

**LAPORAN PENELITIAN  
HIBAH INSTITUSI  
UNIVERSITAS LAMPUNG**



**PEMETAAN STRATEGIS POTENSI PROVINSI LAMPUNG DALAM  
RANGKA MENGHADAPI IMTGT 2020**

**TIM PENGUSUL**

**Ketua:**

**Intan Fitri Meutia, Ph.D. 0020068502 (5975146)**

**Anggota:**

**Fahmi Tarumanegara, M.Si. 0025088006 (6008736)**  
**Gita Karisma, M.Si. 0028018701 (6021547)**  
**Fitri Juliana Sanjaya, M.A. 0017078805 (6680587)**  
**Rahayu Lestari, M.A. 0015028903 (6688629)**  
**Indra Jaya Wiranata, M.A. 0019129201 (6680586)**  
**Lilih Muflihah, M.IP. 0209058203 (6681249)**

Dibiayai Hibah Penelitian Institusi Universitas Lampung Tahun Anggaran 2019  
Nomor **3218/UN26.21/PN/2019** Tanggal 15 Juli 2019

**Penelitian Dasar**

**PUSAT STUDI ASEAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENELITIAN HIBAH INSTITUSI UNIVERSITAS LAMPUNG**

---

Judul Penelitian	: Pemetaan Strategis Potensi Provinsi Lampung Dalam Rangka Menghadapi IMTGT
Manfaat sosial ekonomi	: Melakukan prediksi dan pendataan untuk pemetaan potensi daerah (Provinsi Lampung) sebagai komoditas e-commerce dalam kesiapan menghadapi IMTGT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle) pada tahun 2020.
Jenis penelitian	: <input checked="" type="checkbox"/> penelitian dasar <input type="checkbox"/> penelitian terapan : <input type="checkbox"/> pengembangan eksperimental
Ketua Peneliti	
a. Nama Lengkap	: Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D
b. NIDN	: 0020068502
c. SINTA ID	: 5975146
d. Jabatan Fungsional	: Lektor
e. Program Studi	: Administrasi Publik
f. Nomor HP	: 081369694554
g. Alamat surel (e-mail)	: intan.fitri@fisip.unila.ac.id
Anggota Peneliti (1)	
a. Nama Lengkap	: Fahmi Tarumanegara, M.Si.
b. NIDN	: 0025088006
c. SINTA ID	: 6008736
d. Program Studi	: Hubungan Internasional
Anggota Peneliti (2)	
a. Nama Lengkap	: Gita Karisma, M.Si.
b. NIDN	: 0028018701
c. SINTA ID	: 6021547
d. Program Studi	: Hubungan Internasional
Anggota Peneliti (3)	
a. Nama Lengkap	: Fitri Juliana Sanjaya, M.A.
b. NIDN	: 0017078805
c. SINTA ID	: 6680587
d. Program Studi	: Hubungan Internasional
Anggota Peneliti (4)	
a. Nama Lengkap	: Rahayu Lestari, M.A.
b. NIDN	: 0015028903
c. SINTA ID	: 6688629
d. Program Studi	: Hubungan Internasional
Anggota Peneliti (5)	
a. Nama Lengkap	: Indra Jaya Wiranata, M.A.
b. NIDN	: 0019129201
c. SINTA ID	: 6680586
d. Program Studi	: Hubungan Internasional
Anggota Peneliti (6)	
a. Nama Lengkap	: Lilih Muflihah, M.IP.
b. NIDN	: 0209058203
c. SINTA ID	: 6681249

d. Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Jumlah mahasiswa yang terlibat : 2

Jumlah alumni yang terlibat : 2

Jumlah staf yang terlibat : 2

Lokasi kegiatan : BAPEDDA, Provinsi Lampung

Lama kegiatan : 1 tahun

Biaya Penelitian : Rp. 40.000.000,-

Sumberdana : DIPA UNILA

Bandar Lampung, 30 Oktober 2019

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ketua Pusat Studi ASEAN  
FISIP Unila,

**Dr. Syarief Makhya, M.Si.**  
**NIP. 195908031986031003**

**Intan Fitri Meutia Ph.D.**  
**NIP. 198506202008122001**

Menyetujui,  
Ketua LPPM Unila

**Prof. Dr. Ir. Hamim Sudarsono, M.Sc.**  
**NIP. 196001191984031002**

**IDENTITAS DAN URAIAN UMUM  
PENELITIAN INSTITUSI UNIVERSITAS LAMPUNG**

1. Judul Penelitian : PEMENTAAN STRATEGI POTENSI PROVINSI LAMPUNG DALAM RANGKA MENGHADAPI IMTGT 2020

2. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi	Alokasi Waktu (jam/minggu)
1.	INTAN FITRI MEUTIA, Ph.D.	Ketua	MANAJEMEN STRATEGIS	ADMINISTRASI PUBLIK	20
2.	FAHMI TARUMANEGARA, M.SI.	Anggota 1	NATION BRANDING	HUBUNGAN INTERNASIONAL	15
3.	GITA KARISMA, M.SI.	Anggota 2	KERJASAMA DAN BANTUAN INTERNASIONAL	HUBUNGAN INTERNASIONAL	15
4.	FITRI JULIANA SANJAYA, M.A.	Anggota 3	PARADIPLOMASI	HUBUNGAN INTERNASIONAL	15
5.	RAHAYU LESTARI, M.A.	Anggota 4	BUDAYA GLOBAL	HUBUNGAN INTERNASIONAL	15
6.	INDRA JAYA WIRANATA, M.A.	Anggota 5	KEAMANAN INTERNASIONAL	HUBUNGAN INTERNASIONAL	15
7.	LILIH MUFLIAH, M.IP.	Anggota 6	KEBIJAKAN INTERNASIONAL - DOMESTIK	ILMU PEMERINTAHAN	15

3. Objek Penelitian (jenis material yang akan diteliti dan segi penelitian):  
Potensi Provinsi Lampung dan kerangka strategis komoditas pasar e-commerce dalam upaya IMTGT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle)

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : bulan Mei tahun 2019

Berakhir : bulan November tahun 2019

5. Usulan Biaya : Rp. 40.000.000,-

6. Lokasi Penelitian (lab/studio/lapangan) : Provinsi Lampung

7. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontributornya):  
BAPPEDA Provinsi Lampung sebagai leading sector pemetaan dan perencanaan strategis Provinsi Lampung

8. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada gagasan fundamental dan orisinal yang akan mendukung pengembangan iptek):

Analisis terhadap rencana strategis BAPPEDA sebagai upaya pemetaan potensi Provinsi Lampung dalam menghadapi IMTGT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle) tahun 2020. Diharapkan melalui pemetaan ini potensi Sumber Daya dapat dikembangkan, serta keunggulan dan peluang kemudian tantangan dan halangan akan dapat dianalisis, khususnya untuk menghadapi era Perdagangan tanpa batas melalui perekonomian digital atau *e-commerce*.

9. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran untuk setiap penerima Hibah Penelitian Institusi ini (Prosiding dan Jurnal)
  - a) Seminar : International Conference on ASEAN (IC-ASEAN) "Towards a Better ASEAN", 5-6 September, 2019 - Universitas Andalas, Padang, Indonesia
  - b) Jurnal: ASEAN Journal of Community Engagement, Universitas Indonesia (SINTA 2) - Januari 2020

## RINGKASAN

Penelitian ini menggunakan metode *mix-methods*, yakni menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengatasi kelemahan yang terdapat dalam pendekatan metode kualitatif maupun kuantitatif. Dalam memetakan potensi strategis Provinsi Lampung tidak hanya dengan mengumpulkan data dan melakukan wawancara namun perlu adanya survey atas pengelompokan potensi yang akan dipetakan. Penelitian ini akan dilakukan dengan urgensi pemetaan strategis potensi Provinsi Lampung dan rekomendasi kebijakan kepada Bappeda dan Instansi terkait untuk lebih aktif dalam kerjasama internasional khususnya paradiplomasi. Indikator capaian penelitian ini adalah sebagai berikut: Potensi dan Kelemahan Provinsi Lampung dan Pemetaan pemahaman terkait pentingnya kerjasama internasional (paradiplomasi); serta Strategi Lampung menghadapi IMTGT 2020.

Kerja sama Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) sudah terbentuk sejak 1993, namun baru mengalami perkembangan signifikan sejak 12 Januari 2007 diantaranya dengan disepakatinya *IMT-GT Connectivity Corridor* terdiri dari (lima) koridor ekonomi yang dipandang paling potensial dan telah memiliki traffic yang relatif tinggi dan perlu ditingkatkan yaitu: (i) koridor ekonomi Songkhla-Penang-Medan Economic Corridor, (ii) Koridor ekonomi Selat Malaka, (iii) Koridor ekonomi Banda Aceh-Medan-Dumai-Palembang, (iv) koridor ekonomi Melaka-Dumai dan (v) koridor ekonomi Ranong-Phuket-Aceh. Beberapa wilayah Indonesia yang menjadi bagian dari kerja sama IMT-GT adalah provinsi Aceh, Bangka-Belitung, Bengkulu, Jambi, Lampung, Sumatera Selatan, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Utara dan Sumatera Barat.

IMT-GT menjadi peluang bagi Provinsi Lampung untuk membangun daerahnya melalui paradiplomacy baik bilateral maupun multilateral sekaligus agar memiliki daya saing dan tidak tertinggal di era *free trade* dan *Asean Community*. Sebagaimana focus IMT-GT yang menekankan pada sektor swasta, maka keunggulan komplementer dan keunggulan komparatif perlu dipetakan. Salah satu isu lainnya yang saat ini sedang menjadi masalah menarik yaitu **Ekonomi Digital** yang dimaknai sebagai aktivitas ekonomi dan bisnis yang berbasis pada teknologi digital. Dengan kata lain, ekonomi digital merupakan pelaksanaan kegiatan ekonomi dan bisnis melalui pasar yang berbasis internet. Adapun kegiatan tersebut meliputi berbagai area yang luas, termasuk didalamnya adalah: industri, layanan kesehatan, pendidikan, jasa finansial atau perbankan maupun sektor lainnya. Potensi ekonomi digital di wilayah Asia Tenggara sangat besar dan pada tahun 2018 diperkirakan mencapai 1.048 Triliun rupiah ( warta ekonomi, 20 November 2018).

Pusat Studi ASEAN (PSA) FISIP Universitas Lampung sebagai salah satu *think tank* utama dalam perkembangan keilmuan khususnya di Provinsi Lampung sudah selayaknya membangun kompetensi keilmuan untuk menghadapi Peluang dan Tantangan dari IMTGT ini. Oleh karena itu PSA melakukan inisiasi penelitian yang berfokus pada pemetaan potensi strategis Provinsi Lampung dalam menghadapi IMTGT, yaitu potensi Sumber Daya Komoditas Perdagangan Lokal yang mampu bersaing pada era *borderless* atau perekonomian digital yang lebih dikenal dengan *e-commerce*.

***Kata kunci: Rencana Strategis\_Potensi\_IMTGT, Lampung***

## DAFTAR ISI

RINGKASAN .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Tentang Rencana Strategis .....	6
2.2 Tinjauan Tentang Kerjasama Internasional .....	6
2.3 Tinjauan Tentang E-Commerce .....	8
2.4 Tinjauan Tentang Paradiplomacy .....	11
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	17
3.2 Bagan Alir Penelitian .....	17
3.3 Teknik Analisis Data .....	18
3.1 Luaran .....	18
3.2 Lokasi Penelitian .....	18
3.3 Indikator Capaian .....	18
<b>BAB 4. BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
4.1 Biaya Penelitian .....	19
4.2 Jadwal Penelitian .....	20
<b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>21</b>
A. Gambaran Umum .....	21
B. Analisis SWOT Potensi Provinsi Lampung .....	25
C. Pemetaan Strategi Provinsi Lampung dalam Menghadapi IMT-GT .....	34
D. E-Commerce dan Komoditas Unggulan Perdagangan Internasional Lampung .....	38
<b>BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
6.1. Kesimpulan .....	50
6.2. Saran .....	50
Daftar Pustaka.....	52
<b>LAMPIRAN</b>	

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi salah satunya telah mendorong kompetisi antar negara yang diikuti munculnya gejala regionalisme sebagai bentuk upaya negara-negara di dunia untuk secara kolektif membangun kekuatan regional. Pada perkembangannya, pasca perang dingin kecenderungan kerjasama regional semakin menguat dan dikenal sebagai *new regionalisme* dengan orientasi peningkatan pertumbuhan ekonomi regional. Yang menarik, nyatanya negara-negara dengan kedekatan geografis ini tak hanya sebatas membentuk kerja sama regional semata melainkan juga merintis berbagai kerjasama sub regional di dalamnya.

Di kawasan Asia Tenggara saat ini misalnya terdapat dua bentuk kerja sama sub regional yang cukup aktif, yaitu BIMF-EAGA (*Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia-Philippines East ASEAN Growth Area*), IMT-GT (*Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle*), *Indonesia-Malaysia-Singapore Growth Triangle* (IMS-GT) berikut kawasan Sijori-nya (Singapura-Johor-Riau), dan terdapat pula kerjasama *Indian Ocean Rim Assosiation* (IORA), di mana Indonesia, Malaysia, dan Thailand tergabung sebagai anggota.

IMT-GT adalah kerjasama utama dan menjadi penting karena berkaitan dengan keterhubungan/konektivitas wilayah antarnegara anggota yang kemudian berujung pada perwujudan ASEAN Community, terutama pilar ASEAN Economic Community. Dalam *Master Plan on ASEAN Connectivity* disebutkan bahwa salah satu cara mewujudkan konektivitas adalah melalui sinkronisasi dengan beberapa kerja sama subregional di Asia Tenggara, terutama melalui IMT-GT.<sup>1</sup>

Kerja sama Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) sudah terbentuk sejak 1993, namun baru mengalami perkembangan signifikan sejak 12 Januari 2007 diantaranya dengan disepakatinya *IMT-GT Connectivity Corridor* terdiri dari (lima) koridor ekonomi yang dipandang

---

<sup>1</sup> ASEAN, *Master Plan on ASEAN Connectivity*, (Ha Noi: ASEAN, 2010).

paling potensial dan telah memiliki traffic yang relatif tinggi dan perlu ditingkatkan yaitu: (i) koridor ekonomi Songkhla-Penang-Medan Economic Corridor, (ii) Koridor ekonomi Selat Malaka, (iii) Koridor ekonomi Banda Aceh-Medan-Dumai-Palembang, (iv) koridor ekonomi Melaka-Dumai dan (v) koridor ekonomi Ranong-Phuket-Aceh. Beberapa wilayah Indonesia yang menjadi bagian dari kerja sama IMT-GT adalah provinsi Aceh, Bangka-Belitung, Bengkulu, Jambi, Lampung, Sumatera Selatan, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Utara dan Sumatera Barat. Dapat dipahami bahwa area IMT-GT adalah pulau Sumatera, dengan potensi Sumber daya Alam, namun memiliki kelemahan dalam sarana infrastruktur dan transportasi.

Kerja sama IMT-GT ini bernilai sangat strategis bagi Indonesia, karena setidaknya pertama, ia dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah Sumatera Indonesia, turut menyumbang kekuatan bagi ekonomi negara dan kawasan, yang kemudian akan kembali lagi kepada perkembangan ekonomi Sumatera itu sendiri. Kedua, dari sisi geografis, sebagian wilayah tiga negara tersebut terhubung oleh lautan, di mana pembangunan konektivitas antarwilayah tersebut diasumsikan akan lebih sulit, lama, dan mahal.<sup>2</sup> Ketiga, IMT-GT melibatkan Selat Malaka sebagai selat penting bagi perdagangan dan keamanan Indonesia.

Indonesia dapat menemukan peluang tentunya dengan pelibatan unsur pemerintah daerah dan potensi daerah di Sumatera itu sendiri. Lampung menjadi pintu masuk jalur darat yang cukup memadai dalam kerjasama ini. Provinsi Lampung dapat meninjau posisi dan peluang strategis dengan mengacu pada program-program dalam *Implementation Blueprint 2012-2016*, IMT- GT. Dalam pelaksanaannya ia terbagi kedalam enam kelompok kerja (*working groups*), yaitu *Working Group on Agriculture, Agro-Based Industry & Environment* (WGAAE), *Working Group on Halal Products and Services* (WGHAPAS), *Working Group on Tourism* (WGT), *Working Group on Infrastructure & Transport* (WGIT), *Working Group on Trade & Investment*

---

<sup>2</sup> Sandy Nur Ikfal Raharjo,dkk. Peran Kerjasama IMT-GT dalam Pembangunan Konektifitas ASEAN. *Jurnal Penelitian Politik*. Vol. 14, No. 1, Juni 2017. LIPI. Hal. 70

(WGTI), dan *Working Group on Human Resources & Development* (WGHRD).

Berdasarkan enam focus kerja tersebut, beberapa hal yang dapat digarisbawahi adalah, Indonesia memiliki kewajiban menghapus hambatan investasi dan membangun infrastruktur yang menghubungkan ketiga negara. Disamping itu, Indonesia sebetulnya dapat mengambil peluang besar dari produk barang dan jasa halal, peningkatan perdagangan, sector pariwisata, dan kelautan, yang terakhir pengembangan mobilitas tenaga kerja. Sayangnya kendala utama terletak pada pertama, pengembangan di sektor transportasi terutama laut. Kedua, tidak semua daerah telah memiliki kesiapan daya saing untuk mengambil peluang dalam kerja sama ini.

Setelah terwujudnya konektifitas, tentu setiap daerah yang berada di pulau Sumatera harus dapat memanfaatkan ini demi kepentingan pembangunan ekonomi daerah. Hal ini tentu perlu dilakukan sedini mungkin khususnya dengan membaca peluang strategis masing-masing daerah, termasuk yang dimiliki oleh Provinsi Lampung.

