

PELUANG DAN TANTANGAN INDONESIA MENGHADAPI PERTUMBUHAN EKONOMI CHINA INDIA (CHINDIA)

Ragimun

ASM BSI Jakarta

Jl. Kramat Raya No.168, Jakarta Pusat, Indonesia

Email: ragimun@gmail.com

Abstract

The economic growths of China and India which are rising surprisingly on the last decade have showed as the new economic power in the world. At the same time, at the different regions, those have stagnant of their growth, China and India demonstrate high growth. This gives an opportunity to many other countries which have economic partnership to them, especially Indonesia. There are so many goods come from China and India that have filled out to Indonesia and some other countries in Asia.

From Indonesia's perspective, the China and India growth have brought some opportunities with their supply of raw materials and supporting goods for domestic industries. On the other hand, Indonesia is facing a big threat regarding the goods and products from China and India. The possible way to overcome this matter is to maintain and improve the quality of our products so they could compete with them.

Keywords: Chindia, opportunity, Indonesia's growth

Pertumbuhan Ekonomi China dan India yang menakjubkan dasawarsa terakhir ini memberikan peta kekautan ekonomi dunia baru. Sementara di belahan dunia lain sedang mengalami pertumbuhan yang stagnan, tetapi negara ini justru mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Hal ini berarti memberikan harapan baru banyak negara yang mempunyai hubungan ekonomi dengan negara tersebut, tidak terkecuali Indonesia. Namun sekaligus menjadi kekhawatiran negara kita dan beberapa negara lainnya karena sekarang ini banyak produk China India telah membanjiri pasar kita.

Bagi Indonesia sendiri, pertumbuhan ekonomi China dan India ini mempunyai pengaruh positif sekaligus peluang karena negara ini membutuhkan pasokan bahan baku (*raw material*) maupun bahan penolong bagi industrinya, sekaligus sebagai pangsa pasar dan partner yang cukup menjanjikan. Namun di lain pihak, negara kita mempunyai tantangan besar yaitu membanjirnya produk negara tersebut. Tidak ada cara lain yang dapat ditempuh untuk menghindari ekonomi mereka kecuali dengan peningkatan daya saing produk-produk kita dan sekaligus strategi ekonomi pada umumnya.

Kata Kunci : Chindia, Peluang, Pertumbuhan Indonesia

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi negara China dan India yang sangat cepat memberikan peluang sekaligus menjadi tantangan bagi negara kita. Demikian juga negara-negara tersebut yang mempunyai jumlah penduduk sangat besar merupakan peluang sekaligus tantangan bagi strategi ekonomi Indonesia ke depan.

Kedua negara ini banyak membutuhkan bahan baku (*raw material*) dan bahan penolong lainnya untuk menopang pembangunannya. Inipun memberikan peluang besar kepada Indonesia memasarkan sumber-sumbernya untuk memenuhi kebutuhan dua negara ini. Indonesia seharusnya bisa memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi China yang tahun 2006 sebesar 11%, India 9%. Bandingkan dengan Indonesia yang hanya 5,5%. Namun, ternyata Indonesia masih belum optimal memanfaatkan peluang dari negara-negara tersebut.

Menurut Faisal Basri (2004,65), pertumbuhan ekonomi China dan India amat cepat dibandingkan negara Asia lainnya. Selain Jepang, China dan India termasuk dalam tiga besar di kawasan Asia. Produk domestik bruto (PDB) China saat ini mencapai 31 persen. Adapun pertumbuhan

ekonominya sekitar 8,9 persen pertahun. Walaupun pertumbuhan investasi di China lebih tinggi dibandingkan India. Ada beberapa alasan yang mendukung pesatnya investasi di China. Antara lain, infrastruktur China jauh lebih bagus dibandingkan India seperti sarana transportasi, pelabuhan maupun sarana penunjang lainnya. Namun India mempunyai keunggulan pada produk-produk software komputer.

