Menangkap peluang usaha di Australia

Monday, 04 February 2008

Menangkap peluang usaha di Australia

Kalau pengusaha Indonesia, khususnya yang bergerak dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bertanya apakah mungkin produk-produk yang dihasilkan dapat diekspor ke pasar Australia, pertanyaan tersebut boleh jadi timbul karena para pengusaha tersebut belum mendapatkan informasi ataupun data secara maksimal mengenai pasar Australia yang akan menjadi negara tujuan ekspor produknya.Hubungan bilateral Indonesia-Australia memang tidak pernah membosankan untuk dibahas apalagi di bidang perdagangan. Dengan jumlah penduduk sekitar 20.5 juta dan Gross Domestic Product (GDP) per kapita sebesar US$ 36,016 (prediksi IMF untuk tahun 2006) menjadikan Australia sebagai salah satu negara kaya di kawasan Asia Pasifik. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang peluang UKM di negara Koala ini, simak hasil wawancara AKSES dengan Dubes Indonesia untuk Australia merangkap Republik Vanuatu, Teuku Mohammad Hamzah Thayeb yang didampingi Ratu Silvy Gayatri (Pejabat Fungsi Ekonomi KBRI Canberra) dan Retno Kusumo Astuti (Atase Perdagangan KBRI Canberra)Bagaimana Anda melihat sektor usaha kecil di Australia?Pertumbuhan ekonomi Australia terus mengalami peningkatan, bahkan di tahun 2003-2004 pemerintah Australia mencatat budget surplus satu persen dari GDP yang mencapai US$ 603 milyar. Kemajuan ekonomi dengan pendapatan yang demikian besar dicapai juga berkat sumbangan sektor usaha kecil (small business). Hal ini diakui oleh Menteri Usaha Kecil dan Turisme Australia, Hon. Fran Bailey, yang menyatakan bahwa “small business is pivotal to the growth of the Australian economy.” Selain merupakan sumber ekspor dan inovasi, sektor usaha kecil tercatat telah menguasai 95% dari keseluruhan bisnis dan mempekerjakan 3,3 juta pekerja industri di seluruh Australia. Di Australia usaha kecil adalah perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 20 orang; dan selama kurun waktu 10 tahun ini, Australia telah berhasil menambah dengan 110,000 usaha kecil baru sebagai akibat kreativitas dalam berwirausaha serta penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan, yang kemudian dikomersialisasikan, sehingga telah ikut menyumbang pada peningkatan ekspor dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat banyak. Pesatnya pertumbuhan usaha kecil di Australia tidak terlepas dari dukungan pemerintahnya. Laporan World Bank menyebut bahwa Australia berada pada peringkat kedua sebagai negara yang memberikan kemudahan untuk memulai usaha, dan peringkat ketiga dalam pemberian kredit kepada sektor usaha. Kesempatan berusaha ini diperluas dengan telah dibentuknya Australian Trade Commission (Austrade) yang membantu para pengusaha dalam memasarkan produk dan jasa di luar negeri sehingga mereka dapat menghemat waktu dan biaya serta mengurangi resiko. Sektor ini sangat beragam dan umumnya mencakup bidang construction, manufacturing, wholesale trade, retail trade, accommodation, cafés, restaurant, transport and storage, communication service, finance and insurance, property and business service, education, health and community service, cultural and recreational service, serta personal service. Melihat kondisi yang demikian ini, survey yang dilakukan St George-ACCI Small Business dari tahun 2000-2006 menyebut usaha kecil merupakan “a prosperous sector”.Bagaimana Anda memandang perekonomian Australia secara umum dan peluangnya bagi UMKM Indonesia ?Kita menyadari bahwa Australia merupakan salah satu negara tetangga terdekat Indonesia yang termasuk dalam kategori developed economy. Justru karena kedekatan geografis inilah maka terdapat potensi untuk mengembangkan hubungan perdagangan, khususnya UMKM yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Dengan pendapatan per tahun sebesar A$ 32,127 (purchasing power parity), penduduk Australia memiliki daya beli yang sangat tinggi sehingga mereka mempunyai posisi pilih atas barang dan jasa yang cukup tinggi pula. Apabila diperhatikan, dewasa