IMT-GT menjadi peluang bagi Provinsi Lampung untuk membangun daerahnya melalui paradiplomacy baik bilateral maupun multilateral sekaligus agar memiliki daya saing dan tidak tertinggal di era *free trade* dan *Asean Community*. Sebagaimana focus IMT-GT yang menekankan pada sektor swasta, maka keunggulan komplementer dan keunggulan komparatif perlu dipetakan. Salah satu isu lainnya yang saat ini sedang menjadi masalah menarik yaitu **Ekonomi Digital** yang dimaknai sebagai aktivitas ekonomi dan bisnis yang berbasis pada teknologi digital. Dengan kata lain, ekonomi digital merupakan pelaksanaan kegiatan ekonomi dan bisnis melalui pasar yang berbasis internet. Adapun kegiatan tersebut meliputi berbagai area yang luas, termasuk didalamnya adalah: industri, layanan kesehatan, pendidikan, jasa finansial atau perbankan maupun sektor lainnya. Potensi ekonomi digital di wilayah Asia Tenggara sangat besar dan pada tahun 2018 diperkirakan mencapai 1.048 Triliun rupiah (warta ekonomi, 20 November 2018).

Presiden Joko Widodo menyampaikan dalam KTT IMT-GT ke-11 bulan April 2018 yaitu “Sejalan dengan kebutuhan era Revolusi Industri 4.0

maka pengembangan digital ekonomi adalah keniscayaan, untuk itu kerja sama IMT-GT harus dapat memanfaatkan peluang ini”. Hal ini juga mendapat dukungan dari para Kepala Negara IMT-GT dengan menyatakan bahwa “*We recognise the importance of promoting e-commerce development and cooperation as well as the enhancement of digital economy usage and welcome the establishment of a new Sub-Working Group on ICT Connectivity*”.

Menindaklanjuti arahan para Kepala Negara, maka para Menteri juga menegaskan dalam pernyataan bersama bahwa “*IMT-GT will also consider ways to better harness opportunities and adapt to challenges of the Industrial Revolution 4.0*”. Secara khusus para Menteri IMT-GT menyepakati untuk disusun *Framework* Revolusi Industri 4.0 dengan memperhatikan 7 (tujuh) sektor prioritas yang ada di dalam IMT-GT *Implementation Blueprint* dan diharapkan dapat dilaksanakan bersamaan dengan *Mid Term Review* IMT-GT IB 2017-2021 pada tahun 2019. Oleh karenanya ini bermaksud untuk membuat pemetaan strategis Lampung dalam menghadapi IMT-GT 2020, terutama mengenai agenda *e-commerce*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah

- a) Pemetaan potensi Sumber Daya komoditas Provinsi Lampung dalam menghadapi IMT-GT (Indonesia Malaysia Thailand Growth Triangle) tahun 2020?
- b) Bagaimana Analisis SWOT dalam upaya mengembangkan potensi SD provinsi Lampung di Era perdagangan tanpa batas atau era ekonomi digital yaitu *e-commerce*?
- c) Bagaimana Rencana Strategis Bappeda (Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah) Provinsi Lampung untuk menghadapi IMTGT 2020

### **1.3 Tujuan Khusus**

a) Penelitian ini berupaya untuk menganalisis kekuatan strategis provinsi Lampung serta menjelaskan peluang Provinsi Lampung dalam menghadapi IMT-GT 2020.

b) Sebagai kajian Penelitian dari Pusat Studi ASEAN, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

### **1.4 Urgensi Penelitian**

Pemetaan potensi strategis Sumber Daya Komoditas perdagangan sangat penting bagi Provinsi Lampung terutama dalam menghadapi kerjasama IMT-GT. Lampung dapat memanfaatkan peluang kerjasama IMT-GT ini, dengan mengetahui potensi apa saja yang dimiliki dan tepat digunakan dalam kerangka kerjasama ini. Sebagai salah satu universitas terbesar di Lampung, Universitas Lampung sudah selayaknya ikut berkontribusi memberikan analisis dan rekomendasi pemetaan dan kebijakan kepada pemerintah daerah maupun pusat. Penelitian ini sangat penting sejalan dengan Rencana Strategis Unila, terutama dalam upaya penyelesaian persoalan kebangsaan (kemanusiaan) serta kemitraan dengan pemerintah dalam makna yang luas.

Kajian Penelitian ini diharapkan mampu untuk menghasilkan output baru, yaitu sebagai berikut:

- a) Menghasilkan pemetaan strategis Provinsi Lampung khususnya dalam kerjasama IMT-GT
- b) Mengetahui peluang yang dimiliki provinsi Lampung dalam menjalin kerjasama paradiplomasi dengan negara IMT-GT

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengetahuan sebagai berikut:

- a) Pengembangan konsep dan teori mengenai paradiplomasi dan tipologi paradiplomasi
- b) Pengembangan analisis kerjasama sub-regional dan keuntungannya bagi daerah.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Rencana Strategis**

Rencana atau Perencanaan strategis adalah proses yang dilakukan organisasi untuk menentukan strategi, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini. Perencanaan strategis (*Strategic Planning*) adalah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan, sehingga menjadi petunjuk yang dapat digunakan organisasi untuk mereka bekerja 5 sampai 10 tahun ke depan (Kerzner, 2001).

### **2.2 Kerja Sama Internasional**

Memasuki era post-kolonial kerjasama antar negara semakin meningkat. Hal tersebut ditandai dengan munculnya berbagai skema kerjasama, mulai dari tingkat regional hingga subnasional. Bahkan kerjasama antar negara lintas kawasan telah mulai menjadi trend baru. Negara yang tadinya saling berseberangan dan berkompetisi pun mulai membuka jalan diplomasi, seperti Amerika Serikat dan China, Amerika Serikat dan Korea Utara, Prancis dan Jerman.

Kerjasama antar negara menjadi bukti tingkat saling ketergantungan negara satu dengan lainnya. Baik ketergantungan yang didasari karena adanya alasan kepentingan nasional maupun motif yang lebih emosional (sebagai representasi ideologi atau kesamaan identitas) (Lebow, 2007, pp. 311-314). Kerjasama telah dimaknai sebagai salah satu kebutuhan dalam iklim demokrasi. Meskipun tak menepis kemungkinan tetap adanya konflik yang muncul di tengah-tengah kerjasama tersebut. Namun konflik yang muncul biasanya justru menjadi jalan baru negosiasi. Menurut K.J. Holsti (Holsti, 1988, pp. 652-653), kerjasama internasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a) Pandangan bahwa dua atau lebih kepentingan, nilai, atau tujuan saling bertemu dan dapat menghasilkan sesuatu, dipromosikan atau dipenuhi oleh semua pihak sekaligus.
- b) Pandangan atau harapan dari suatu negara bahwa kebijakan yang diputuskan oleh negara lainnya akan membantu negara itu untuk mencapai kepentingan dan nilai-nilainya.
- c) Persetujuan atau masalah-masalah tertentu antara dua negara atau lebih dalam rangka memanfaatkan persamaan kepentingan atau benturan kepentingan.
- d) Aturan resmi atau tidak resmi mengenai transaksi di masa depan yang dilakukan untuk melaksanakan persetujuan.
- e) Transaksi antar negara untuk memenuhi persetujuan pihak yang bekerja sama.

Kerja sama internasional dapat dilihat dari bidang dan sifatnya. Dilihat dari bidangnya di antaranya kerja sama bidang ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan. Sementara kerja sama dilihat dari sifatnya yaitu kerjasama yang bersifat bilateral, trilateral, dan multilateral. Wujud kerja sama yang sering dilakukan oleh negara direpresentasikan dalam perjanjian, *letter of intent*, *memorandum of understanding*, traktat, dan lain-lain. Kerja sama negara-negara dalam satu regional merupakan salah satu kerjasama yang kuat. Terlebih dalam kerangka regionalisme terbuka (*open regionalism*), negara-negara dengan letak geografis dalam satu kawasan atau berdekatan kawasan akan lebih relevan dan signifikan untuk memperkuat hubungan dan kerja sama (East Asian Bureau of Economic Research and China Center for International Economic Exchanges, 2016).<sup>5</sup> Beberapa kerjasama negara-negara dalam satu regional dibangun atas dasar kepentingan dan tujuan khusus. Semisal kerjasama antar negara di Asia Selatan, bahkan di wilayah yang diperkirakan rawan terjadi konflik seperti di Hindu Kush-Himalaya.<sup>6</sup> Kerjasama Hindu Kush-Himalaya (HKH) dibangun dalam kerangka penanganan perubahan iklim, resiko bencana alam, dan pembangunan berkelanjutan. Kerjasama tersebut dibangun negara-negara Asia Selatan dan China. Kerjasama dengan skema tujuan khusus lain sebagaimana

yang terbangun antara India, Pakistan dan SAARC atau kerjasama antara Burma, Thailand, dan ASEAN, dalam menangani fenomena kriminalitas dan terorisme.<sup>7</sup>

Kerjasama lintas batas melibatkan berbagai *stakeholder* dan kelompok kepentingan, dari kalangan pemerintah maupun non-pemerintah. Dalam perkembangan terkini, kerjasama internasional melibatkan pemerintah daerah dalam suatu pemerintahan negara atau yang lebih populer dikenal sebagai subnasional. Hal ini mengingat pembangunan global di era *borderless* tidak dapat melepaskan faktor domestik dan peran kewilayahan lokal. Begitupun sebaliknya, pembangunan lokal dengan beberapa pertimbangan khusus mau tidak mau perlu membuka akses atas peran global.

Kebijakan pemerintah menjadi salah satu pedoman dan sekaligus rumusan untuk melihat skema dan kerangka kerjasama internasional yang melibatkan subnasional. Dalam konteks Indonesia, kerjasama tersebut dapat dirujuk pada Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2018 Tentang Kerjasama Daerah. Peraturan tersebut mendefinisikan kerjasama daerah sebagai usaha bersama antara daerah dan daerah lain, antara daerah dan pihak ketiga, dan/atau antara daerah dan lembaga atau pemerintah daerah di luar negeri yang didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan efektivitas pelayanan publik serta saling menguntungkan.<sup>8</sup> Merujuk pada Pasal 1 ayat 2 sampai 5, kerjasama yang dilakukan daerah dapat terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

- a) Kerjasama Daerah Dengan Daerah Lain (KSDD), adalah upaya kerjasama yang dilakukan oleh antar daerah dalam rangka menyelenggarakan urusan pemerintah dan untuk mengupayakan terjadinya kesejahteraan masyarakat serta memenuhi kewajiban pemerintah untuk memberi pelayanan publik;
- b) Kerjasama Daerah Dengan Pihak Ketiga (KSDPK), memiliki tujuan yang sama seperti KSDD, tetapi mitra dalam melakukan kerjasamanya yang berbeda, yaitu pihak ketiga;
- d) Kerjasama Daerah Dengan Pemerintah Daerah di Luar Negeri (KSDPL);
- e) Kerjasama Daerah Dengan Lembaga di Luar Negeri (KSDLL).

Sinkronisasi peraturan pemerintah pusat dan pemerintah daerah menjadi salah satu panduan penting untuk menjamin kesuksesan terlaksananya kerjasama internasional yang melibatkan subnasional. Hal tersebut merupakan salah satu etik

yang mendasari legalitas dan keabsahan suatu kerjasama. Selain menghindari terjadinya penyelewengan dan resiko yang dapat diakibatkan oleh terbukanya akses kerjasama sebagai jalan pengelolaan sumber daya negara.

### 2.3 E-Commerce

E-commerce yaitu sebuah proses pembelian, penjualan, dan atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk jaringan internet. Aktivitas wirausaha menjadi sebuah indikator bagi penduduk sebuah negara dalam melihat tingkat kemandirian ekonomi dan kesejahteraan. Memasuki era digital, kegiatan jual beli tidak hanya melalui tahapan manual dan mengharuskan kedua belah pihak, penjual dan pembeli, bertemu, melainkan bisa dilakukan jarak jauh dengan memanfaatkan internet. Istilah e-commerce dapat dilihat dari empat perspektif yang berbeda, yaitu:<sup>9</sup>

- a) Perspektif komunikasi, merupakan penyediaan barang, jasa, informasi atau pembayaran melalui jaringan computer atau alat elektronik lainnya.
- b) Perspektif proses bisnis, yaitu aplikasi dari teknologi dengan tujuan mengotomatisasi transaksi bisnis dan langkah-langkah dalam melaksanakan pekerjaan.
- c) PERSPEKTIF pelayanan, merupakan alat yang bisa memenuhi kebutuhan sebuah perusahaan, konsumen, dan manajemen dengan tujuan meminimalisir biaya pelayanan, meningkatkan kualitas, dan kecepatan pelayanan konsumen.
- d) Perspektif online, e-commerce memungkinkan dilakukannya proses penjualan dan pembelian produk serta informasi melalui internet dan juga layanan online lainnya.

Dikarenakan produk dari e-commerce tidak hanya berupa barang, tapi juga jasa, maka pelaku-pelaku atau aktor yang bergerak pada aktivitas ini juga beragam. E-commerce dapat juga diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek pada sifat transaksinya, yaitu:<sup>10</sup>

- a) Business to Business (B2B), transaksi yang melibatkan perusahaan atau organisasi yang bisa bertindak sebagai pembeli ataupun penjual.

- b) Business to Consumer (B2C), transaksi yang bersifat skala kecil sehingga tidak hanya organisasi tetapi juga individu dapat terlibat dalam aktivitas transaksi tersebut. Tipe ini juga biasa disebut *e-tailing*.
- c) Business to Business to Consumer (B2B2C), ketika sebuah perusahaan menyediakan produk atau jasa kepada sebuah perusahaan lainnya, dan perusahaan lain tersebut juga menyediakan jasa, tetapi untuk individu yang merupakan seorang konsumen.
- d) Consumer to Business (C2B), pada tipe yang ini, individu menjual barang atau jasa melalui internet atau media elektronik lainnya kepada organisasi atau perusahaan yang berperan sebagai konsumen.
  - e) Consumer to Consumer (C2C), konsumen menjual produk atau jasa kepada individu konsumen lain.
  - f) Mobile Commerce (M Commerce), merupakan salah satu tipe dari beberapa e-commerce yang mana transaksi jual beli dan aktivitas bisnis lainnya dilakukan melalui media jaringan tanpa kabel.
  - g) Intrabusiness E-commerce, aktivitas pertukaran atau penjualan barang ataupun jasa yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan.
  - h) Business to Employees (B2E), merupakan subtipe dari tipe sebelumnya, yaitu ketika sebuah perusahaan menyediakan barang, informasi dan jasa untuk para karyawannya.
  - i) Collaborative Commerce, ketika individu atau sebuah grup melakukan sebuah komunikasi atau berkolaborasi secara online.
  - j) Non-business E-commerce, aktivitas e-commerce yang dilakukan pada organisasi yang tidak berorientasi untuk mendapatkan keuntungan, misalnya seperti institusi akademis, organisasi keagamaan, dan organisasi sosial.
  - k) E-government, e-commerce yang dijalankan oleh pemerintah.

Perbedaan jelas terlihat pada aktivitas traditional commerce dan e-commerce, mulai dari aktor yang terlibat, mekanisme yang dilakukan pada keduanya, bahkan komponen-komponen yang terlibat. Berikut ini terdapat beberapa komponen yang terlibat dalam pelaksanaan e-commerce:<sup>11</sup>

- a) Customer, para pengguna internet yang dapat didefinisikan sebagai target pasar yang potensial untuk menerima penawaran produk, jasa atau informasi dari penjual.
- b) Penjual, pihak yang menawarkan produk, jasa atau informasi kepada customer, baik itu individu maupu organisasi, dapat dilakukan langsung maupun memanfaatkan marketplace.
- c) Produk, perbedaan yang paling mencolok antara traditional commerce dan e-commerce yaitu pada produk yang dijual. E-commerce dapat juga menjual produk digital.
- d) Infrastruktur, kondisi infrastruktur pasar yang terdiri dari hardware, software, dan sistem jaringan.
- e) Front end, merupakan aplikasi web yang memiliki kemampuan berinteraksi dengan pengguna secara langsung, seperti portal penjual, katalog elektronik, shopping cart, mesin pencari dan payment gateway.
- f) Back end, apliaksi yang secara tidak langsung mendukung aplikasi front end. Segala aktivitas yang berhubungan dengan pemesanan barang, manajemen inventori, proses pembayaran, packaging, dan pengiriman.
- g) Intermediary, merupakan pihak ketiga yang menjembatani produsen dan konsumen. Online intermediary membantu pembeli dan penjual bertemu, menyediakan infrastruktur, serta membantu penjual dan pembeli dalam menyelesaikan proses transaksi. Tidak harus perusahaan atau organisasi, individu seperti broker dan distributor juga bisa merupakan intermediary.
- h) Partner bisnis lain, pihak lain selain intermediary yang melakukan kolaborasi dengan produsen.
- i) Support services, penjamin keamanan sampai pada level knowledge provider.