Pesatnya pertumbuhan ekonomi kedua negara itu merupakan peluang bagi Indonesia. China bukan hanya produsen besar, tetapi tingkat konsumsinya juga tinggi. China banyak mengimpor bahan baku (*raw material*) untuk produksi mereka. Selain itu negara ini juga banyak membutuhkan energi, pangan, barang tambang dan produk-produk pertanian lainnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penetrasi Ekonomi Regional dan Internasional

Karakteristik pertumbuhan ekonomi modern mempunyai kaitan erat dengan peranan negara-negara besar di arena internasional. Karakteristik

yang pertama berkaitan langsung dengan sejarah dan kecenderungan negara-negara kaya untuk secara terus-menerus berusaha merambah dan merentangkan ekonominya ke negara-negara lainnya. Langkah ini dilakukan guna memperoleh sumber pasokan produk primer dan bahan baku, tenaga kerja yang murah dan lokasi pemasaran yang sangat menguntungkan bagi produk-produk manufaktur mereka. Perluasan aktivitas tersebut dimungkinkan adanya kemajuan teknologi modern yang begitu pesat, khususnya dalam bidang transportasi dan komunikasi.

Kegiatan perambahan yang giat dilakukan oleh negara-negara maju tersebut membawa pengaruh besar berupa terintegrasinya perekonomian dunia. Langkah-langkah tersebut membuka kemungkinan ke arah dominasi politik dan ekonomi oleh negara-negara berkembang. (Todaro;2006,103)

Dewasa ini, manuver seperti ini juga dilakukan oleh negara-negara modern baru seperti Korea Selatan dengan mengimpor bahan baku dan mengekspor barang-barang manufaktur. Demikian juga ke depan negara China maupun India sebagai kekuatan baru akan menyusul melakukan penetrasi terhadap negara lainnya. Tidak terkecuali kepada Indonesia. Oleh karena itu Indonesia mesti bersiap diri dengan melakukan langkah-langkah dan strategi untuk menghadapi kekuatan ekonomi baru tersebut.

2.2. Perkembangan Kebijakan Perdagangan Indonesia

Sejak terbentuknya *World Trade Organisation (WTO)* tahun 1995, perkembangan perdagangan dunia mengalami pertumbuhan sangat pesat. Jaringan produksi mendunia dan China muncul sebagai kekuatan produksi dan perdagangan yang menakjubkan. Perubahan pola perdagangan dunia ini ikut mempengaruhi kinerja perdagangan Indonesia.

Lingkungan perdagangan internasional yang berubah sangat cepat dimana kekuatan globalisasi perdagangan dan aliran modal sangat kuat, maka kebijakan yang ditempuh seyogyanya harus tetap memperhatikan kepentingan domestik. Keberhasilan reformasi dan deregulasi perdagangan sangat ditentukan oleh faktor-faktor :

1. Penekanan pada kompetisi
2. Pendekatan yang gradual.

Secara ringkas perkembangan kebijakan perdagangan Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Kebijakan Perdagangan Indonesia

Periode	Kebijakan
1948-1966	Ekonomi nasionalis, nasionalisasi perusahaan Belanda
1967-1973	Sedikit liberalisasi perdagangan
1974-1981	Substitusi impor, booming komoditas primer dan minyak
1982-sekarang	Liberalisasi perdagangan dan orientasi ekspor

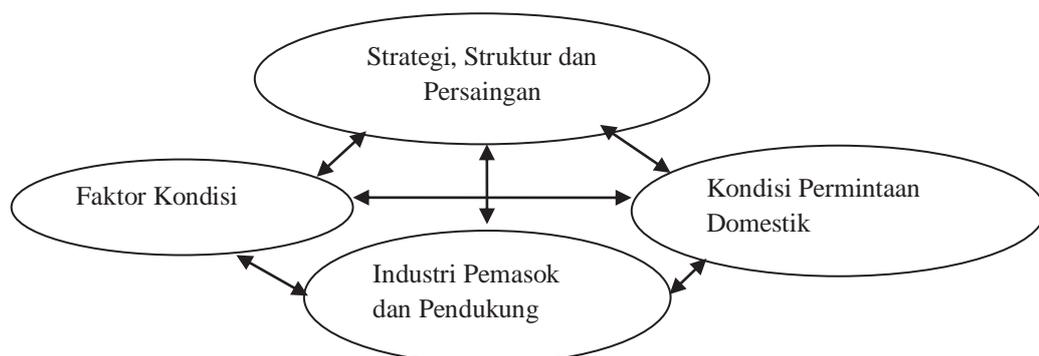
Sumber: Nurhemi, Kerjasama Perdagangan Internasional 2007 (diolah).

