor tenaga kerja dengan upah buruh rendah dan teknologi mesin-mesin yang dianggap hanya memiliki masa efisiensi dalam waktu 7 (tujuh) tahun juga sangat mempengaruhi bisnis pakaian jadi.

Untuk mempertahankan kinerja bisnis pakaian jadi Indonesia dalam rangka mendukung ekspor non migas dalam era globalisasi, perlu mengusahakan dan mengantisipasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis tersebut. Misalnya dengan menyediakan bahan baku di dalam negeri, meningkatkan upah buruh, memotong jalur birokrasi yang menyebabkan biaya ekonomi tinggi, memerhatikan masalah hak asasi manusia, dan masalah lingkungan serta kualitas produk. Juga perlu melakukan restrukturisasi bisnis pakaian jadi.