## **2.4 Paradiplomacy**

Paradiplomasi adalah konsep yang relatif baru dalam keilmuan Hubungan Internasional, bahkan hingga kini masih terus diperdebatkan. Ragamnya definisi dan pemaknaan paradiplomasi, membuatnya dikenal dalam berbagai istilah. Ivo Duchacek dan Panayotis Soldatos di tahun 1980 memperkenalkan istilah

*paradiplomacy (paralel diplomacy)* yang dapat diartikan sebagai aktivitas hubungan internasional dari aktor sub-nasional guna mendukung, melengkapi, mendampingi, mengkoreksi, menduplikasi, dan bahkan menentang diplomasi yang dilakukan pemerintah suatu negara bangsa. Konsep paradiplomasi kemudian berkembang; sebagaimana kemudian dikemukakan oleh: Luiz Felipe Lampreia dan President Fernando Henrique (*federative diplomacy*), Brian Hocking (*multi-layered diplomacy*), Charlie Jeffery (*transfederal relations, transborder actions, transborder interactions*), Jorge A. Schiavon (*international affairs/relations of sub-state/sub-national governments*), Rodrigo Tavares (*subnational foreign affairs, subnational foreign policy, substate diplomacy*), serta United Nations Development Program (UNDP) dan Uni Eropa (*decentralized cooperation*).<sup>3</sup>

Perbedaan definisi paradiplomasi di atas, menegaskan bahwa perbedaan pemaknaan konsep paradiplomasi tersebut sebetulnya hanya didasari perbedaan dari dua ide utama pembangunnya. *Pertama*, aktor utama paradiplomasi adalah aktor sub-nasional. Perkembangan dan cepatnya arus globalisasi yang ditandai peningkatan mobilitas modal, komunikasi, dan perkembangan teknologi dan transportasi. Konsekuensi hal tersebut adalah munculnya peningkatan kepentingan dan kebutuhan negara ke berbagai dimensi, sehingga berdampak pula terhadap terciptanya pembagian kerja, kewenangan, dan tanggungjawab antara pemerintah pusat negara dan pemerintah daerah. Distribusi tersebut dapat terjadi pada beberapa level tergantung perbedaan komitmen pusat dan daerah dari negara-negara dunia. Aktor paradiplomasi dapat disebut sebagai: *sub-national government* (SNGs), *sub-state governments* (SSGs), atau *non-central governments* (NCGs), pada level daerah baik negara bagian, provinsi, kota, hingga otoritas politik lainnya (*cantons, counties, departments, districts, krays, länder, oblasts, okrugs, prefectures, provinces, regions, republics, territories, dan zones*) yang diakui negara.<sup>13</sup>

---

<sup>3</sup> Istilah lain yang juga digunakan untuk menjelaskan paradiplomasi adalah: *constituent diplomacy, foreign policy localization, local diplomacy, local foreign policy, local government external action, (micro-diplomacy, plurinational diplomacy, pos-diplomacy, dan regional diplomacy*. Dirangkul dari Rodrigo Tavares. 2016. *Paradiplomacy: Cities and States as Global Players*. New York: Oxford University Press. Halaman 7-9. Alexander S. Kuznetsov. 2015. *Theory and Practice of Paradiplomacy: Subnational Governments In International Affairs*. New York: Routledge. Halaman 29-30. Francisco Aldecoa, Michael Keating, et.all. 2013. *Paradiplomacy In Action: The Foreign Relations of Subnational Governments*. New York: Routledge. Halaman 187-190. Dan dari Jorge A. Schiavon. 2019. *Comparative Paradiplomacy*. New York: Routledge. Halaman 6-8.

*Kedua*, paradiplomasi mengaskan butuhnya aktivitas internasional dari daerah atau aktor sub-nasional. Dalam menjalankan aktivitas internasionalnya, Daerah dapat berperanan bersama-sama atau mempengaruhi aktor internasional lainnya membangun protokol, menetapkan norma, dan berkontribusi di level internasional.<sup>14</sup> Dari konteks kedua ini meski paradiplomasi digagas SNGs, SSGs, atau NGCs; namun otoritas daerah dapat kembali mendistribusikan tanggungjawabnya pada badan pelaksana lain. Paradiplomasi dengan begitu juga melibatkan entitas swasta (industri dan *trande union*), institusi formal dan informal yang ada di daerah (organisasi daerah, lembaga swadaya masyarakat, *social movement*, *transnational organization*), serta masyarakat daerah itu sendiri.<sup>15</sup>

Tavarno merangkum bahwa hingga saat ini berbagai aktivitas atau **fenomena** paradiplomasi dapat dikelompokkan kedalam empat kategori, yaitu:

- *Ceremonial Paradiplomacy* – bersifat umum, tidak mengikat, dan tidak spesifik dengan melibatkan pertemuan pejabat dan politisi daerah.
- *Single-Themed Paradiplomacy* – terbatas pada isu spesifik dan dapat melibatkan banyak aktor pada isu tersebut, selain dari pemerintah daerah.
- *Global Paradiplomacy* – yaitu paradiplomasi yang dilakukan antar atau ke banyak aktor daerah di dunia, diawali suatu isu spesifik namun meluas ke berbagai sub-isu lainnya.
- *Sovereignty Paradiplomacy* – dilakukan ketika daerah mencari dukungan dunia untuk mendapatkan pengakuan kedaulatan.

Paradiplomasi dalam pandangan dapat ditelaah pada dari 11 dimensi. Dimensi ini memberikan gambaran luasnya penggunaan konsep paradiplomasi serta menggambarkan posisi paradiplomasi dalam keilmuan internasional.

Dimensi tersebut mencakup:

- *Constitutional* – urusan *de-jure* atau perjanjian hubungan luar negerinya.
- *Intergovernmental* – kerangka federal hubungan internasional daerah.
- *Nationalism* – langkah daerah menyuarakan kepentingan internasional.
- *Border Studies* – sebagai transformasi dari kaburnya batas-batas wilayah.

- *Globalization* – jalannya percepatan arus multidimensi global antar daerah.
- *International Relations* – daerah dapat berperan dalam urusan internasional.
- *Geopolitical* – adanya permasalahan keamanan dan geopolitik daerah.
- *Global Economy* – kesempatan dalam aktivitas ekonomi internasional.
- *Environmental* – memunculkan masalah dan rezim lingkungan.
- *Diplomacy* – paradiplomasi sebagai alternatif diplomasi negara.
- *Separatist* – paradiplomasi sebagai usaha pengakuan kedaulatan.<sup>17</sup>

Aldecoa dan Keating merumuskan bahwa suatu paradiplomasi yang ada memiliki lima faktor pembangun, yang terdiri dari: tujuan dan motivasi, arah pelibatannya, struktur dan sumber daya yang dimiliki daerah, level partisipasi daerah, serta strategi yang dimilikinya.<sup>18</sup> Faktor pembangun tersebut menjadi pembeda suatu paradiplomasi dengan paradiplomasi lainnya. Lebih lanjut Tavares menjelaskan terdapat sembilan tujuan utama paradiplomasi, yaitu untuk: memperbesar kesempatan internasional daerah, mempromosikan daerah, memenuhi kepentingan elit daerah, mencapai kepentingan elektoral, penegas klaim internasional daerah, menegaskan keunikan budaya dan identitas, mencari dukungan diaspora, pertimbangan potensi geografi daerah, serta usaha perbaikan atas isolasionalisme yang dirasakan daerah.<sup>19</sup>

Daerah setelah merumuskan tujuan paradiplomasi kemudian butuh membangun strateginya, dengan memaksimalkan perencanaan (*initiation, planning* dan *desisgn*), pengelolaan (*execution* dan *construction*), pengawasan dan pemberian motivasi (*monitoring* dan *controlling systems*), serta perampungan dan penyempurnaan (dengan menjalankan *procedures* dan *protocols* untuk mencapai tujuan). Strategi aktor sub-nasional butuh memiliki unsur ***foreign component*** dalam ***kebijakannya***, yang dapat menyangkut:

- Pembukaan jalur perdagangan dan investasi,
- Pembangunan komitmen pembangunan berkelanjutan,
- Pembangunan pariwisata internasional, budaya, dan olahraga,
- Penyelarasan kebijakan sosial dengan kebijakan internasional,

- Pembangunan yang melibatkan aktor internasional,
- Komunikasi dan *branding* internasional,
- Penerimaan dan menyalurkan pinjaman internasional,
- Pendampingan pembangunan internasional,
- Penyelenggaraan acara-acara besar (internasional).<sup>20</sup>

Strategi yang telah dirancang dan akan dilaksanakan oleh pemerintah daerah idealnya harus memenuhi dua dimensi: motivasional (yaitu pertimbangan internal kebutuhan dan kepentingan daerah) dan kesempatan (yaitu pertimbangan eksternal). Pertimbangan tersebut idealnya butuh dilakukan daerah dengan menjaga keseimbangan antara *cost* dan *benefit*, keseimbangan peran dan pelibatan masyarakat sipil dan sektor swasta dengan peran pemerintah daerah,<sup>21</sup> keseimbangan atas unsur lokal (batasan dan keunggulan daerah) dan global (perubahan dan dinamika internasional).<sup>22</sup> Pertimbangan tersebut dibutuhkan guna memastikan bahwa kebijakan daerah mampu memiliki nilai jual dan daya tarik internasional, tanpa menggerus nilai-nilai dan merugikan daerah.

Kesuksesan jalannya paradiplomasi daerah di level juga dipengaruhi beberapa faktor kunci, yang menjadi variabel kontrol suatu paradiplomasi, yang terdiri kepercayaan dan peran pemerintah, iklim politik, kualitas manajemen dan diplomasi pada elit, heterogenitas atau homogenitas etnis dan kondisi masyarakat, serta dasar sistem sosial, hukum, dan politik yang berlaku.<sup>23</sup> Faktor-faktor di atas butuh ditelaah bukan hanya pada level di daerah, namun juga pada level negara. Faktor-faktor tersebut di atas dapat dilengkapi dengan sejumlah faktor lainnya, sebagaimana dijelaskan Tavares yang terdiri dari: keselarasan kerangka kerja daerah dan pemerintah pusat, potensi keuntungan dan berdampak positif, modal dan sumber daya (keuangan, sumber daya manusia, *political will*, dan potensi daerah lainnya), komponen legal (keberadaan aturan hukum yang melindungi paradiplomasi), rekam jejak pihak yang terlibat dalam paradiplomasi (*internal performance legacy*), rekam jejak target paradiplomasi (*external performance legacy*).<sup>24</sup> Faktor-faktor ini dapat dijadikan landasan untuk membangun instrumen pengukuran kelayakan paradiplomasi suatu daerah

Ragamnya hasil pemetaan faktor-faktor pembangun paradiplomasi menjadikan peneliti maupun praktisi paradiplomasi, mampu memetakan posisi paradiplomasi suatu daerah serta menggambarkan keunikan suatu paradiplomasi dengan paradiplomasi lainnya. Soldatos mengidentifikasi ada empat kategori utama, yang dapat berlaku yaitu:

- *Cooperative-coordinated model* – keterlibatan daerah dalam hubungan internasional berada sepenuhnya di bawah koordinasi pemerintah pusat,
- *Cooperative-joint formula* – keterlibatan daerah adalah hasil dari inklusi formal berbagai aktor di dalam negara,
- *Parallel-harmony model* – pemerintah daerah bertindak independen di arena internasional; namun kebijakannya tidak dapat keluar, kontradiktif, atau harus harmonis dengan kebijakan luar negeri pemerintah pusat,
- *Parallel-disharmony model* –aksi internasional daerah justru menentang atau berlawanan dengan kebijakan pemerintah pusat.<sup>25</sup>

Secara praktis berbagai faktor pembangun, kontrol, dan dampak paradiplomasi butuh ditelaah secara bersama-sama guna memberikan gambaran utuh mengenai bentuk paradiplomasi, serta menggambarkan bagaimana hubungan antar faktor tersebut. Telaah tersebut disimpulkan Kuzetsov dapat ditelaah dengan penggunaan instrumen *multiple-response questionnaire* (MRQ) terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam paradiplomasi. MRQ terdiri dari enam pertanyaan utama yang terdiri dari

- Apa penyebab atau pendorong utama daerah melakukan paradiplomasi,
- Apa landasan utama dari jalannya aktivitas paradiplomasi,
- Apa motif utama daerah melakukan paradiplomasi,
- Bagaimana paradiplomasi terinstitusionalisasi,
- Bagaimana posisi dan sikap pemerintah pusat atas aktivitas paradiplomasi,
- Apa konsekuensi dan dampak paradiplomasi bagi negara dan daerah itu sendiri.<sup>26</sup>

Khusus dalam menelaah institusionalisasi paradiplomasi sebagai bentuk nyata dari pelaksanaan paradiplomasi, Shiavon menawarkan instrumen berisi

enam elemen, guna melihat level institusionalisasi paradiplomasi suatu daerah yaitu dengan menelaah:

- Kehadiran kementrian, lembaga, badan khusus paradiplomasi,
- Keberadaan perwakilan atau representatif daerah negara lain,
- Keberadaan kunjungan antar otoritas terlibat baik internal dan eksternal,
- Keberadaan kegiatan, konferensi, pameran, dan perundingan internasional,
- Keberadaan sistem partisipasi jejaring internasional atas setiap isu paradiplomasi,
- Pengiriman delegasi di setiap kegiatan turunan komitmen paradiplomasi.<sup>27</sup>

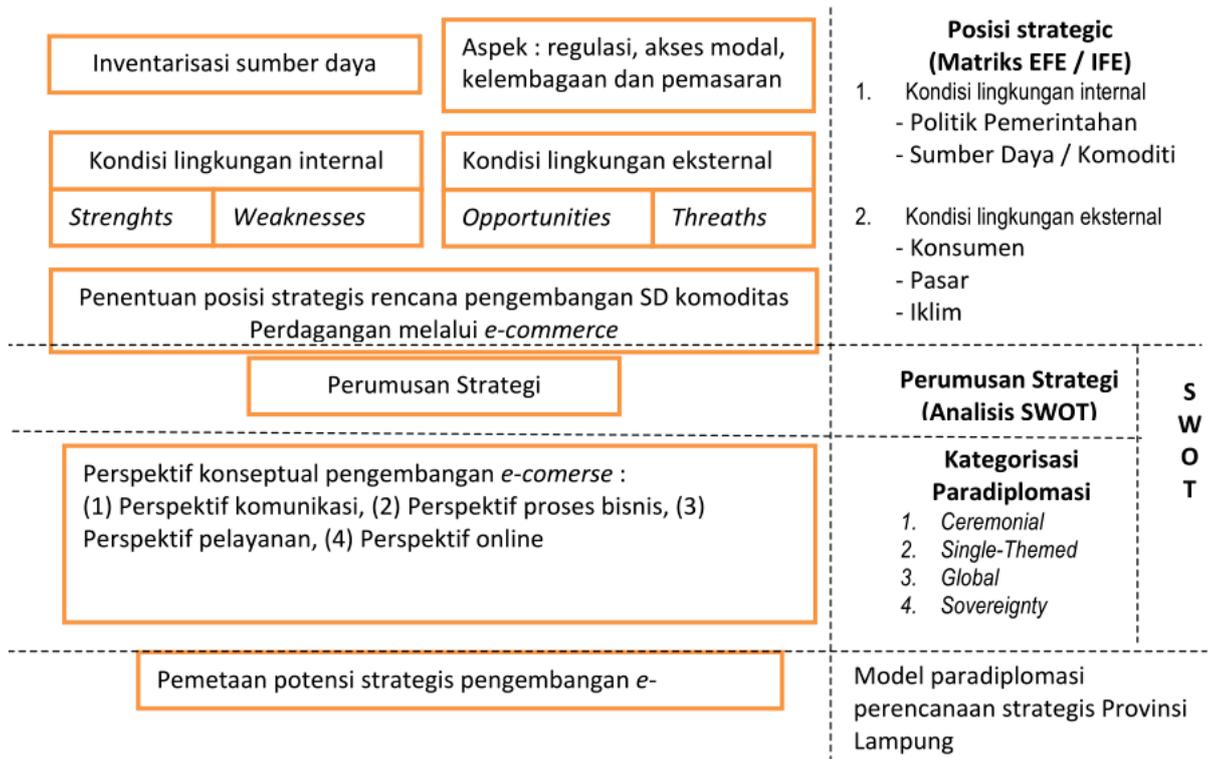
### BAB 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *mix-methods*, yakni menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengatasi kelemahan yang terdapat dalam pendekatan metode kualitatif maupun kuantitatif. Dalam memetakan potensi strategis Provinsi Lampung tidak hanya dengan mengumpulkan data dan melakukan wawancara namun perlu adanya survey atas pengelompokan potensi yang telah dikumpulkan peneliti.

#### 3.2 Bagan Alir Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dengan mengikuti kerangka berpikir paradigmatis sebagai berikut:



#### 3.3. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang dipakai ialah dengan proses *tracing*. Proses ini juga mencoba membuktikan kebenaran teori dan menguji hubungan kausalitas. Berdasarkan definisinya, proses *tracing* adalah salah satu instrumen

untuk membuat deskripsi dan inferensi sebab-akibat dari sekumpulan fakta yang menjadi bagian dari suatu fenomena.<sup>28</sup> Proses *tracing* memiliki keterkaitan dengan kasus, proses *tracing* dapat berkontribusi terhadap berbagai tujuan penelitian yang meliputi kejadian atau fenomena kontemporer, yang meliputi identifikasi fenomena sosial-politik secara sistematis, mengevaluasi dan menemukan hipotesa serta mengukur klaim sebab-akibat, serta mendapatkan gambaran mekanisme kausal.<sup>29</sup>

### **3.4 Luaran**

Penelitian ini pemetaan strategis potensi Provinsi Lampung dan rekomendasi kebijakan kepada Bappeda dan Instansi terkait untuk lebih aktif dalam kerjasama internasional khususnya paradiplomasi.

### **3.5 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah Bappeda Provinsi Lampung.

### **3.6 Indikator Capaian**

Indikator capaian penelitian ini adalah:

1. Potensi dan Kelemahan Provinsi Lampung;
2. Pemetaan pemahaman terkait pentingnya kerjasama internasional (paradiplomasi); serta
3. Strategi Lampung menghadapi IMTGT 2020.