2.3. Keunggulan Komparasi (*Comparative Advantage*)

Michael Porter dalam bukunya *The Competitive Advantage of Nations* (1998) mengembangkan sebuah model yang membantu kita menjawab pertanyaan mengapa sejumlah negara lebih kompetitif dari negara lain dan mengapa sejumlah perusahaan yang berlokasi di negara-negara tertentu lebih kompetitif dari pada perusahaan negara lain. Model ini menyatakan bahwa lokasi pusat kegiatan (*national home base*) perusahaan-perusahaan sangat berpengaruh terhadap daya kompetisi perusahaan-perusahaan tersebut di persaingan internasional. *Home base* ini menyediakan faktor-faktor dasar yang dapat mendorong ataupun sebaliknya menghambat daya kompetisi perusahaan-perusahaan. Porter membedakan empat faktor dasar :

1. Faktor kondisi;
2. Faktor Permintaan Domestik;
3. Faktor Industri Pendukung, dan
4. Faktor Strategi, struktur dan persaingan.

Keempat faktor ini saling berkaitan dan secara visual seperti bentuk *diamond*, sehingga dikenal *teori diamond*, dan dapat digambarkan sebagai berikut :



Faktor-faktor ini umumnya merupakan kondisi awal dan dasar yang dimiliki oleh suatu negara. Negara tersebut dapat mengembangkan industri-industri tertentu dengan memanfaatkan kondisi dasar ini dengan optimal. Dalam kaitan ini, kita mengenal kemudian istilah negara dengan biaya produksi rendah (*low cost countries*).

Faktor permintaan domestik adalah hal-hal yang terkait dengan permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan suatu negara. Mereka berpengaruh terhadap kecepatan dan arah dari inovasi dan pengembangan produk.

Faktor industri pendukung adalah keberadaan atau pun sebaliknya ketiadaan industri-industri pemasok dan pendukung yang kompetitif dalam persaingan internasional. Industri pemasok yang kompetitif secara internasional akan memperkuat inovasi dan internasionalisasi industri utama pada fase perkembangan berikutnya. Industri pendukung adalah industri yang dapat memanfaatkan kegiatan bisnis tertentu secara bersama-sama dengan industri utama.

Faktor strategi, struktur, dan persaingan perusahaan merujuk pada kondisi yang berpengaruh terhadap hal-hal yang terkait dengan bagaimana perusahaan-perusahaan di suatu negara.

Teori *Diamond* dapat digunakan dalam berbagai tataran. Dalam tataran nasional, pemerintah dapat merumuskan strategi untuk memperkuat keunggulan kompetitif negara, yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan nasional negara tersebut dalam kancah persaingan internasional. Menurut Porter (1998,145), pemerintah bisa memperkuat keunggulan kompetitif dengan melakukan standarisasi kualitas produk nasional, menyusun baku mutu lingkungan dan keuangan, serta mendorong kerja sama vertikal antara pemasok dan pembeli di pasar domestik.

Untuk melihat lebih detail komoditas Indonesia yang bersaing dengan negara-negara lain di pasar dunia dapat diukur dari *Revealed Comparative Advantage (RCA)* masing-masing produk ekspor (Balassa, 1965). Perhitungan RCA ini menggunakan data yang dikelompokkan dalam *Standard Industrial Trade Classification (SITC)* 2 digit. Nilai RCA yang lebih besar dari 1 menunjukkan daya saing yang kuat. Semakin tinggi komoditi, maka semakin tangguh daya saing produk tersebut, sehingga disarankan untuk terus dikembangkan dengan melakukan spesialisasi pada komoditi tersebut. Perhitungan RCA digunakan rumusan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{(X_i a) / (\text{total } X_a)}{(X_i w) / (\text{total } X_w)}$$

Dimana :

X = Ekspor atau nilai ekspor

i = jenis komoditi

a = negara asal

w= dunia (world)

Bila $RCA < 1$ atau sampai mendekati 0, maka daya saingnya lemah.

Bila $RCA > 1$ maka daya saingnya kuat, semakin tinggi RCA semakin tangguh daya saingnya.