ini perdagangan Australia dengan China, Amerika Serikat, Jepang, Korea ataupun dengan beberapa negara anggota ASEAN, bahkan dengan Eropa sekalipun, nilai perdagangan menunjukkan angka yang jauh lebih besar dibandingkan dengan angka perdagangan antara Australia dengan Indonesia, yang jaraknya lebih dekat dibandingkan dengan negara-negara tadi. Sebagai gambaran umum, saat ini lima negara pengimpor terbesar dari Australia adalah China (13.8%), Amerika Serikat (13.6%), Jepang (10.3%), Singapura (6.3%) dan Jerman (5.2%). Sementara dengan Indonesia hanya mencapai 2.6%. Untuk periode 2005-2006 nilai total perdagangan (merchandise) Indonesia dan Australia mencapai A$ 8,537 juta dengan rincian: ekspor Australia ke Indonesia sebesar A$ 3,983 juta, dan impor Australia dari Indonesia sebesar A$ 4,554 juta. Walaupun dari angka-angka tersebut menunjukkan surplus bagi Indonesia sebesar A$ 571 juta, Indonesia masih belum termasuk dalam daftar “the big five”. Kenyataan ini menjadi tantangan kita untuk meningkatkan ekspor produk-produk Indonesia ke Australia.Dari pengamatan selama ini, produk-produk dari Indonesia yang telah memasuki pasar di Australia, diantaranya adalah furniture, kerajinan tangan (handicrafts), bahan makanan/makanan olahan, paper dan paperboard, barang-barang elektronika, pakaian jadi, crude petroleum, non-monetary gold, kayu. Bahkan tidak tertutup kemungkinan untuk juga memasukkan produk-produk lain seperti buah-buahan tropis yang saat ini sebagian besar masih dikuasai Thailand.Bagaimana dengan citra pengusaha UMKM Indonesia di pasar Australia?Masih terjadi kasus-kasus yang sedikit banyak mempengaruhi citra pengusaha UMKM Indonesia. Tidak jarang pula Perwakilan RI di Australia menerima keluhan dari perusahaan/importir Australia sehubungan dengan kerugian yang dialaminya disebabkan praktek bisnis perusahaan Indonesia. Terjadi kasus di mana pembayaran sudah dikirim tetapi barang yang dipesan ternyata tidak kunjung tiba. Setelah beberapa kali perusahaan Australia mencoba, namun tidak pernah berhasil menghubungi perusahaan Indonesia karena nomor telpon dan alamatnya tidak dapat dilacak kembali. Kasus lainnya adalah ketika sebuah pengusaha Australia meminta bantuan Perwakilan RI untuk mengklarifikasi legitimasi sebuah perusahaan Indonesia yang telah memperkenalkan diri secara langsung kepadanya dengan melampirkan copy Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), berikut informasi keberadaan perusahaan, jenis usaha dan produk yang dihasilkannya. Setelah diamati, ternyata SIUP diterbitkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Maluku, akan tetapi alamat perusahaannya di Medan, Sumatera Utara. Ketika Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Sumatera Utara dihubungi untuk mengecek keberadaan perusahaan dimaksud, ternyata alamat tersebut tidak ada. Kejadian-kejadian tersebut tentu saja telah menodai citra perusahaan/eksportir Indonesia di mata pebisnis Australia. Sebaliknya pun pernah terjadi

kasus di mana perusahaan Indonesia melaporkan bahwa pihaknya telah dirugikan oleh perusahaan Australia. Oleh sebab itu kiranya perlu untuk tetap menjaga kehati-hatian di kedua belah pihak serta untuk senantiasa meningkatkan kesiapan perusahaan dan eksportir Indonesia dalam memahami secara benar prosedur ekspor dan impor Indonesia sendiri.Apa saja yang perlu dilakukan oleh pengusaha UMKM untuk mencari peluang masuk ke pasar Australia?Dalam era digital dewasa ini, untuk mencari peluang masuk ke pasar Australia maupun untuk memperkenalkan produk-produk UMKM dapat memanfaatkan sarana website dengan mengakses situs Departemen Perdagangan maupun dengan membuat situs produk sendiri. Cara lain yang dapat dimanfaatkan pengusaha UMKM memperkenalkan produknya adalah melalui keikutsertaan pada pameran dagang yang berskala internasional, seperti Pameran Produk Ekspor (Resource Indonesia Exhibition) yang diselenggarakan pada bulan Oktober setiap tahun di Arena Pekan Raya Jakarta oleh Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), atau melalui media