## BAB 4. BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

### 4.1 Biaya Penelitian

No.	Keterangan	Satuan	Vol	Frek	Jumlah	Besaran	Jumlah Biaya
1	Alat Tulis Kantor						
	Kertas A4	rim	10	1	10	Rp 39.000	Rp 390.00
	Catridge Canon Mp.145 (40) Black	buah	2	1	2	Rp 347.000	Rp 694.00
	Catridge Canon Mp.145 (41) Colour	buah	1	1	1	Rp 408.000	Rp 408.00
	kertas F4	rim	4	1	4	Rp 41.000	Rp 164.00
	Ballpoint Balliner	buah	8	1	8	Rp 19.000	Rp 152.00
	FlashDisk 16GB	buah	8	1	8	Rp 87.500	Rp 700.00
	Refill Tinta Canon Black	buah	4	1	4	Rp 44.000	Rp 176.00
	Blank CD RW	buah	6	1	6	Rp 10.000	Rp 60.00
	Post It (Rainbow Warna) 3x3in	buah	4	1	4	Rp 40.800	Rp 163.20
	Bungkus CD Bahan Plastik	pack	1	1	1	Rp 73.500	Rp 73.50
	Spidol Board marker No..BG-12	buah	8	1	8	Rp 7.100	Rp 56.80
	Map Kertas Buffalo	pack	1	1	1	Rp 97.400	Rp 97.40
	Kertas Flipchart	roll	1	1	1	Rp 120.000	Rp 120.00
	Trigonal Clip No. 5	kotak	3	1	3	Rp 46.000	Rp 138.00
	Post It (Rainbow Warna) 3x3in	buah	4	1	4	Rp 41.000	Rp 164.00
	Stabillo	buah	8	1	8	Rp 7.000	Rp 56.00
	Tipe Ex Roll	buah	4	1	4	Rp 11.000	Rp 44.00
2	Konsumsi Rapat (snack dan makan siang, 8 kali)	paket	10	8	80	Rp 50.000	Rp 4.000.00
	Sewa alat perekam	paket	1	4	4	Rp 200.000	Rp 800.00
3	Sewa Kamera	paket	1	4	4	Rp 100.000	Rp 400.00
4	Sewa Printer	paket	1	8	8	Rp 375.000	Rp 3.000.00
5	Sewa Kendaraan Roda Empat	mobil	1	4	4	Rp 500.000	Rp 2.000.00
6	Uang Harian Dalam Kota	orang	7	4	28	Rp 150.000	Rp 4.200.00
7	Pembelian Buku	paket	1	1	1	Rp 4.500.000	Rp 4.500.00
8	Cetak Buku dan Daftar ISBN	paket	1	1	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.00
9	Pointer Logitech R800	buah	2	1	2	Rp 1.350.000	Rp 2.700.00
10	Stand Banner	buah	4	1	4	Rp 350.000	Rp 1.400.00
11	Konferensi Internasional Padang						
	Uang Harian Padang		4	1	4	Rp 400.000	Rp 1.600.00
12	Penggandaan Proposal						
	Fotokopi	lembar	42	6	252	Rp 175	Rp 44.10
	Jilid	eks	6	1	6	Rp 15.000	Rp 90.00
13	Penggandaan laporan						
	Fotokopi	lembar	90	12	1080	Rp 175	Rp 189.00
	Jilid	eks	12	1	12	Rp 35.000	Rp 420.00
14	Publikasi Artikel di Jurnal	paket	1	1	1	Rp 6.000.000	Rp 6.000.00

	<b>TOTAL</b>	<b>Rp 40.000.000</b>
--	--------------	----------------------

#### 4.2. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Persiapan: a. Rapat tim peneliti b. Mengurus Perijinan ke lembaga terkait c. Menyiapkan bahan wawancara d. Penyebaran kuesioner awal untuk melihat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian						
2	Pengumpulan Data dan Analisis Data: a. Penyebaran Kuesioner b. Tabulasi Data c. Pengujian Data d. Analisis Data keseluruhan e. Intepretasi dan Kesimpulan						
3	Pembuatan draft laporan penelitian						
4	Seminar hasil penelitian dan Jurnal						
5	Final report						

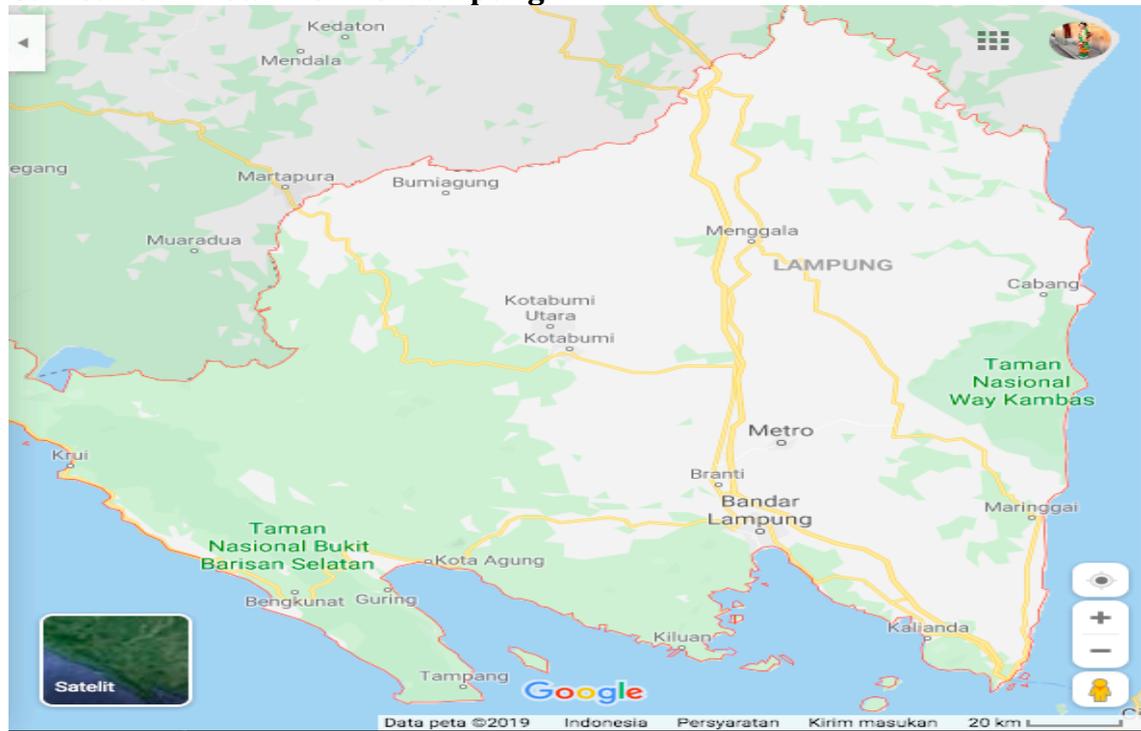
## BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum

#### 1) Provinsi Lampung

Lampung merupakan provinsi yang berada di bagian paling selatan Pulau Sumatera. Provinsi Lampung berbatasan langsung dengan Provinsi Bengkulu dan Sumatera Selatan di bagian utara, Selat Sunda di sebelah selatan, Laut Jawa di sebelah barat dan Samudera Hindia di Wilayah Barat.<sup>4</sup> Lampung menjadi pintu gerbang bagi masuknya arus barang dan manusia dari atau yang melintasi pulau Jawa. Oleh sebab itu, kondisi ini menjadikan Lampung sebagai salah satu provinsi yang memainkan peranan penting dalam pertumbuhan nasional, terutama yang berkaitan dengan pulau Sumatera dan Jawa. Kondisi ini menjadikan letak provinsi Lampung sangat strategis karena menjadi sentra penghubung antara provinsi-provinsi yang ada di Pulau Sumatera dengan daerah-daerah yang berada di Pulau Jawa.

#### Gambar 6.1 Peta Provinsi Lampung



Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Lampung/@-4.882863,104.1608663,8.55z/data=!4m5!3m4!1s0x2e3b760153ac22a7:0x8f3b58c75f89b09a!8m2!3d-4.5585849!4d105.4068079>

<sup>4</sup> Lampung Dalam Angka, 2018. Diunduh dari situs [lampung.bps.go.id](http://lampung.bps.go.id)

Provinsi Lampung terdiri dari 15 Kabupaten / Kota, dengan rincian 2 Kota Madya dan 13 Kabupaten. Bila ditelaah lebih jauh, 7 dari 15 Kabupaten / Kota di Lampung berbatasan dengan laut. Hal ini menandakan bahwa sebagian daerah di provinsi Lampung memiliki potensi kelautan dan perikanan yang dapat dijadikan penopang sektor pangan dan sektor perekonomian masyarakat. Total panjang garis pantai di Provinsi Lampung mencapai 1.105 km<sup>5</sup> Garis pantai Lampung sebagian besarnya menghadap langsung ke Samudera Hindia. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain memiliki potensi kekayaan sektor kelautan yang luar biasa, Lampung juga memiliki potensi pariwisata.

Secara demografi, Provinsi Lampung memiliki penduduk terbesar kedua di Pulau Sumatra dengan 51,1 persen penduduknya berada pada usia produktif. Selain itu, Lampung juga memiliki potensi alam yang besar mulai dari keindahan alam seperti pantai dan pulau, Taman Nasional Bukit Barisan dan Way Kambas, potensi panas bumi Sebesar 2.867 Mwe atau total 10 % potensi nasional (Bappeda Lampung, 2019) hingga komoditas unggulan yang menjadi bahan baku industri. Di bawah ini adalah beberapa komoditas unggulan Provinsi Lampung.

**Tabel. 6.1 Komoditas Unggulan Provinsi Lampung**

KOMODITAS	PERINGKAT		PRODUKSI
	SUMATERA	NASIONAL	
Padi	3	7	4.556.378 Ton
Jagung	1	3	2.518.224 Ton
Ubi Kayu	1	1	5.451.321 Ton
Nanas	1	1	453.818 Ton
Pisang	1	2	1.462.423 Ton
Kopi	2	2	116.345 Ton
Lada	2	2	15.118 Ton
Tebu	1	2	638.418 Ton
Kakao	2	6	35.720 Ton
Populasi Sapi Potong	2	7	679.795 Ekor
Populasi Kambing	1	3	1.386.009 Ekor
Populasi Ayam Pedaging	3	11	35.311.949 Ekor
Populasi Ayam Buras	3	7	12.215.316 Ekor
Udang	2	6	59.405 Ton

Sumber: Bappeda Lampung, 2019

<sup>5</sup> *Ibid.*

Dalam RPJMD Provinsi Lampung menetapkan arah pembangunan Lampung berfokus pada pengembangan sector wisata dan pengembangan kawasan industri. Secara lebih rinci Bappeda Lampung menetapkan tiga prioritas sebagai arah pengembangan yaitu, wilayah timur sebagai kawasan industry, tengah adalah untuk pengembangan mandatori penyangga ketahanan pangan nasional, dan wilayah barat (teluk lampung) sebagai kawasan pariwisata.

Kebijakan Sektor Industri diarahkan pada Pengembangan 9 Kawasan Industri sebagaimana Rencana Pembangunan Industri Provinsi (RPIP) Lampung 2016-2035 (Perda 13 tahun 2016) maka beberapa kabupaten dan daerah yang menjadi prioritas kawasan Industry adalah Tulang Bawang, Lampung Tengah, Way Kanan, Kail, Katibung, Way Pisang, dan Tenggamus. Tulang Bawang dan Way kanan adalah wilayah kawasan industry nanas, kopi, ubi, kelapa sawit, karet dan tebu. Lampung Tengah dan Utara adalah wilayah perkebunan kelapa sawit dan tebu. Tenggamus adalah daerah penghasil karet dan kakao. Sedangkan wilayah Barat dan Selatan adalah wilayah pengembangan sector pariwisata Lampung.

Berbagai perusahaan perkebunan besar berbasis di wilayah Way Kanan dan Tulang Bawang. Provinsi Lampung memiliki total 48 perusahaan perkebunan, dengan Wilayah Way Kanan menjadi wilayah paling banyak terdapat perusahaan perkebunan sejumlah 12 perusahaan, disusul Tulang Bawang dengan 7 perusahaan perkebunan dan Tulang Bawang Barat 1 perusahaan (BPS Lampung, 2018: 2). Beberapa perusahaan besar berbasis di Provinsi Lampung terutama bergerak di industri perkebunan dan pertanian, semisal PT Sugar Group Companies yang memiliki beberapa anak perusahaan, yaitu PT. Gula Putih Mataram (GPM), PT. Sweet Indo Lampung (SIL), PT. Indo Lampung Perkasa (ILP), PT. Indo Lampung Distilery (ILD), PT. Guna Layan Kuasa (GULAKU), PT. JJ Multi Utama Indonesia. Kemudian, ada PT. Great Giant Pineapple Company yang focus pada produksi nanas, jambu, pisang, PT Gunung Madu Plantations focus pada pengolahan tebu, dan PT Budi Acid Jaya yang merupakan bagian dari Sungai

Budi Group mengolah tepung beras dan sawit. Hal ini tidak mengherankan, bahkan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung mencatat jumlah usaha dan perusahaan di Provinsi Lampung menempati posisi terbesar ke dua di Pulau Sumatera setelah Sumatera Utara.(BPS, 2018)

## **2) Posisi Lampung dalam IMTGT**

Kerjasama Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) bertujuan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah perbatasan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi di daerah perbatasan (*cross-border zone*) negara-negara IMT-GT. Pentingnya peran swasta/privat sebagai pion utama dalam pertumbuhan kawasan melalui pemanfaatan keunggulan komparatif, dengan peran pemerintah daerah provinsi dan negara bagian yang berpartisipasi secara aktif dan proaktif mempromosikan serta mengembangkan infrastruktur untuk mendukung kelangsungan kerjasama IMT-GT. Inisiatif IMT-GT memainkan peran penting dalam mempersempit kesenjangan pembangunan dalam konteks keseluruhan ekonomi nasional dan subregional. Komitmen ketiga negara anggota tersebut terdapat pada pembentukan atau penyusunan *Roadmap for Development* atau *Implementation Blueprint* yang menjadi panduan dan kerangka kerja/*framework* dalam mencapai tujuan kerjasama.

*Implementation Blueprint* merupakan panduan untuk meningkatkan konektivitas melalui pembangunan infrastruktur fisik, kebijakan dan kerangka kerja peraturan hubungan ekonomi. Berdasarkan *Implementation Blueprint* (IB) 2012-2016, terdapat 5 pembangunan koridor ekonomi diantaranya adalah:<sup>6</sup> Koridor Ekonomi Maritim Melaka - Dumai, Koridor Selat Malaka (Pantai Barat Trang, Thailand Selatan - Melaka, Semenanjung Malaysia), Koridor Ekonomi Banda Aceh – Medan – Pekanbaru - Palembang, Koridor Panjang antara Songkhla – Penang - Medan (Nakhon Si Thammarat – Phatthalung- Songkhla – Yala – Pattani – Penang- Medan), terakhir koridor Ekonomi Aceh – Phuket – Ranong. Selain peningkatan konektivitas melalui pembangunan 5 koridor ekonomi tersebut, terdapat pula program-program lain dalam IMT-GT *Priority*

---

<sup>6</sup> *Sector Strategies and flagship Program*, dalam *Implementation Blueprint* 2012-2016, Lihat pada lampiran hal. 7

*Connectivity Projects*, diantaranya adalah: <sup>7</sup> *Sumatera Ports Development*, *Sumatera Toll Roads*, *Melaka-Pekanbaru Interpower Connection*, *Development of Aceh Highway Facilities* (Banda Aceh – Kuala Simpang), *ICQS Bukit Kayu Hitam*, *Southern Thailand Port Development*, *Hat Yai – Sadao Intercity Motorway*, *Southern Region Cargo Distribution Center at Thungsong*, Thailand.

Terlihat bahwa Provinsi Lampung mendapatkan keuntungan secara tidak langsung dari program *Sumatera Toll Roads* dalam *Priority Connectivity Projects* tersebut. Provinsi Lampung dilalui oleh Jalan Tol Trans Sumatera yang terbentang dari Aceh sampai Lampung. Jalan ini memang dibangun salah satunya untuk mendukung konektivitas kerjasama ekonomi kawasan sub-regional IMT-GT. Walaupun dalam pembangunan koridor ekonomi, Lampung tidak masuk bagian dalam prioritas karena terhenti di Palembang. Namun sebagai provinsi tetangga, tentunya Lampung memiliki peluang untuk turut serta memajukan potensi perekonomiannya.

*IMT-GT Implementation Blueprint 2017-2021* sebagai lanjutan IB 2012-2016, strategi lima tahun lanjutan menuju penerapan Visi IMT-GT 2036. Adapun tiga tujuan prioritas yakni: Sektor pertanian berkelanjutan, inklusif dan inovatif; basis industri yang kompetitif, inovatif dan maju; dan pariwisata lintas batas yang berkelanjutan, inklusif dan kompetitif. Dalam *IMT-GT Implementation Blueprint 2017-2021*<sup>8</sup> menjelaskan sektor pertanian menyediakan lapangan pekerjaan dan penghasilan bagi sejumlah rumah tangga di subregion. Hal ini dibuktikan dengan besaran *Gross Domestik Product* (GDP) negara-negara di dalam kerjasama IMT-GT memberikan kontribusi sebesar 24 % untuk Thailand-GT, 22,6 % bagi Indonesia-GT pada tahun 2014; sementara di Malaysia-GT memberikan kontribusi kurang dari 7% dari GDP negaranya. Kawasan pertanian ini memiliki industri berbasis agro yang kuat dan mapan yang terlibat dalam berbagai kegiatannya.