2.4. Analisa Daya Saing Internasional Sektor Industri

Globalisasi pada dasarnya adalah fenomena yang mendorong perusahaan di tingkat mikro ekonomi untuk meningkatkan efisiensi agar mampu bersaing di tingkat lokal, nasional, regional maupun internasional. Dengan globalisasi yang menyatukan pasar dan kompetisi investasi internasional meningkatkan tantangan sekaligus peluang bagi semua perusahaan baik kecil, menengah maupun besar.

Daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional (sumber *OECD*). Oleh karena daya saing industri merupakan fenomena di tingkat mikro perusahaan, maka kebijakan pembangunan industri nasional didahului dengan mengkaji sektor industri secara utuh sebagai dasar pengukurannya.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan menganalisis mengenai peluang dan tantangan sebagaimana pendekatan *SWOT analysis* untuk melihat perkembangan ekonomi Indonesia menghadapi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi China dan India yang sangat cepat.

Sedangkan bahan, data dan informasi didapat melalui Bloomberg serta penggalian dari berbagai sumber, antara lain dengan menggunakan data sekunder serta didukung dengan kajian pustaka

IV. HASIL PEMBAHASAN

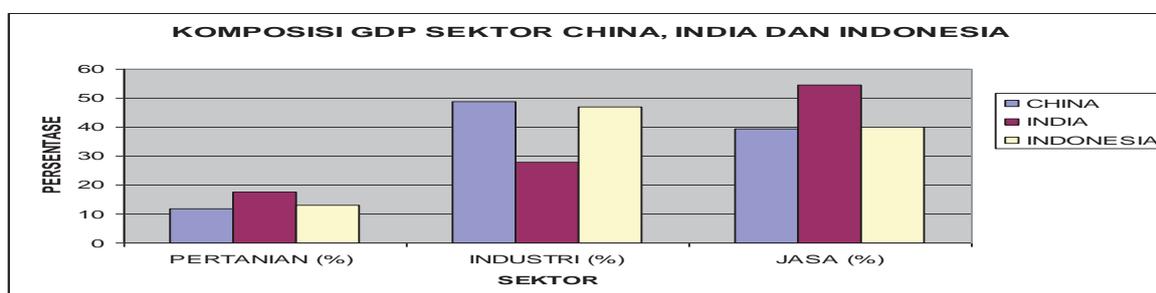
4.1. Perkembangan Ekonomi dan Perdagangan China, India dan Indonesia

Perkembangan ekonomi dan perdagangan internasional, khususnya Indonesia, di masa mendatang akan semakin dipengaruhi hubungan ekonomi internasional, yang berupa kesepakatan

ekonomi bilateral, regional dan multilateral serta konvensi dan perjanjian internasional. Demikian juga perkembangan ekonomi dan perdagangan China maupun India yang mempunyai pertumbuhan tinggi dan menjadi kekuatan baru akan sangat mempengaruhi perdagangan bagi Indonesia. Negara-negara tersebut mulai menuju sebagai negara yang mempunyai keunggulan komparasi dalam produk-produk tertentu. Produk-produk mereka telah masuk di berbagai negara di dunia ini termasuk Indonesia. Struktur perekonomiannya mulai meninggalkan sektor pertanian menuju industrialisasi.

Untuk mengukur negara tersebut maju atau tidak dapat dilihat dari struktur perekonomiannya. Sektor yang menjadi indikator biasanya dilihat dari sektor pertanian, sektor industri dan sektor jasa.

Semakin besar sektor industri dan sektor jasa dibandingkan dengan sektor pertaniannya menunjukkan bahwa negara tersebut menuju sebagai negara industri. Dari tabel tersebut terlihat, bahwa di sektor pertanian negara China lebih kecil dibandingkan dengan Indonesia. Sedangkan di India menunjukkan sektor pertanian masih mempunyai peranan besar dalam kontribusinya terhadap GDP. Untuk sektor industri, China lebih banyak dibandingkan dengan Indonesia yang hanya berbeda sebesar 1,9%. India menunjukkan sumbangan GDP dari sektor industri hanya berkisar 27,9%. Namun GDP India banyak didominasi oleh sektor jasa yang lebih dari 50%, di susul dengan Indonesia dan China. Untuk lebih jelasnya dapat terlihat pada grafik sebagai berikut :