pameran lainnya seperti Inacraft. Dalam upaya memperkenalkan produk-produk UMKM Indonesia kepada khalayak di Australia, dengan sendirinya juga dapat dilakukan melalui kantor-kantor perwakilan Indonesia di Australia, yaitu Kedutaan Besar RI di Canberra (www.kbri-canberra.org.au) dan Konsulat Jenderal RI di Sydney (www.indosyd.org.au), Konsulat Jenderal RI di Melbourne (www.kjri-melbourne.org.au), Konsulat RI di Perth (www.kri-perth.org.au) serta Konsulat RI di Darwin (kridw@indoconsdarwin.org.au).Lalu, bagaimana dengan strategi untuk masuk ke pasar Australia?Untuk dapat memasuki pasar Australia ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian pengusaha UMKM Indonesia. Pertama, pengusaha UMKM perlu mengerti karakteristik pasar Australia. Dalam hal ini di antara kedua pihak yang akan melakukan transaksi harus mempunyai pemahaman yang sama mengenai barang dan jasa yang akan diperjualbelikan, komitmen atas ketepatan waktu pengiriman barang, dan jaminan akan kesinambungan pasokan. Kedua, pemilihan mitra usaha yang tepat merupakan elemen penting dalam arti mendapatkan kejelasan tentang legitimasi perusahaan Australia. Untuk itu, penelitian dapat dilakukan dari kepemilikan Australian Business Number (ABN) dan Australian Business Register (ABR). Berdasarkan peraturan setempat, perusahaan dan pengusaha di Australia wajib mempunyai nomor registrasi ABN, yang merupakan deretan angka sebelas digit dan terdaftar pada kantor pajak. ABN diperoleh setelah pengusaha mendaftarkan perusahaannya untuk mendapatkan ABR, yang merupakan informasi rinci dan identitas mengenai perusahaan tersebut dan terdaftar pada Departemen Industri, Turisme dan Sumber Daya Alam.Ketiga, yang juga tidak kalah penting adalah pemahaman mengenai regulasi setempat, khususnya yang berkaitan dengan mutu dan standar yang ditetapkan Australia. Dalam hal ini perlu diingat bahwa Australia merupakan negara anggota World Trade Organization (WTO) yang telah menandatangani perjanjian mengenai pengaturan pelaksanaan dan kebijakan di bidang Sanitary dan Phytosanitary (SPS). Karenanya, Australia menerapkan aturan yang ketat terhadap pengapalan (shipment) barang-barang dari luar Australia, seperti impor bahan makanan, makanan olahan, tumbuhan serta bagiannya, hewan/ternak serta bagiannya, kemasan (packaging), produk pertanian, perikanan, kehutanan, pertambangan, dan mesin-mesin konstruksi. Di samping itu pemahaman mengenai regulasi ekspor/impor Indonesia sendiri juga merupakan keharusan untuk dipahami semua pengusaha. Keempat, aspek yang juga perlu diketahui menyangkut karantina. Pemerintah Australia, melalui Australian Quarantine and Inspection Service (AQIS) menerapkan aturan yang ketat dengan maksud untuk melindungi konsumen dan masyarakat di Australia sehingga tidak jarang menghambat masuknya beberapa produk makanan dan makanan olahan yang diimpor Australia, termasuk dari Indonesia. Tindakan yang biasa dilakukan berupa perintah penahanan barang (holding order) atas bahan makanan atau makanan olahan, karena setelah diinspeksi terbukti barang-barang tersebut tidak memenuhi persyaratan yang telah ditentukan AQIS. Alasan dikenakan holding order diantaranya adalah produk tersebut i) mengandung bahan/unsur yang tidak layak dikonsumsi manusia, seperti kandungan bahan pengawet, penggunaan bahan pewarna yang tidak lazim, jamur, bakteri; dan ii) tidak mencantumkan label yang memberikan informasi komposisi produk, ingredient, tanggal produksi, batch, tanggal kadaluarsa, alamat, telpon, faksimil produsen, layanan pengaduan konsumen, alamat importir. Semua informasi tersebut harus dicantumkan dalam bahasa Inggris. Untuk menghindari pengenaan holding order atas produk ekspor bahan makanan dan makanan olahan dari Indonesia, akan sangat membantu jika perusahaan/eksportir Indonesia menjalin kerjasama dengan importir di Australia dengan memperhatikan ABR dan ABN yang mereka miliki.Duta Besar RI untuk Australia Muhammad Hamzah Thayeb
Oleh: Djoko Harjanto
WAWANCARA EDISI V 2007
Sumber : http://www.aksesdeplu.com/wawancara%20Thayeb.htm