IMT-GT kurang lebih telah meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi sebagian warga negara partisipan. Terlihat di paragraf di atas, GDP per kapita di IMT-GT lebih tinggi daripada kawasan ASEAN. Terlepas dari pencapaian

---

<sup>7</sup> Ibid, hal.8

<sup>8</sup> *IMT-GT Implementation Blueprint 2017-2021*, hal. 38

tersebut, ketika ASEAN bergerak menuju tingkat integrasi ekonomi yang lebih tinggi seperti yang ditentukan di bawah Visi ASEAN 2025, IMT-GT, sebagai komponen penting ASEAN, harus berusaha untuk tetap relevan dan kompetitif. IMT-GT mengikuti langkah integrasi ASEAN dan tidak akan sibuk dalam melaksanakan proyek dan kegiatan yang murni bersifat sukarela, sebagaimana dicirikan oleh sebagian besar proyek dan kegiatan kerjasama saat ini.<sup>9</sup>

*Physical Connectivity Projects* pada *IMT-GT Implementation Blueprint 2017-2021*<sup>10</sup> menunjukkan keterkaitan Provinsi Lampung /rekomendasi

- a. Masih menyelesaikan target Sumatera *Toll Road Project* sampai dengan tahun 2021, dengan menambahkan rute baru jaringan kereta api di sepanjang Provinsi Lampung – Provinsi Aceh (*Trans Sumatera Railway Project*) sebagai bagian keberlanjutan dalam meningkatkan konektivitas intra-sumatera.
- b. Sumatera *Ports Development* yang termasuk dalam program implementasi adalah Kuala Tanjung *Development Port* dan Belawan *Port* Sumatera Utara, serta Melaka Dumai *Economic Corridors Multimoda Transport Project*, akan tetapi Pelabuhan di Lampung belum termasuk dalam bagian rencana pengembangan ini.

Kerjasama ketiga negara yaitu Indonesia, Malaysia dan Thailand sudah dibentuk pada tahun 1993 pada Forum Kerjasama ASEAN. Forum kerja sama Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle (IMT-GT) dibentuk pada Pertemuan Tingkat Menteri IMT-GT ke-1 pada 20 Juli 1993 yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi serta memperkecil kesenjangan ekonomi daerah perbatasan antar negara. Kerjasama tersebut merupakan kerjasama ekonomi sub regional dalam lingkup regional ASEAN. Dalam kerjasama tersebut, Indonesia, beberapa poin program kerjasama melibatkan provinsi di Sumatera, yaitu yaitu: Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Selatan, Jambi, Bengkulu, Bangka-Belitung, dan Lampung.

Kerjasama ekonomi sub regional merupakan forum kerjasama yang letak geografisnya berdekatan. Tujuannya adalah untuk menciptakan perdagangan

---

<sup>9</sup> IMT-GT. The Context of IMT-GT Implementation Blueprint 2017-2021. <https://imtgt.org/the-context-of-imt-gt-implementation-blueprint-2017-2021/> di akses tanggal 31 Oktober 2019

<sup>10</sup> Lampiran IMT-GT *Implementation Blueprint* 2017-2021, hal. 104-113

sebagai kunci pemerintah untuk berpartisipasi mengembangkan sosial dan ekonomi di daerah yang kurang berkembang dan terpencil. Kerjasama tersebut tidak hanya melibatkan pemerintah sebagai pembuat kebijakan, tetapi juga pihak swasta sebagai pelaku usaha. Program kerjasama meliputi pertanian, perdagangan, peternakan, perikanan, pariwisata, dan kesehatan.

Pembangunan kerjasama segitiga pertumbuhan ekonomi merupakan peluang bagi pemerintah dan dunia usaha untuk merumuskan strategi pengembangan masing-masing maupun secara bersama-sama. Lampung merupakan wilayah yang termasuk dalam 10 provinsi yang dilibatkan dalam kerjasama. Lampung memiliki banyak potensi sumber daya baik di bidang pertanian, perkebunan maupun pariwisata. Lebih lanjut bisa dilihat berdasarkan analisis SWOT. *Strengths* atau kekuatan, *Weaknesses* atau kelemahan, *Opportunities* atau peluang, dan *Threats* atau hambatan.

## **B. Analisis SWOT Potensi Provinsi Lampung**

### **1) *Strengths* atau Kekuatan Provinsi Lampung dalam menghadapi IMT GT**

#### **a. Komoditas Lampung**

Provinsi Lampung yang memiliki luas wilayah kurang lebih 35.288,35 km<sup>2</sup> atau sekitar atau sekitar 7 persen dari luas Pulau Sumatera. dengan luas wilayah tersebut pencapaian hasil pertanian/perkebunan juga cukup besar. Lampung turut memberikan sumbangsih dalam pencapaian Indonesia sebagai penghasil biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia. Selain kopi, lada merupakan komoditas andalan di Provinsi Lampung. Lada merupakan salah satu komoditas yang mendunia. Produksi Lampung nomor dua tertinggi se-Sumatera setelah Bangka Belitung. Kakao juga merupakan komoditas paling banyak dihasilkan di Lampung. Produksi kakao di Lampung termasuk kategori terbesar kedua setelah Sumatera Barat. (Pemaparan Kepala Bapeda Provinsi Lampung pada Konfrerensi Regional PDRB di Palembang, 3 Juli 2019)

Produksi komoditas pangan di Lampung juga memiliki potensi yang besar. Lampung merupakan penghasil tertinggi di Indonesia untuk ubi kayu, jagung dan nanas. Sementara pisang merupakan produksi tertinggi Lampung se-Sumatera dan urutan ke-2 skala nasional. Padi dan kedelai pun menduduki urutan ketiga

tertinggi produksinya di Lampung se-Sumatera. (FGD Pemetaan Program Prioritas Peningkatan Kesejahteraan Petani Bappeda Provinsi Lampung 2019)

Produksi di sektor peternakan di Provinsi Lampung juga mengalami perkembangan yang cukup baik. Provinsi Lampung merupakan penghasil sapi terbesar ke-2 di Sumatera. Sementara penghasil kambing tertinggi di Sumatera. Produksi ayam broiler pun menduduki posisi ke-3 se-Sumatera. Peternakan merupakan salah satu penunjang dalam ketahanan pangan, yang tidak bisa dipisahkan dari pertumbuhan ekonomi di suatu daerah.

Berdasarkan paparan Kepala Bappeda Provinsi Lampung (2019), Provinsi Lampung akan diarahkan penembangannya ke arah timur untuk kawasan industri, kawasan tengah untuk mandatori ketahanan pangan nasional, dan timur untuk kawasan pariwisata. Kawasan strategis dari sudut pertumbuhan ekonomi ada di Bandar Lampung dan sekitarnya serta kawasan pantai barat.

#### **b. Letak Geografi yang Strategis**

Provinsi Lampung memiliki posisi yang cukup strategis karena merupakan pintu menuju Pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Ada banyak tujuan wisata yang mulai dikembangkan. Pantai merupakan objek wisata yang banyak ditemui di daerah pesisir sepanjang provinsi Lampung. Misalnya Pantai Tanjung Setia yang terletak di Lampung Barat. Pantai Tanjung Setia menjadi salah satu pantai di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh para peselancar dunia. Ombaknya yang masuk dalam kategori ombak tertinggi di Indonesia menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan, terutama para peselancar. Di daerah selatan, banyak pantai yang cantik dan bersih. Selain itu ada Teluk Kiluan yang bisa menghadirkan pesona lumba-lumba. Selain pantai, ada objek wisata Taman Nasional Bukit Barisan yang 70 persen taman berada di wilayah Lampung dan Taman Nasional Way Kambas yang menyajikan pesona wisata gajah.

Provinsi Lampung dilalui oleh Jalan Tol Trans Sumatera yang terbentang dari Aceh sampai Lampung. Jalan ini memang dibangun salah satunya untuk mendukung konektivitas kerjasama ekonomi kawasan sub-regional IMT-GT. Ini adalah kekuatan bagi Provinsi Lampung untuk menguatkan daerah-daerah di sekitar jalan tersebut. Selain itu, jalan tersebut dapat mempersingkat waktu dan

jarak tempuh sehingga dapat mempermudah akses ekspor ke luar negeri. Provinsi Lampung juga memiliki akses pelabuhan dan bandara yang menunjang kegiatan ekonomi. Penguatan sarana jalan dapat mengundang investor untuk menanamkan modalnya.

### **c. Bonus Demografi**

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbesar kedua di Sumatera. Jumlah penduduk pada tahun 2018 yaitu sekitar 8.370.485 jiwa. Rasio ketergantungan (RK) pada tahun 2018 sebesar 48,9 yang berarti 51,1 persen penduduk Provinsi Lampung adalah usia produktif. Dengan demikian Provinsi Lampung memiliki kekuatan sumber daya yang cukup besar, jika diikuti dengan peningkatan kualitas dan pemberdayaan masyarakat.

IPM adalah Indeks Pembangunan Manusia yang merupakan indikator untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia, dalam hal ini penduduk. IPM dapat menentukan peringkat pembangunan suatu wilayah dan dapat menjadi ukuran kinerja pemerintah. IPM menjelaskan bagaimana penduduk dapat mengakses hasil pembangunan dalam memperoleh pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya. Menurut Kepala Bappeda Provinsi Lampung dalam Paparan RPJMD, 23 Agustus 2019, selama periode tahun 2015 s.d. 2018 IPM Provinsi Lampung terus mengalami peningkatan dari 66,95 di tahun 2015 menjadi 69,02 di tahun 2018.

## **2) Weaknesses Atau Kelemahan Provinsi Lampung Dalam Menghadapi IMT-GT**

### **a. Faktor Produksi yang lemah**

Provinsi Lampung merupakan daerah penghasil karet dan kelapa sawit, Namun produksinya masih belum sebanyak Sumatera Utara dan Sumatera Selatan. Karet dan sawit merupakan komoditas yang masuk dalam program inklusif IMT-GT. Indonesia merupakan produsen terbesar kedua di dunia. Karet adalah komoditas yang digunakan di banyak produk dan peralatan di seluruh dunia mulai dari produk industri sampai rumah tangga. Sementara sawit menjadi salah satu komoditas andalan Indonesia dan penyumbang devisa terbesar.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, Kepala Bagian Ekonomi Bappeda Provinsi Lampung menyatakan bahwa komoditas seperti kopi, lada, kakao banyak dihasilkan di Provinsi Lampung. Hanya saja jika dibandingkan dengan luas wilayah dan jumlah produksinya, belum sesuai. Produksi banyak tetapi masih kurang produktif. Apalagi saat ini banyak lahan kopi dan lada yang beralih fungsi menjadi lahan perkebunan lain. Banyak faktornya, selain harga yang semakin merosot juga karena banyaknya penyakit hama yang menyerang tanaman, khususnya kakao. (Wawancara, 2 Oktober 2019)

Produksi bahan pangan seperti padi, jagung, pisang, ubi kayu meskipun Provinsi Lampung menduduki posisi tertinggi dalam produksinya, namun menghadapi berbagai kendala di lapangan. Berdasarkan FGD Pemetaan Program Prioritas Peningkatan Kesejahteraan Petani Bappeda Provinsi Lampung 2019, petani kesulitan memperoleh bibit unggul. Bibit unggul yang memang berasal dari impor, harganya mahal, selain itu tidak terjamin. Kesulitan pupuk pada saat musim tanam juga menjadi masalah bagi petani. Sehingga produksi yang dihasilkan kurang maksimal. Kelemahan lainnya yaitu belum optimalnya dukungan sarana pengairan dan kebijakan pengaturan pola tanam.

#### **b. Faktor Keamanan**

Potensi pariwisata di Provinsi Lampung cukup banyak meliputi daerah pantai, bukit, gunung, keragaman sumber daya alam, keragaman budaya, dan lainnya. Promosi pariwisata juga gencar dilakukan, baik melalui media cetak, elektronik, dan media sosial. Banyak juga sukarelawan penggiat pariwisata yang mulai turut serta mempromosikan pariwisata di Lampung. Namun pengelolaan belum bisa dikatakan profesional. Koordinasi yang terjalin antar pemerintah daerah kabupaten dan kota masih belum berjalan dengan baik. Selain itu yang saat ini digalakkan adalah desa wisata, namun baru sebatas membangun desa wisata belum ada kajian yang serius untuk menghadapi gap budaya, antara budaya lokal dan budaya yang datang dari para wisatawan

Faktor keamanan juga mendukung aktifitas perekonomian. Beberapa wilayah di Provinsi Lampung masih dalam kategori wilayah yang kurang aman.

Angka kriminalitas di Lampung cukup tinggi. Apalagi di beberapa wilayah yang memang sudah terkenal sejak dulu rawan kriminalitas.

### **c. Daya Beli Rendah**

Jumlah penduduk di Provinsi Lampung yang besar bisa menjadi kekuatan sekaligus kelemahan. Namun angka kemiskinan di provinsi ini masih tinggi yaitu 12,6 persen pada Maret 2019. Kemiskinan dan kualitas penduduk berbanding lurus. Jika kualitas masyarakat meningkat, maka kemiskinan juga akan berkurang.

IPM Provinsi Lampung terus meningkat, namun masih tergolong rendah. Pada tahun 2018 hanya 69,02. Dari IPM ini bisa dilihat bahwa akses masyarakat untuk dapat mengakses hasil pembangunan dalam memperoleh pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya masih rendah. Dari kemudahan masyarakat mengakses hasil pembangunan, dapat dilihat pemerataan pembangunan. Jika pembangunan belum merata, ada yang belum optimal dalam pelaksanaan pemerintahan, baik dari segi manajerial maupun kebijakan. Padahal manajerial dan kebijakan adalah modal penting dalam keberlangsungan laju perekonomian, dalam menghadapi persaingan dengan daerah bahkan negara lain.

### **3) Peluang Provinsi Lampung Dalam Menghadapi IMT-GT**

Beberapa potensi eksternal dalam meninjau kerjasama dan partisipasi provinsi Lampung melalui IMT-GT diantaranya:

#### **a. Peluang Tiga Sektor Strategis dalam Kerjasama IMT-GT**

IMT-GT merupakan poros khusus dalam menghadapi iklim integrasi ekonomi ASEAN antara Indonesia, Malaysia, dan Thailand. Lampung menjadi wilayah yang diperhitungkan dapat berperan serta dan tergabung dalam bagian dari kerjasama IMT-GT.<sup>11</sup> Terdapat tiga sektor strategis yang dapat dioptimalkan dalam membuka peluang kerjasama bagi Lampung yakni sektor pertanian, industri, dan pariwisata. Mengingat Lampung memiliki potensi yang besar pada tiga sektor tersebut. Perekonomian Lampung digerakkan oleh tiga lapangan usaha utama, diantaranya pertanian (31,16%), Industri pengolahan (19,43%),

---

<sup>11</sup> Lihat artikel berita pada situs resmi Kementerian Luar Negeri Indonesia ([https://kemlu.go.id/portal/i/read/162/halaman\\_list\\_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt](https://kemlu.go.id/portal/i/read/162/halaman_list_lainnya/indonesia-malaysia-thailand-growth-triangle-imt-gt)).

perdagangan dan reparasi kendaraan (11,02%).<sup>12</sup> Beberapa komoditi pertanian unggulan Lampung sepanjang tahun 2017 hingga 2018 dalam peringkat nasional diantaranya Ubi Kayu (terbesar kesatu Sumatera dan Nasional), jagung (terbesar kesatu Sumatera dan ketiga nasional), padi (terbesar ketiga Sumatera dan ketujuh Nasional), nanas (terbesar kesatu Sumatera dan Nasional), pisang (terbesar kesatu Sumatera dan kedua Nasional), kedelai (terbesar ketiga Sumatera dan kesepuluh Nasional).

Malaysia merupakan potensi pasar yang baik untuk komoditas pertanian jagung Lampung. Selama ini Malaysia mengimpor jagung 3 juta ton per tahun dari Argentina dan Amerika.<sup>13</sup> Skema IMT-GT dapat mendorong kerjasama perdagangan antara Malaysia dan Indonesia (melalui Lampung) untuk sektor unggulan pertanian komoditas jagung dan lainnya. Sementara di sektor pertanian Thailand memiliki pola pengelolaan yang baik sehingga mendorong produktivitas. Kerjasama yang dibangun dapat berupa transfer teknologi ataupun pengaplikasian model dan pola pertanian yang efektif.

Tiga sektor strategis ini pun menjadi prioritas dalam arah pembangunan kewilayahan Provinsi Lampung. Pada sektor industri Pemerintah Lampung telah menetapkan 9 lokasi Rencana Pembangunan Industri tahun 2016-2035).<sup>14</sup> Diantara kawasan industri yang termasuk ke dalam program hilirisasi produk pertanian melalui industri agro adalah Kawasan Industri Maritim (KIM) Tanggamus, Kawasan Industri Way Kanan, Kawasan Industri Tulang Bawang Barat, Kawasan Industri Mesuji, Kawasan Industri Tulang Bawang, Kawasan Industri Lampung Tengah, Kawasan Industri Lampung Selatan, Kawasan Industri Katibung, dan Kawasan Industri Way Pisang. Adapun Pengembangan Pariwisata meliputi kawasan wisata terintegrasi Teluk Lampung, Kawasan Lampung West Coast Tourism Area, Eco-Tourism Area Kiluan Dolphin Bay, Bukit Barisan Selatan National Park Eco-Tourism, Way Kambas National Park Eco-Tourism, Wisata Anak Gunung Krakatau, Teluk Nipah, dan pengembangan Tahura Wan Abdul Rachman.

---

<sup>12</sup> Paparan Peta program prioritas peningkatan kesejahteraan oleh pemerintah Lampung.