Sumber : CIA, the-world-factbook, 2007, diolah

Gambar 2. Perbandingan GDP China, India & Indonesia

Apabila dilihat arah dari Visi dan Kebijakan

Industri China dan India terlihat sebagai berikut :

Tabel 2 : Visi & Kebijakan Negara Chindia

India	Menjadi bangsa maju tahun 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Swasembada pangan secara lestari (<i>world player</i> dalam produk carbohdrate, spt gandum, beras dan sumber protein lainnya). 2. Penekanan pada peran UKM (Usaha Kredit Menengah). 3. Menjadi produsen dunia dalam bidang material. 4. Negara maju dalam <i>Aero space technology</i>. 5. Memperkuat industri pertahanan dan keamanan.
China	Menjadi Megara Maju tahun 2050	<ol style="list-style-type: none"> 1. Swasembada pangan secara lestari. 2. Mengembangkan teknologi maju termasuk <i>biotechnology</i>. 3. <i>Micro electronics</i> dan teknologi komputer. 4. Memanfaatkan sumber teknologi untuk sektor pertanian, industri kecil. 5. <i>Advanced materials</i>. 6. <i>Aero space tecnology</i>. 7. Pemanfaatan sumber energi dari luar China.

Sumber : beberapa sumber, diolah

Sebagai bahan perbandingan, ranking indeks daya saing global (*Global Competitiveness index*) tahun 2007 adalah bahwa daya saing Indonesia masih kalah dengan China dimana China menempati urutan ke 14 sedangkan Indonesia di urutan 54. India masih lebih baik daya saing globalnya yaitu 48 di atas Indonesia

Tabel 3. Global Competitiveness Index, 2007

Country/Economy	Rank	Score
United States	1	5,67
Singapore	7	5,45
China	14	5,25
Malaysia	21	5,10
Thailand	28	4,70
India	48	4,33
Indonesia	54	4,24

Vietnam	68	4,04
Philippines	71	3,99

Sumber : WEF, 2007

4.2. Peluang dan Hambatan Ekonomi Perdagangan Indonesia

Peluang & hambatan ekonomi dalam perdagangan di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Peluang

Indonesia mempunyai peluang cukup besar dengan tumbuhnya beberapa kekuatan ekonomi baru. Pemasok kebutuhan (*raw material*, barang industri, tenaga kerja) untuk negara China dan India adalah peluang paling utama. Keunggulan Indonesia mempunyai sumber-sumber yang melimpah.

Untuk bisa melepaskan diri dari ketergantungan ekonomi dua kekuatan ekonomi dunia yang baru itu, Indonesia harus meningkatkan daya saingnya di pasar dunia dan menciptakan pasar khusus (*niche market*) bagi produk Indonesia.

Disamping itu, dengan mem- banjirnya barang-barang produk China dan India akan mendorong persaingan beberapa negara dikawasan asia tenggara sebagai negara industri baru, sehingga mendorong untuk memproduksi dan menonjolkan produk-produk yang mempunyai keunggulan komparasi.

Antisipasi dalam jangka panjang (*long term*) untuk menghadapi dampak pertumbuhan ekonomi China dan India adalah Indonesia bersama negara Asean lainnya membentuk kekuatan ekonomi regional. Ini dapat dilakukan dengan terus melanjutkan kesepakatan - kesepakatan bersama perdagangan untuk menstabilkan kawasan ini. Disamping itu dari sisi kekuatan mata uang regional, terus dijajagi kemungkinan penggunaan mata uang tunggal (*single currency*) di kawasan Asean.

Pada umumnya, pertumbuhan ekonomi yang pesat suatu negara akan mengangkat golongan menengah ke atas menjadi golongan atas. Golongan ini tentu memerlukan tempat-tempat wisata diluar negeri. Oleh karena itu, Indonesia dapat menangkap peluang membanjirnya wisatawan dari negara-negara tersebut dengan jalan mengembangkan tempat-tempat wisata perbaikan infrastrukturnya .

Jumlah penduduk China dan India yang jumlahnya mencapai 2,4 miliar jiwa sangat mempengaruhi permintaan komoditi ekspor unggulan Indonesia. Komoditi unggulan tersebut berupa komoditi pertanian, dan perkebunan.