<sup>13</sup> Lihat Artikel Berita oleh Niken Widya Yunita, "Malaysia Apresiasi Pertanian Indonesia", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3437489/malaysia-apresiasi-pertanian-indonesia> (akses 15 Oktober 2019)

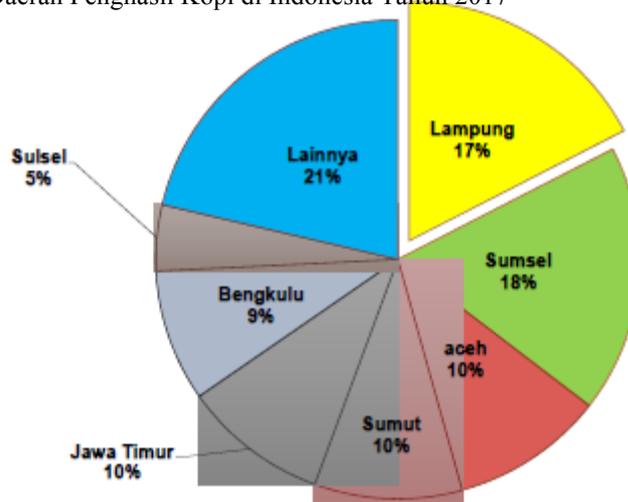
<sup>14</sup> RPJMD Provinsi Lampung.

## b. Potensi Ekspor Komoditi Kopi Lampung terbesar di Indonesia

Berdasarkan peringkat pangsa pasar ekspor kopi di pasar dunia pada tahun 2015-2016, Indonesia berada di urutan ke-4 setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia.<sup>15</sup> Bahkan untuk kopi robusta ekspor Indonesia menduduki peringkat pertama di dunia. Sementara itu, Lampung merupakan produksi tertinggi nomor 2 se-Sumatera setelah Sumatera Selatan.<sup>16</sup> Di Indonesia ada 14 (empat belas) jenis kopi yang telah mendapatkan sertifikat indikasi Geografis (IG). Salah satunya adalah kopi robusta Lampung.<sup>17</sup> Produksi kopi Indonesia tahun 2017 daerah Lampung memenuhi 17 %, Sumatera Selatan 18 %, Aceh 10%, Sumatera Utara 10%, Bengkulu 9%, Sulawesi Selatan 5 %, dan sisanya 21% didapat dari hasil produksi daerah lainnya dengan total produksi sebesar 668,7 ribu ton.

**Gambar 6.2 Sebaran Daerah Penghasil Kopi di Indonesia**

Diagram Daerah Penghasil Kopi di Indonesia Tahun 2017



Sumber: Pemerintah Daerah Lampung

Melalui skema IMT-GT Lampung dapat mengoptimalkan tujuan ekspor komoditi kopinya ke Malaysia dan Thailand. Sementara ini negara tujuan ekspor

<sup>15</sup> ICO (*International Coffe Organization*) 2017.

<sup>16</sup> Dirjen Perkebunan 2018.

<sup>17</sup> Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. (dapat dilihat pada <https://www.dgip.go.id/pengenalan-indikasi-geografis>).

utama kopi Indonesia adalah Malaysia, Jerman, Italia, Rusia, dan Jepang. Saat ini volume ekspor kopi Indonesia rata-rata berkisar 350 ribu ton per tahun meliputi kopi robusta 85 % dan arabika 15 %. Dari total produksi sekitar 67 % kopinya diekspor ke pasar dunia, sedangkan sisanya 33% untuk memenuhi 4 kebutuhan dalam negeri yang sebagian besar kopi di proses menjadi kopi bubuk, kopi instan, dan *mixed coffee*. Terlebih *International Coffee Organisation (ICO)* memprediksi peningkatan konsumsi kopi dunia sebesar 2,5 % per tahun sejak tahun 2020, dan diperkirakan akan mencapai 165 sampai dengan 173 juta karung atau mengalami defisit sebesar 30 sampai 37 juta karung. Hal itu disebabkan meningkatnya taraf hidup dan *life style*, sehingga mendorong terjadinya peningkatan tingkat konsumsi di negara produsen kopi.

### **c. Daya Dukung Infrastruktur (Jalan Tol Lintas Sumatera, Bandara, dan Pelabuhan)**

Infrastruktur merupakan salah satu faktor penting dalam kerjasama. Dengan infrastruktur yang memadai akan memudahkan jalur transportasi dan mobilitas baik berupa barang, jasa, maupun manusia. Lampung sendiri termasuk ke dalam proyek besar pembangunan infrastruktur Indonesia yang menghubungkan ruas-ruas penting kota dan provinsi. Pembangunan jalan tol lintas Sumatera yang melintasi Lampung meliputi ruas wilayah Bakauheni-Terbanggi Besar, Terbanggi Besar-Pematang Panggang, Pematang Panggang-Kayu Agung, Palembang-Indralaya, dan Palembang-Tanjung Api-api. Exit Toll Lematang mengakomodasi akses menuju Pelabuhan Internasional Panjang, terkoneksi dengan rencana pengembangan jalur Kereta Api dan *Dry Port*, serta menyediakan akses menuju Kota Metropolitan Bandar Lampung (sebagai salah satu titik pusat pembangunan dan pengembangan daerah). Jalur Kereta Api pasif yang membentang dari Pidada menuju Pelabuhan Panjang dapat diaktifkan kembali dimana nantinya dapat dimanfaatkan sebagai jalur mobilisasi perkebunan, batu bara, dll. Dalam kerangka IMT-GT pun telah ditetapkan IMT-GT *Baseline Priority Project Connectivity (PCPs)* untuk meningkatkan konektivitas di wilayah IMT-GT. Proyek yang dapat menjadi peluang bagi Lampung atas kerjasama yang bisa dibangun adalah

*Sumatera Ports Development Project* yang merupakan salah satu proyek PCPs tersebut.

#### **4) Tantangan Provinsi Lampung Dalam Menghadapi IMT-GT**

Di samping kelemahan dari sisi internal wilayah Lampung, beberapa tantangan yang dapat menjadi pertimbangan dan penanganan dalam rangka berupaya membangun partisipasi aktif melalui skema IMT-GT diantaranya:

##### **a. Daya Saing (Kompetisi) dan Daya Tawar**

Salah satu tantangan terbesar dalam memulai kerjasama internasional adalah daya saing daerah. Mengingat daya saing dipengaruhi berbagai faktor seperti elemen keuangan, manusia, kekuatan ekonomi domestik, pemerintah, dan infrastruktur.<sup>18</sup> Daya saing daerah juga tidak dapat terlepas dari sektor unggulan daerah. Sektor unggulan daerah pun tentunya didukung oleh aspek-aspek atau faktor yang semestinya juga harus baik. Namun pada kenyataannya, Lampung masih memiliki kendala dan kelemahan dari sektor terkait yang dapat mempengaruhi daya saing Lampung di level nasional dan internasional.

##### **b. Good Governance**

Standar tata kelola pemerintahan yang baik dan mapan menjadi hal yang krusial dalam membangun hubungan dan kerja sama di level internasional. Issue dan norma mengenai “*global good governance*” mempengaruhi perilaku negara dalam beradaptasi dengan lingkungan global demi mampu bersanding dan bersama negara-negara lain dalam melakukan proyek dan kesepakatan besar. Tantangan yang harus sesegera mungkin diatasi oleh pemerintah daerah dan pihak swasta terkait untuk dapat terlibat dalam berbagai skema internasional termasuk IMT-GT adalah perihal managerial dan keorganisasian yang professional. Mengingat sistem dan struktur kerjasama dalam skala regional maupun internasional biasanya memuat rincian standar dan prosedur yang kompleks, transparan, dan integratif.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Lihat Stimson, R.J., Stough, Roger R. & Roberts, Brian H. 2006. *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy*. Berlin: Springer.

<sup>19</sup> Merilee S. Grindle. 2009. *Going Local, Decentralization, Democratization, and The Promise of Good Governance*. New Jersey: Princeton University Press. p. 124.

### **c. City Branding**

Iklim kompetisi yang sangat ketat dan persaingan pasar yang selektif di level internasional menuntut negara dapat membentuk citra positif sehingga menjadi daya tawar negara. Pada awalnya, citra positif (*image*) secara otomatis dapat terbentuk dari identitas nasional suatu negara. Akan tetapi, semakin berkembangnya pola kerjasama dan pola perilaku negara di era globalisasi ini, *brand* atau *image* suatu negara dapat diciptakan dengan strategi tertentu, yang oleh Simon Anholt disebut sebagai *nation branding*. Pola kerjasama dan pola diplomasi yang berkembang hingga pada level subnasional pun memungkinkan bagi subnasional untuk membentuk citra positif, yang dapat disebut sebagai *city branding*<sup>20</sup>. Dalam hal ini Lampung belum mampu menciptakan *image* positif atau *city branding*nya di level nasional, regional, hingga internasional. Hal tersebut berdampak pada keraguan mitra lain dalam skala subnasional maupun internasional untuk menjalin dan mengokohkan hubungan dan kerjasama dengan berbagai skema yang ada. Kemungkinan lain adalah masih minimnya intensitas dan mobilitas para pimpinan daerah dan aktor penting subnasional lain di Lampung dalam berbagai aktifitas lintas batas (baik skala nasional, antar subnasional, regional, hingga internasional). Dampaknya adalah kurang dikenalnya Lampung dengan berbagai potensi daerah yang ada.

### **d. Transfer Teknologi**

Era revolusi industri berdampak pada digitalisasi dan penguasaan teknologi yang semakin modern dan mutakhir. Lampung sebagai salah satu wilayah strategis Sumatera harus segera menangkap peluang kemajuan teknologi ini. Mengingat negara-negara dan berbagai *stakeholder* dalam kerjasama internasional berlomba-lomba melakukan transfer teknologi untuk meningkatkan inovasi dalam berbagai aspek kehidupan. Transfer teknologi memungkinkan suatu wilayah mendapatkan distribusi pengetahuan dan penguasaan teknologi mutakhir untuk dimanfaatkan dalam berbagai keperluan pembangunan dan pengembangan daerah. Inovasi akan mendorong peningkatan kualitas dan spesialisasi suatu daerah pada sektor-sektor unggulannya (*comparative advantage*). Apabila tantangan ini tidak ditanggapi

---

<sup>20</sup> Keith Dinnie. 2011. *City Branding Theory and Cases*. New York: Palgrave Macmillan. p.5.

secara responsif dan terarah, bisa jadi skema internasional yang ada termasuk IMT-GT dengan berbagai dinamika dan perkembangannya tidak dapat diikuti. Padahal Lampung memiliki potensi untuk bisa terlibat dan memberikan insentif dan dampak positif bagi Indonesia yang selanjutnya akan menunjang ASEAN. Lebih spesifik transfer teknologi dapat mendorong realisasi *e-commerce* sehingga meningkatkan produktivitas dan pangsa pasar komoditi subnasional sebagai penyokong nasional dan regional.

### **C. Pemetaan Strategi Provinsi Lampung dalam Menghadapi IMT-GT**

Dalam bagian ini akan dibahas lebih lanjut mengenai berbagai masalah yang dihadapi Lampung sekaligus alternative strategi yang dapat dipilih Lampung terutama dalam konteks IMT-GT dengan menganalisis hasil pemetaan komoditas unggulan perdagangan Lampung yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya dan analisis swot. Berdasarkan SWOT, Lampung memiliki kekuatan yang utama adalah letak strategis yang menghubungkan antara pulau Jawa dan Sumatra. Lampung bahkan telah menjadi salah satu wilayah prioritas pembangunan jalan tol di Indonesia. Dalam kerangka IMT-GT pun telah ditetapkan IMT-GT *Baseline Priority Project Connectivity* (PCPs) untuk meningkatkan konektivitas di wilayah IMT-GT. Proyek yang dapat menjadi peluang bagi Lampung atas kerjasama yang bisa dibangun adalah *Sumatera Ports Development Project* yang merupakan salah satu proyek PCPs tersebut. Hal ini dapat memperlancar akses pasar bagi arus transportasi produk Lampung. Selain itu Lampung memiliki beberapa komoditas penting. Di bawah ini, dirangkum hasil SWOT sebagai berikut:

**Tabel 6.2 Resume SWOT**

<b>Internal</b>	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>KELEMAHAN (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahan Pertanian relatif luas</li> <li>2. Penghasil utama ubi kayu, jagung, nanas</li> <li>3. Letak geografis yang menghubungkan pulau Jawa dan Sumatera termasuk telah dilalui jalan tol lintas Sumatera</li> <li>4. Jumlah penduduk yang besar jumlah penduduk terbesar kedua di Sumatera. Jumlah penduduk pada tahun 2018 yaitu sekitar 8.370.485 jiwa</li> <li>5. Potensi pariwisata di Provinsi Lampung cukup banyak meliputi daerah pantai, bukit, gunung, keragaman sumber daya alam, keragaman budaya, dan lainnya.</li> <li>6. IPM Provinsi Lampung terus mengalami peningkatan dari 66,95 di tahun 2015 menjadi 69,02 di tahun 2018.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor produksi (kesulitan memperoleh bibit dan masalah pengairan untuk ubi kayu) serta produksi kecil kopi, lada, kakao karena banyak alih fungsi lahan dan hama</li> <li>2. Harga jual yang rendah terutama ubi kayu</li> <li>3. Pengelolaan pariwisata belum profesional dan faktor keamanan</li> <li>4. Karet dan sawit sebagai komoditas dalam IMT-GT dan Lampung belum dapat memproduksi sebanyak Sumsel dan Sumut</li> </ol>
<b>Eksternal</b>	<b>PELUANG (O)</b>	<b>S – O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiga sektor strategis dalam kerjasama IMT-GT</li> <li>2. Indonesia sebagai penghasil biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolumbia (Lampung sebagai penghasil kedua terbesar kopi)</li> <li>3. Daya dukung infrastruktur</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan perdagangan dengan negara IMT-GT</li> <li>2. Meningkatkan hasil perikanan dan olahan laut</li> <li>3. Mengembangkan pariwisata</li> </ol>	<b>W – O</b>
	<b>ANCAMAN (T)</b>	<b>S – T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya saing tinggi</li> <li>2. Global good governance dalam framework IMT-GT</li> <li>3. City branding yang lemah</li> <li>4. Minimnya dukungan teknologi/ transfer teknologi</li> <li>5. Lampung tidak menjadi prioritas branding wisata Indonesia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kerjasama dengan negara IMT-GT dan Asia</li> <li>2. Membangun sister city dan city branding</li> <li>3. Meningkatkan kualitas SDM dan pengadaan teknologi pertanian</li> <li>4. Mengembangkan <i>halal product</i></li> </ol>	<b>W – T</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan daya saing dengan membangun Lampung sebagai sumber branding halal product</li> <li>2. Membangun <i>tourism branding melalui e-commerce</i></li> <li>3. Meningkatkan pengguna e-commerce</li> </ol>

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel SWOT di atas, maka kekuatan Lampung adalah pada komoditas dan letak geografis. Lampung memiliki beberapa produk yang menjadi kekuatan Lampung, diantaranya adalah kopi, ubi kayu, nanas, pisang. Ironisnya di sisi lain, Lampung memiliki kelemahan dalam hal produksi dan pasar. Penduduk Lampung mempunyai daya beli yang rendah, sehingga produk Lampung tak banyak diserap oleh domestik. Hal ini sesungguhnya merupakan peluang bagi Lampung. Lampung sudah seharusnya mencari pasar hingga ke negara lain.

Sementara itu peluang Lampung tentunya dalam konteks penelitian ini adalah terkait IMT-GT. Peningkatan produksi dan perdagangan dapat dimaksimalkan melalui berbagai *Working Group* diantaranya *Working Group on Agriculture, Agro-Based Industry & Environment* (WGAAE), *Working Group on Halal Products and Services* (WGHAPAS), *Working Group on Tourism* (WGT), *Working Group on Infrastructure & Transport* (WGIT), *Working Group on Trade & Investment* (WGTI), dan *Working Group on Human Resources & Development* (WGHDRD). Provinsi Lampung dapat meninjau posisi dan peluang strategis dengan mengacu pada program-program dalam *Implementation Blueprint 2012-2016*, IMT- GT tersebut di atas. Hal yang perlu dijelaskan berikutnya adalah strategi yang dapat dilakukan Lampung. Berdasarkan temuan dari hasil pemetaan komoditas unggulan perdagangan Lampung dan analisa SWOT maka terdapat beberapa hal yang penting untuk dicermati oleh Lampung sebagai basis menemukan strategi yang tepat. Beberapa poin penting diantaranya:

**Pertama**, masalah produksi dan pengembangan produksi komoditas unggulan. Lampung mestinya dapat membaca pasar dan trend permintaan pasar untuk membangun dan menentukan focus komoditas unggulan. Meski produksi menjadi kelemahan (*weakness*) namun dalam pemetaan potensi lampung, diketahui bahwa kecendrungan produksi di Lampung terus meningkat sehingga masalah produksi tidak menjadi signifikan. Permasalahan bagi Provinsi Lampung sesungguhnya adalah penurunan pendapatan ekspor yang terutama disebabkan adanya penurunan pendapatan ekspor di 19 komoditas unggulan Provinsi Lampung. Pendapatan ekspor Lampung di tahun 2017 tercatat sebesar US\$ 3,871 dolar AS turun menjadi US\$ 3,345 milyar, atau keseluruhan turun sebesar 11,27%.