Dampaknya harga komoditi seperti bahan pangan akan cenderung tinggi karena permintaan juga tinggi, dan bagi Indonesia dapat menyediakan sumber daya alam tersebut

untuk memenuhi kebutuhan mereka. Indonesia memiliki keunggulan dalam sumber daya alam yang melimpah. Adapun cara yang ditempuh adalah mencari *niche* (pasar khusus) dan meningkatkan kualitas produk kita yang berasal dari sumber alam seperti rempah-rempah yang banyak dibutuhkan negara India maupun hasil perkebunan seperti minyak kelapa sawit atau CPO (Crude Palm Oil), demikian juga ke China.

2. Hambatan dan Tantangan

Peningkatan daya saing Indonesia dapat terlihat dari banyaknya investasi yang masuk. Sekarang ini investor India maupun China yang masuk ke Indonesia masih relatif kecil, tahun 2007 hanya sebesar 28,90 juta dollar US. Walaupun masih menunjukkan surplus bagi Indonesia. Oleh karena itu beberapa hambatan yang sekaligus menjadi tantangan pemerintah Indonesia adalah segera melakukan reformasi sistem pemerintahan, yang sekaligus dapat meningkatkan daya saing produk-produk kita.

Hambatan-hambatan tersebut paling tidak ada lima hal. Kelima hal tersebut biasanya banyak dibutuhkan oleh investor. Lima faktor tersebut antara lain tenaga kerja yang murah, layanan pabean yang cepat, tingkat efisiensi jasa pendukung yang tinggi (misalnya telekomunikasi dan transportasi), kepastian hukum dan kualitas layanan pemerintah yang baik serta kondisi pasar modal yang mendukung.

4.3. Strategi Pembangunan Ekonomi Perdagangan Menghadapi Kekuatan Ekonomi Chindia

Munculnya pesaing baru dalam perdagangan internasional seperti China maupun India memberikan pelajaran bagi strategi perdagangan Indonesia. Ada beberapa faktor yang mendesak bagi pemerintah Indonesia untuk segera memperbaikinya, hal-hal tersebut antara lain :

1. Infrastruktur

Pembangunan infrastruktur merupakan kunci utama dalam keberhasilan pembangunan ekonomi dan perdagangan nasional, sekaligus mampu menciptakan dan mendorong tersedianya lapangan kerja yang luas bagi rakyat Indoensia. Dampaknya pada ekonomi pun sangat luas.

Untuk bangkit seperti Cina, Indonesia perlu meningkatkan alokasi dana untuk pembangunan infrastrukturnya. Sebagai perbandingan saja, China membelanjakan 6.9% dari GDP-nya untuk membangun infrastruktur, bandingkan dengan negara berkembang lainnya yang hanya rata-rata membelanjakan sekitar 6.3% (*low income*) dan 3.6% (*middle income*). Sementara kondisi Indonesia saat ini sudah jauh menurun

ke angka sekitar 2% dari GDP. Kita berharap melalui pembangunan infrastruktur yang dicanangkan pemerintahan sekarang ini dapat kembali pada tingkat 5% dari GDP, sama halnya dengan kondisi sebelum krisis.

2. Langkah-langkah strategis perekonomian Indonesia menghadapi persaingan regional dan global

Sebagai perbandingan riset yang dilakukan oleh *Goldman Sachs* memperkirakan bahwa pada sekitar tahun 2040, kemampuan ekonomi Brasil, Rusia, India, dan China (untuk selanjutnya disingkat BRIC) akan melampaui G-6, kelompok negara maju yang terdiri dari Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Jepang, Perancis dan Italia.

Kemampuan ekonomi di sini diukur dari produk domestik bruto (PDB). Apabila hal ini terbukti, akan terjadi perubahan *geoekonomi* yang pada akhirnya akan membawa pergeseran *geopolitik*. Dengan mempertimbangkan aspek demografi, pemupukan modal, produktivitas ekonomi, dan peningkatan nilai tukar mata uangnya, kemampuan ekonomi keempat negara ini (diukur dari PDB) akan melampaui G-6 pada tahun 2039. Kalau ini terus berlanjut, pada tahun 2050 ekonomi BRIC akan meningkat menjadi 1,5 kali lipat dari G-6.