Berdasarkan pemetaan potensi komoditas maka, Lampung memang sangat bergantung pada komoditas unggulan. Komoditas unggulan itu meliputi batu bara, minyak palem dan minyak sayur, residu palem, kayu dan *pulp*, gula, kopi dan rempah-rempah, produk olahan buah, produk kimia, karet, kelapa dan kacang-kacangan. Sebaliknya, Komoditas dengan kapasitas produksi terendah adalah: produk garmen, produk keramik dan marmer, pupuk, produk peralatan, produk olahan kertas, perhiasan dan aksesoris, aluminium, produk percetakan, kosmetik, susu dan produk olahan susu. Yang menarik dari data ini, adalah temuan bahwa dengan melihat kekuatan geografis Lampung yang memiliki garis pantai 1.105 km ternyata tidak membuat Lampung memiliki komoditas unggulan terkait hasil perikanan dan kelautan. Padahal menurut temuan trend pada pemetaan potensi komoditas unggulan Lampung yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat 10 komoditas yang tercatat memiliki potensi besar bila dilihat dari pendapatan ekspornya, komoditas tersebut adalah: minyak palem dan minyak sayur, kopi dan rempah-rempah, batu-bara, produk olahan buah, kayu dan *pulp*, karet, ikan dan makanan laut, benih ikan dan hewan laut, residu palem, serta produk kimia. Pada tahun 2017 tercatat pendapatan ekspor dari 10 komoditas tersebut berkisar antara US\$ 84,538 juta hingga US\$ 1,547 milyar per tahun. Sedangkan di tahun 2018 pendapatan ekspor komoditas tersebut berkisar antara US\$ 105,048 juta hingga US\$ 1,246 milyar per tahun.

Dari data ini diketahui, bahwa benih ikan dan hasil makanan laut adalah potensi baik apalagi ini juga didukung oleh kekuatan geografi Lampung. Produk ini layaknya juga mulai menjadi perhatian produksi pemerintah Lampung. Lampung tidak hanya perlu memperhatikan produksi komoditas yang selama ini telah menjadi unggulan namun juga perlu memperhatikan alternative komoditas yang trend pendapatan ekspornya justru meningkat.

**Kedua**, kekuatan Lampung sebagai penghasil ubi kayu, jagung, dan nanas di Indonesia ternyata tidak dapat diharapkan banyak bagi pengembangan ekspor. Kekuatan penghasil utama ubi kayu yang dimiliki Lampung tidak didukung oleh kenyataan ekspor Lampung. Berdasarkan pemetaan potensi maka ubi kayu dan jagung tidak termasuk dalam 10 komoditas utama Lampung ataupun komoditas yang berpotensi bagi Lampung (*vital*). Hal ini menjadi temuan yang krusial,

karena nyatanya ubi kayu sebagai kekuatan (*strength*) perlu mendapat perhatian untuk dikembangkan.

Ada kenyataan dalam analisis potensi pemetaan bahwa komoditas unggulan Provinsi Lampung masih berbasis perdagangan produk mentah dan produk setengah jadi. Hal ini sekaligus dapat dimanfaatkan dalam pengembangan sector industry ubi kayu, yaitu dengan menambah nilai ubi kayu dan mengolah menjadi bahan setengah jadi atau jadi. Ubi kayu dapat diekspor dengan menjadikannya sebagai kerikik, tepung atau lainnya.

Selain itu, masalah jagung Malaysia merupakan potensi pasar yang baik untuk komoditas pertanian jagung Lampung. Selama ini Malaysia mengimpor jagung 3 juta ton per tahun dari Argentina dan Amerika.<sup>21</sup> Skema IMT-GT dapat mendorong kerjasama perdagangan antara Malaysia dan Indonesia (melalui Lampung) untuk sektor unggulan pertanian komoditas jagung dan lainnya. Sementara di sektor pertanian Thailand memiliki pola pengelolaan yang baik sehingga mendorong produktivitas. Kerjasama yang dibangun dapat berupa transfer teknologi ataupun pengaplikasian model dan pola pertanian yang efektif.

**Ketiga,** Kopi yang menjadi kekuatan dan ciri bagi Lampung. Sayangnya, kopi dan rempah-rempah mengalami penurunan baik dalam pendapatan ekspor maupun kapasitas produksi. Kopi dan rempah-rempah mengalami penurunan pendapatan ekspor hingga 55,8%, atau turun lebih dari US\$ 300 juta per tahun, sekaligus juga mengalami penurunan kapasitas produksi hingga 50,8% atau lebih dari 165.000 ton per tahun. Alternatif strategi yang dapat dilakukan Lampung adalah dengan membuka pasar baru, tidak hanya focus pada pasar target ekspor selama ini yang dipilih.

**Keempat,** peluang IMT GT layak untuk diperhitungkan. Hal ini melihat data dari hasil pemetaan potensi bahwa mitra perdagangan terbesar Lampung adalah negara-negara dari Eropa sejumlah 37 negara, dari kawasan Afrika sebanyak 25 negara, kawasan Timur Tengah sebanyak 20 negara, kawasan Amerika sebanyak 19 negara, kawasan Asia sebanyak 18 negara, dan dari kawasan Oceania sebanyak 10 negara. Jumlah negara mitra di Asia relatif kecil atau hanya sebesar 13,95%

---

<sup>21</sup> Lihat Artikel Berita oleh Niken Widya Yunita, "Malaysia Apresiasi Pertanian Indonesia", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3437489/malaysia-apresiasi-pertanian-indonesia> (akses 15 Oktober 2019)

dari keseluruhan negara mitra, padahal total bobot perdagangan dan pendapatan dari perdagangan terhadap negara-negara mitra Asia merupakan yang terbesar. Mitra terbesar Indonesia adalah India dan Tiongkok. Disinilah strategi yang dapat dipilih oleh pemerintah Lampung yaitu untuk terus meningkatkan kerjasama dengan negara di Asia termasuk Thailand dan Malaysia sebagai negara mitra Indonesia dalam IMT-GT. Lampung perlu juga melakukan perluasan pemasaran komoditas Lampung.

*Kelima*, peluang *halal product* dan jasa perlu diperhatikan. Lampung dapat menambah nilai kompetisi produk maka Lampung bisa melakukan nilai tambah produk dengan penekanan branding *halal product*. Hal ini sejalan dengan working group dalam IMT GT yaitu *Working Group on Halal Products and Services* (WGHAPAS0).

**Keenam**, terkait perluasan pemasaran komoditas Lampung di Asia salah satunya dapat dilakukan melalui *e-commerce*. Di bawah ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai *e-commerce* sebagai alternative strategi provinsi Lampung

#### **D. E-Commerce dan Komoditas Unggulan Perdagangan Internasional Lampung**

##### **1) E-Commerce Sebagai Alternatif Strategi Provinsi Lampung**

Indonesia termasuk Lampung memiliki peluang besar dalam pengembangan e-commerce untuk pengembangan pasar dan peningkatan perdagangan. Menurut data Euromonitor (2014), penjualan online Indonesia mencapai US\$ 1,1 miliar atau lebih tinggi dibanding Thailand dan Singapura. Tapi jika dibandingkan dengan total perdagangan retail, penjualan e-commerce di Indonesia hanya sebesar 0,07 persen.(DBS Bank, 2018). Hal ini cukup ironis mengingat angka pengguna internet di Indonesia terus meningkat terutama sejak tahun 2007 hingga 2019.

Pada tiga tahun terakhir, angka pengguna internet di Indonesia yang berjumlah 132,7 pada tahun 2016 meningkat menjadi 143,26 di tahun 2017, dan 171,17 pada 2018 (APJII). Saat ini ada 64,8 % pengguna internet di Indonesia dari total jumlah penduduk 246,16 juta jiwa. Artinya Indonesia masih memiliki

peluang untuk berupaya meningkatkan angka pengguna internet, termasuk mengupayakan peningkatan e-commerce. Meskipun begitu, nyatanya sebesar 55 persen dari total pengguna internet masih terkonsentrasi di pulau Jawa. Sumatra termasuk di dalamnya Lampung hanya memiliki 22 persen dari total pengguna internet di Indonesia (APJII, 2019). Data ini menunjukkan bahwa Lampung masih berpeluang meningkatkan pengguna internet dan meningkatkan pengguna e-commerce.

*E-commerce* memberi jalan bagi berbagai bentuk dan jenis transaksi baik yang melibatkan perusahaan besar, skala kecil, perusahaan jasa, maupun individu atau consumer to consumer. Produk unggulan Lampung semisal ubi kayu dan kopi yang memiliki kesempatan untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan penjualan melalui e-commerce. Hal ini tidak hanya bisa dilakukan oleh perusahaan kopi dan ubi kayu berskala besar namun juga oleh kelompok UMKM maupun individu yang memiliki usaha kopi dan ubi. UMKM dapat memanfaatkan pertama, yaitu akun media social seperti facebook, Instagram, dan lainnya. Facebook misalnya terbukti mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Sebagaimana survei Institute of Economy and Finance (INDEF), bahwa facebook berhasil meningkatkan jumlah pelanggan sebesar 92 persen. Facebook juga membantu 75 persen dan 74 persen UMKM, masing-masing untuk mengurangi biaya pemasaran dan hambatan untuk tumbuh. (INDEF, 2019).

Kedua, UMKM ataupun kelompok consumers dapat memanfaatkan para penyedia jasa *e-commerce* yang cukup besar di Indonesia sebagai langkah awal untuk memperkenalkan dan mengembangkan *brand* awal produk. Beberapa penyedia jasa *e-commerce* terbesar di Indonesia diantaranya, Tokopedia dengan jumlah pengguna 132 juta, lalu Bukalapak pada urutan kedua dengan rata-rata jumlah pengunjung 115 juta per bulan, disusul Shopee, Lazada, dan Blibli.(iPrice,2019)

Lampung memiliki potensi untuk terus meningkatkan pengguna *e-commerce*. Jumlah usaha di Lampung terus meningkat sejak 2006. Berdasarkan hasil Sensus Ekonomi BPS pada tahun 2016 jumlah usaha di Lampung naik 15,75% atau 783.286 usaha dibandingkan Sensus Ekonomi (SE) 2006 yang hanya sebesar 632.620 usaha (BPS Lampung, 2018). Provinsi Lampung bahkan dapat

memprioritas upaya pengembangan pengguna e-commerce ini dengan focus pada para pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan angka pertumbuhan UMKM yang terus mengalami peningkatan di Lampung. Seperti data yang dirilis BPS, menunjukkan bahwa 99,2% usaha di Provinsi Lampung adalah berskala usaha mikro dan kecil, sedangkan 7.679 atau 0,98% berskala usaha menengah besar. Pertumbuhan UMKM sangat relevan untuk diharapkan mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi Lampung terutama dengan mendorong pelaku UMKM untuk aktif terlibat sebagai pengguna dalam e-commerce.

Apabila Lampung konsisten mendukung arah pengembangan yang focus pada pertanian dan tourism, maka pemerintah Lampung masih memiliki pekerjaan rumah untuk terus meningkatkan unit usaha pertanian dan tourism tidak hanya di level usaha besar namun juga usaha kecil dan menengah hingga dapat menarik UMKM ini juga terlibat sebagai pengguna *e-commerce*. Hal ini masih menjadi PR besar karena faktanya, selama ini sektor UMK di Lampung paling banyak menyerap tenaga kerja yang bersifat non-pertanian sebesar 86,39% atau 1,43 juta orang (BPS Lampung, 2018).

Cita-cita untuk mendorong perkembangan industri pangan dan pertanian tidak hanya bisa dicapai dengan hanya mengembangkan unit usaha besar melainkan juga UMKM. Sosialisasi kepada kelompok UMKM dan *consumers* (individu pelaku usaha) menjadi penting dilakukan oleh pemerintah Provinsi Lampung. Terutama jika melihat bahwa e-commerce dapat menjadi alat utama dalam menyokong keberhasilan pengembangan perekonomian Lampung yang selama ini diarahkan pada pengembangan tiga prioritas utama, yaitu pertanian dan penyangga ketahanan pangan, industri pengolahan dan pariwisata. (Bappeda Lampung, 2019)

*E-commerce* dapat berpotensi besar tidak hanya untuk memperluas pasar komoditas utama Lampung seperti ubi kayu dan kopi, namun juga dapat menjual jasa, mempromosikan sekaligus mempermudah transaksi dalam sector pariwisata yang menjadi salah satu prioritas dalam tiga agenda prioritas utama arah pengembangan di Lampung. Gary Schneider telah menjelaskan bahwa e-commerce memiliki ragam sudut pandang, diantaranya pertama, untuk komunikasi yang berkaitan dengan penyediaan barang, jasa, informasi atau

pembayaran melalui jaringan computer atau alat elektronik lainnya. kedua, perspektif bisnis, yaitu aplikasi dari teknologi dengan tujuan mengotomatisasi transaksi bisnis dan langkah-langkah dalam melaksanakan pekerjaan. Ketiga, pelayanan, merupakan alat yang bisa memenuhi kebutuhan sebuah perusahaan, konsumen, dan manajemen dengan tujuan meminimalisir biaya pelayanan, meningkatkan kualitas, dan kecepatan pelayanan konsumen. Keempat, perspektif online, *e-commerce* memungkinkan dilakukannya proses penjualan dan pembelian produk serta informasi melalui internet dan juga layanan online lainnya (Gary Schneider, 2015;18-20). Secara garis besar, *E-commerce*, bermanfaat tidak hanya semata untuk memasarkan produk dan menambah pelanggan. *E-commerce* juga memfasilitasi pengguna untuk dapat mempermudah proses pembayaran, menghemat biaya pemasaran dan meningkatkan pelayanan.

Dalam konteks IMT-GT, *e-commerce* juga memiliki posisi menguntungkan. Hal ini terutama dengan melihat bahwa pasar ASEAN merupakan pasar terbesar dimana potensi pertumbuhan populasi dan pertumbuhan populasi pengguna teknologi internet juga tinggi. Pengguna internet aktif akan sangat mempengaruhi penjualan produk melalui penjualan digital. Lampung dapat memanfaatkan hal ini, terutama dalam konteks IMT-GT yang salah satunya fokus pada *Trade & Investment (WGTI)* dan *Halal Products and Services (WGHAPAS0)*. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian analisa SWOT misalnya Malaysia dapat menjadi partner dan negara sasaran *e-commerce* ubi kayu Indonesia. Lampung juga masih memiliki pekerjaan rumah meningkatkan jumlah usaha di sector pertanian industry dan pariwisata jika memang ingin focus pada ketiga hal ini.

## **2) Potensi Komoditas Unggulan dan Perdagangan Internasional Lampung**

Provinsi Lampung sendiri tercatat pada BPS Indonesia memiliki total 38 jenis komoditas ekspor (dari 100 jenis utama) yang keseluruhannya mencapai 247 sub-komoditas. Adapun komoditas tersebut adalah sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 6.3 Kapasitas Produksi dan Pendapatan Ekspor Komoditas Lampung.<sup>22</sup>**

Kode HS 6	Berat Bersih / BB (Ribu Ton)		Perubahan		Nilai FOB (Juta USS)	
	2017	2018	BB	FOB	2017	2018
<i>Vegetable Palm Oils</i>	2142,22	1977,00	-165,22	-301,04	1547,81	1246,76
<i>Coal</i>	6137,75	7526,78	1389,02	115,74	389,37	505,10
<i>Coffee &amp; Spices</i>	326,89	160,68	-166,21	-404,37	724,51	320,14
<i>Wood &amp; Pulp</i>	367,97	421,12	53,16	65,36	196,28	261,64
<i>Fruit Products</i>	197,73	218,12	20,39	-46,52	247,06	200,53
<i>Beet Palm Residu</i>	1004,60	1222,90	218,30	62,84	104,43	167,28
<i>Rubber</i>	106,29	117,88	11,59	-13,73	178,60	164,87
<i>Chemical Products</i>	118,33	236,76	118,43	62,99	84,54	147,52
<i>Shrimp, Crab, Fish</i>	15,21	15,18	-0,04	-12,87	141,11	128,24
<i>SCF Preparations</i>	8,00	8,89	0,90	10,05	94,99	105,05
<i>Sugar</i>	362,59	415,96	53,37	2,68	55,39	58,08
<i>Nuts &amp; Coconuts</i>	49,63	62,18	12,55	9,06	29,47	38,53
<i>Nitrogen &amp; Phenols</i>	6,67	5,10	-1,57	-0,69	38,14	37,45
<i>Cocoa</i>	3,78	8,32	4,54	12,53	6,98	19,51
<i>Beverages</i>	19,39	13,38	-6,01	-4,74	14,42	9,68
<i>Copra &amp; Algae</i>	3,53	5,72	2,18	1,91	3,52	5,43
<i>Polymers &amp; Plastics</i>	0,24	0,34	0,09	1,13	3,77	4,90
<i>Fabrics &amp; Yarn</i>	10,15	12,48	2,33	1,00	3,54	4,54
<i>Gums</i>	1,14	2,00	0,86	1,75	1,44	3,19
<i>Cement &amp; Mineral</i>	0,78	73,90	73,12	2,56	0,17	2,74
<i>Soap &amp; Ac Cleaner</i>	6,60	3,57	-3,04	-1,30	3,17	1,87
<i>Glass</i>	0,57	0,48	-0,09	-0,08	1,05	0,97
<i>Cosmetics</i>	0,00	0,08	0,08	0,78	0,00	0,78
<i>Garments &amp; Bags</i>	0,10	0,06	-0,04	-0,08	0,22	0,14
<i>Machinery</i>	0,43	0,02	-0,41	-0,80	0,93	0,13
<i>Cereals &amp; Corn</i>	0,13	0,16	0,03	0,02	0,07	0,10
<i>Marble &amp; Ceramics</i>	0,06	0,11	0,04	0,04	0,06	0,10
<i>Flour &amp; Sago</i>	0,44	0,16	-0,27	-0,06	0,15	0,09
<i>Animal Products</i>	0,13	0,17	0,05	0,02	0,06	0,08
<i>Jewellery</i>	0,00	0,00	0,00	-0,07	0,14	0,07
<i>Iron &amp; Steel</i>	0,15	0,00	-0,15	-0,10	0,17	0,07
<i>Iron &amp; Steel Prod</i>	0,69	0,02	-0,68	-0,19	0,21	0,02
<i>Fertilizers</i>	0,04	0,03	-0,01	-0,01	0,03	0,02
<i>Paper Products</i>	0,00	0,03	0,02	0,01	0,00	0,01
<i>Milk &amp; Dairy</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Printed Products</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Aluminium</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Tools</i>	0,03	0,00	-0,03	-0,02	0,02	0,00

Sumber: Hasil penelitian, 2019

Komoditas ekspor Lampung dari data yang dihimpun, secara umum mengalami peningkatan kapasitas produksi dari 10,892 juta ton di tahun 2017 menjadi 12,509 juta ton di tahun 2018, atau tumbuh secara keseluruhan sebesar 14,85%. Pertumbuhan tersebut berlaku meskipun terdapat penurunan kapasitas produksi di 19 komoditas. Di sisi lain, pendapatan ekspor komoditas unggulan

<sup>22</sup> Hasil olah data penelitian. Dirangkum dari Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. 2019. *Ekspor Menurut Provinsi Asal Barang Tahun 2018*. Jakarta: BPS RI.