Oleh karena itu peranan Indonesia dalam perubahan geopolitik ini akan ditentukan oleh kemampuannya untuk mengembangkan ekonomi nasional dalam dinamika negara-negara Asia yang sekarang mengalami perkembangan pesat. Beberapa hal yang perlu diimplementasikan pemerintah yaitu antara lain:

- a. Menggerakkan dan mengerahkan instrumen ekonomi dalam bentuk regulasi, kebijakan fiskal dan moneter dan menciptakan iklim usaha/investasi.
- b. Mengubah paradigma usaha yang lebih agresif dan kompetitif dengan terus meningkatkan efisiensi.
- c. Melanjutkan pembangunan infrastruktur yang mendukung pengembangan dunia usaha.
- d. Mengurangi biaya produksi (*cost of production*) bagi dunia usaha Indonesia.

3. *Lessons Learnt* dari Sukses Ekonomi dan Perdagangan Chindia

Gambaran di atas memberi implikasi yang penting bagi Indonesia. Pertama, ekonomi Indonesia perlu menyiapkan diri sebaik-baiknya agar dinamika Asia yang berkembang cepat yang dimotori oleh Chindia itu dapat dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi pembangunan ekonomi dan kemakmuran rakyat Indonesia.

Semua potensi pembangunan ekonomi, tidak hanya sumber daya alam, tetapi yang lebih pokok adalah sumber daya manusia, infrastruktur, ruang (teritori) serta teknologi harus dioptimalkan. Dua potensi pembangunan terakhir selama ini kurang dimanfaatkan secara baik bagi peningkatan kemampuan ekonomi kita. Di sini pentingnya strategi industrialisasi dan teknologi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari arah pembangunan ekonomi mendatang.

Kedua, mempertegas arah pembangunan ekonomi yang akan ditempuh dalam jangka panjang. Secara konsep kita sudah mempunyai Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) sampai tahun 2025.

Namun dalam menjabarkannya kepada prioritas pembangunan untuk kurun waktu yang lebih pendek harus konkret, konsisten, dan berkelanjutan. Oleh karena itu peranan kepemimpinan dan pemerintah yang kuat serta sistem sosial, politik, dan budaya yang mendukung sangat besar.

Ketiga, meningkatkan peranan Indonesia paling tidak di Asia politik politik, maupun Tenggara dalam waktu dekat. Agar berperan lebih besar dalam dinamika Asia menuju tahun 2050, Indonesia perlu secepatnya kembali memainkan peran yang lebih besar di ASEAN, baik bidang sosial politik termasuk bidang pertahanan. Langkah ini penting mengingat *geoekonomi* dan *geopolitik* ASEAN sangat strategis

V. KESIMPULAN

Strategi ekonomi dan perdagangan Indonesia menghadapi ekonomi China dan India yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang relatif cepat adalah perlu dilakukan. Peluang keberhasilannya tergantung pada peran pemerintah sebagai pemegang regulasi moneter dan fiskal untuk menciptakan iklim usaha, daya saing usaha, efisiensi serta dapat menurunkan *cost of production*.

Langkah strategis yang mendesak adalah pemerintah segera meningkatkan pembangunan infrastruktur untuk mendukung iklim investasi maupun meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Syamsul, Ediana Rae, Dian dan Joseph PR. Charles. 2007. Kerja Sama Perdagangan Internasional, Peluang dan Tantangan bagi Indonesia. Penerbit PT Elex media Komputindo. Jakarta

- Baasir, Faisal. 2004. Indonesia Pasca Krisis, Catatan Politik dan Ekonomi 2003-2004. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- David S. Rubin, Richard I. Levin. 2006. *Statistic for Management. Sevent Edition. An Imprint of Pearson Education*. New Delhi. India
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri baru 2030*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Mankiw, N. Gregory. 2003. *Teori Makroekonomi. Edisi kelima*. Harvard University. Penerbit Erlangga
- Prathama, Rahardja dan Manurung Mandala. 2005. *Teori Ekonomi Makro suatu pengantar. edisi ketiga*. LPFEUI
- Subiyanto, Heru dan Riphah, Singgih. 2004. *Kebijakan, Fiskal, Pemikiran Konsep dan Implementasi*. Penerbit Buku Kompas.
- Todaro, P, Michael, dan Smith C. Stephen. 2006. *Pembangunan Ekonomi Didunia Ketiga, Edisi Kedelapan*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- [www. bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id)