Lampung justru mengalami penurunan. Pendapatan ekspor Lampung di tahun 2017 tercatat sebesar US\$ 3,871 dolar AS turun menjadi US\$ 3,345 milyar, atau keseluruhan turun sebesar 11,27%. Penurunan ini juga merupakan hasil dari adanya penurunan pendapatan ekspor di 19 komoditas unggulan Provinsi Lampung.

Secara lebih rinci terdapat sejumlah 11 sub-komoditas tercatat unggul atau memiliki potensi besar dilihat dari kapasitas produksinya. Komoditas tersebut adalah: batu bara, minyak palem dan minyak sayur, residu palem, kayu dan *pulp*, gula, kopi dan rempah-rempah, produk olahan buah, produk kimia, karet, kelapa dan kacang-kacangan. Di tahun 2017 tercatat kapasitas produksi 11 komoditas ekspor tersebut berkisar antara 49,633 ribu ton hingga 6,137 juta ton per tahun. Sedangkan di tahun 2018 kapasitas produksi komoditas ekspor tersebut berkisar antara 73,896 ribu ton hingga 7,526 juta ton per tahun. Pertumbuhan ini secara keseluruhan berkisar antara 10,3% hingga 100,1%. Beberapa komoditas ekspor unggulan Lampung mengalami penurunan kapasitas produksi diantaranya adalah: kopi dan rempah-rempah, serta kelapa dan kacang-kacangan. Produk kimia justru tercatat mengalami pertumbuhan kapasitas tertinggi, sedangkan batu-bara tetap menjadi komoditas terbesar.

Di sisi lain, Provinsi Lampung juga tercatat memiliki 10 komoditas dengan kapasitas produksi terendah. Komoditas tersebut adalah: produk garmen, produk keramik dan marmer, pupuk, produk peralatan, produk olahan kertas, perhiasan dan aksesoris, aluminium, produk percetakan, kosmetik, susu dan produk olahan susu. Keseluruhan komoditas ini memiliki kapasitas produksi di bawah 102 ton pada baik di tahun 2017 dan tahun 2018. Sejumlah tiga komoditas yaitu: produk garmen, produk keramik dan marmer, dan kosmetik yang menjadi salah satu sub-komoditas terendah di tahun 2017; pada tahun 2018 keluar dari daftar komoditas terendah tersebut dan digantikan dengan: besi, produk olahan besi dan baja, serta produk permesinan.

Dari data terkumpul juga dapat disimpulkan berbagai komoditas Lampung dilihat dari pergerakan (progresivitas) kapasitas produksinya. Beberapa komoditas Lampung dengan kapasitas produksi tertinggi, juga tercatat memiliki progresivitas yang tinggi pula; komoditas tersebut diantaranya adalah: batu bara, gula, kayu,

produk olahan buah, dan karet. Di luar komoditas tersebut terdapat komoditas semen dan kakao yang masuk ke dalam komoditas paling berkembang di Provinsi Lampung, bahkan tercatat tumbuh hingga 9373%. Komoditas dengan kapasitas produksi terendah di sisi lain juga mencatatkan angka progresivitas terendah diantaranya adalah: besi, produk olahan besi dan baja, serta permesinan. Uniknyanya di jajaran komoditas dengan progresivitas kapasitas produksi terendah terdapat dua komoditas unggulan terbesar Provinsi Lampung yaitu: minyak palem dan sayur, serta kopi dan rempah-rempah. Dua komoditas ini mengalami penurunan bahkan hingga 50,8% atau mengalami penurunan kapasitas produksinya hingga lebih dari 165.000 ton per tahun.

Komoditas ekspor unggulan Provinsi Lampung berdasarkan kapasitas produksinya ternyata memiliki gambaran berbeda bila dipaparkan berdasarkan pendapatan ekspornya. Terdapat 10 komoditas yang tercatat memiliki potensi besar bila dilihat dari pendapatan ekspornya. Komoditas tersebut adalah: minyak palem dan minyak sayur, kopi dan rempah-rempah, batu-bara, produk olahan buah, kayu dan *pulp*, karet, ikan dan makanan laut, benih ikan dan hewan laut, residu palem, serta produk kimia. Pada tahun 2017 tercatat pendapatan ekspor dari 10 komoditas tersebut berkisar antara US\$ 84,538 juta hingga US\$ 1,547 milyar per tahun. Sedangkan di tahun 2018 pendapatan ekspor komoditas tersebut berkisar antara US\$ 105,048 juta hingga US\$ 1,246 milyar per tahun. Pertumbuhan ini secara keseluruhan bervariasi antara -55,81% hingga 74,50%. Beberapa komoditas ekspor Lampung mengalami penurunan pendapatan ekspor yang diantaranya adalah: minyak palem dan minyak sayur, kopi dan rempah-rempah, produk olahan buah, karet, serta ikan dan makanan laut. Komoditas minyak palem dan minyak sayur tercatat sebagai komoditas penyumbang pendapatan ekspor terbesar, meskipun mengalami penurunan angka pendapatan ekspor. Kondisi ini berbeda dari paparan kapasitas produksi komoditas Provinsi Lampung terbesar yaitu batu bara.

Provinsi Lampung di sisi lain juga tercatat memiliki 7 komoditas dengan pendapatan ekspor terendah di tahun 2017-2018. Komoditas tersebut adalah: produk dari binatang, pupuk, peralatan, produk olahan kertas, produk percetakan, aluminium, serta susu dan produk olahan susu. Keseluruhan produk ini

menghasilkan pendapatan ekspor di bawah US\$ 75.000 ribu, baik pada tahun 2017 maupun pada tahun 2018. Terdapat tiga komoditas yaitu: sereal, marmer dan keramik, serta kosmetika yang menjadi komoditas dengan pendapatan ekspor terendah di tahun 2017; yang pada tahun 2018 keluar dari daftar tersebut. Tiga komoditas baru justru masuk dalam jajaran komoditas dengan pendapatan ekspor terendah di tahun 2018, yaitu: perhiasan, besi dan baja, serta produk olahan besi dan baja.

Dari data terkumpul, juga dapat disimpulkan berbagai komoditas Lampung jika dilihat dari pergerakan (progresivitas) pendapatan ekspornya. Komoditas ini yaitu: batu bara, kayu, produk kimia, kakao, benih perikanan, kacang-kacangan dan kelapa, gula, semen, dan kopra. Komoditas tersebut tumbuh antara 10,8% hingga 1480,0%. Komoditas dengan pendapatan ekspor terendah diantaranya adalah: produk olahan besi dan baja, permesinan, serta produk minuman. Unikunya pada diantara komoditas dengan progresivitas penghasil pendapatan ekspor terendah terdapat lima komoditas penghasil pendapatan terbesar Provinsi Lampung yaitu: ikan dan makanan laut, karet, produk olahan buah, minyak palem dan sayur, serta kopi dan rempah-rempah. Dua komoditas terakhir tersebut mengalami penurunan dalam menghasilkan pendapatan ekspor hingga 55,8%, atau turun hingga lebih dari US\$ 300 juta per tahun.

Dari keseluruhan paparan data di atas dapat disimpulkan setidaknya terdapat 10 komoditas unggulan yang vital bagi Provinsi Lampung, yaitu: minyak palem dan minyak sayur, batu bara, kopi dan rempah-rempah, kayu dan *pulp*, produk olahan buah, residu palem, karet, produk kimia, ikan dan makanan laut, serta benih perikanan. Kesepuluh komoditas ini berperan dalam menyumbangkan US\$ 3,110 milyar (dari total US\$ 3,435 milyar) pendapatan ekspor Provinsi Lampung di tahun 2018; atau dengan kata lain kesepuluh komoditas ini menyumbang 90,5% dari total pendapatan ekspor Provinsi Lampung. Pentingnya kesepuluh komoditas tersebut juga tidak dapat dilepaskan dari bagaimana perannya dalam keseluruhan kapasitas produksi ekspor Provinsi Lampung. Komoditas tersebut memiliki kapasitas produksi sebesar 12,359 juta ton (dari keseluruhan kapasitas produksi 12,509 juta ton); atau berperan sebesar 99,0% dari kapasitas produksi komoditas ekspor Provinsi Lampung.

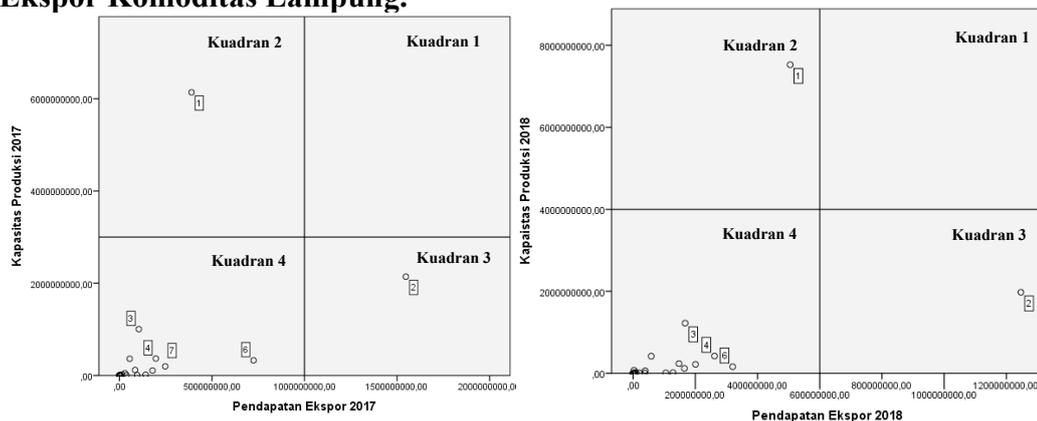
Terdapat beberapa hal yang harus dicermati dari kondisi komoditas unggulan Provinsi Lampung. *Permasalahan pertama*, komoditas unggulan Provinsi Lampung memiliki peran terlalu besar. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, komoditas unggulan ini berperan 99,0% atas kapasitas produksi dan 90,5% bagi pendapatan ekspor Provinsi Lampung (mendekati 100%). Dapat dikatakan bahwa 10 komoditas ini menjadi penentu utama performa perekonomian Lampung dari perdagangan internasionalnya. Di satu sisi peningkatan performa di setiap komoditas mampu meningkatkan perekonomian secara signifikan, namun di sisi lain penurunan performa di masing-masing komoditas juga akan berdampak pada menurunnya perekonomian Provinsi Lampung. Atau dengan kata lain perekonomian dan pembangunan di Provinsi Lampung sangat bergantung hanya pada kesepuluh komoditas tersebut.

*Permasalahan kedua* adalah terjadinya penurunan pendapatan ekspor dari komoditas unggulan Provinsi Lampung. Sepuluh komoditas unggulan sebagaimana disebutkan di atas meski mampu meningkatkan kapasitas produksi rata-rata sebesar 42,559 ton per komoditas per tahun, namun tercatat memiliki penurunan rata-rata sebesar US\$ 11,478 juta per komoditas per tahun. Kondisi ini berpotensi terus terjadi yang dapat dipicu oleh beberapa hal diantaranya: penurunan produksi masing-masing komoditas, penurunan jumlah pelaku usaha, ataupun penurunan permintaan pasar global. Hal ini jika terus terjadi akan berakibat buruk bagi pembangunan dan perekonomian Provinsi Lampung, khususnya jika tidak terdapat komoditas alternatif dalam perdagangan internasional Lampung.

Selain permasalahan di atas, terdapat *permasalahan ketiga* yaitu belum maksimalnya pengelolaan produksi dan pemasaran komoditas unggulan tersebut. Hasil olah data penelitian ini menemukan tidak ada satupun komoditas unggulan yang berada pada kuadran optimal (kuadran 1) dari perbandingan kapasitas produksi dan pendapatan ekspor. Kapasitas produksi pada dasarnya merepresentasikan kemampuan industri dan pemerintah untuk memaksimalkan produksi barang dan jasa, sedangkan pendapatan ekspor merepresentasikan kemampuan industri dan pemerintah memasarkan produk dan jasa, termasuk memainkan peran dalam meningkatkan permintaan pasar internasional serta

menjaga harga. Hanya terdapat dua komoditas unggulan Provinsi Lampung yang berada pada kuadran 2 dan 3, atau menjelaskan bahwa komoditas tersebut hanya unggul dalam kapasitas produksi atau hanya pada perannya menghasilkan pendapatan dari aktivitas ekspor. Sedangkan delapan komoditas unggulan lainnya berada pada kuadran 4 (bersama dengan 28 komoditas ekspor lainnya). Kondisi ini menjelaskan bahwa seluruh komoditas ekspor Provinsi Lampung masih dapat dikembangkan dan ditingkatkan karena belum berada pada kuadran optimal. Optimalisasi aktivitas industri, peran pemerintah, dan pemberdayaan masyarakat pada peningkatan produksi barang dan jasa serta pemasaran internasional, harus dilakukan guna.

**Gambar 6.3** *Scater Plot* Perbandingan Kapasitas Produksi dan Pendapatan Ekspor Komoditas Lampung.<sup>23</sup>



Sumber: Hasil Penelitian, 2019

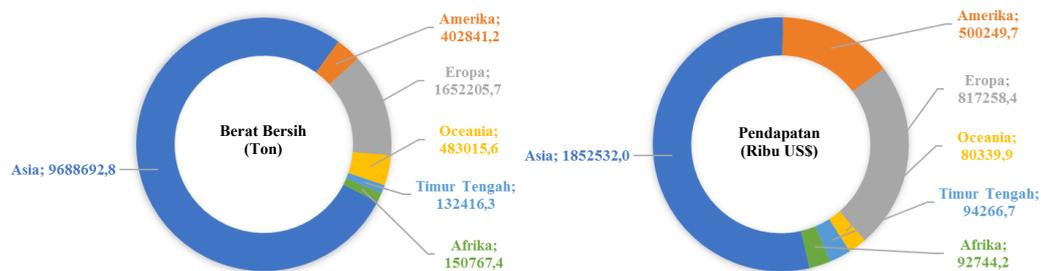
*Permasalahan terakhir*, bahwa komoditas unggulan Provinsi Lampung masih berbasis perdagangan produk mentah dan produk setengah jadi. Komoditas berupa produk mentah sejumlah 15 komoditas, sedangkan komoditas setengah jadi berjumlah 16 komoditas, atau dapat disimpulkan 81,58% komoditas Provinsi Lampung berbasis dua jenis kategori komoditas tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar komoditas asal Provinsi Lampung dapat dan harus ditingkatkan menjadi komoditas produk barang jadi. Peningkatan ini butuh beberapa hal diantaranya: investasi dan permodalan, transfer teknologi, termasuk sinergitas antar stakeholder. Peningkatan nilai guna komoditas ini idealnya dapat

<sup>23</sup> Hasil olah data penelitian. *Ibid.*

dijalankan paralel dengan berbagai program dan tujuan pemerintah jangka panjang. Sebagai contoh maksimalisasi nilai guna dapat sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk menstimuli modernisasi industri unggulan daerah yang menggeser industri manufaktur konvensional menjadi industri yang bersifat aman lingkungan dan teknologi tinggi. Selain itu maksimalisasi nilai guna ini dapat disinergikan dengan pembangunan pariwisata dan brand daerah, sehingga adanya hubungan saling menguatkan antar industri.

Pemaksimalan potensi daerah tidak hanya dapat dilihat dari sebaran komoditas unggulan daerah, namun juga dapat dilakukan dengan melihat kemitraan dan negara tujuan perdagangan internasional dari Provinsi Lampung. Saat ini Provinsi Lampung memiliki 129 mitra dagang tujuan ekspor. Mitra terbesar adalah negara-negara dari Eropa sejumlah 37 negara, dari kawasan Afrika sebanyak 25 negara, kawasan Timur Tengah sebanyak 20 negara, kawasan Amerika sebanyak 19 negara, kawasan Asia sebanyak 18 negara, dan dari kawasan Oceania sebanyak 10 negara. Adapun kawasan lain yang menjadi mitra unggul lainnya adalah kawasan Eropa, Oceania, dan Amerika. Perbandingan performa perdagangan Lampung dengan tiap kawasan mitra dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 6.4 Perbandingan Bobot dan Pendapatan Ekspor Lampung per Kawasan Tujuan Ekspor.<sup>24</sup>**



Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berbeda dengan kondisi jumlah negara mitra di Asia yang relatif kecil atau hanya sebesar 13,95% dari keseluruhan negara mitra, namun total bobot perdagangan dan pendapatan dari perdagangan terhadap negara-negara mitra Asia

<sup>24</sup> Hasil olah data penelitian. *Ibid.*

merupakan yang terbesar. Pendapatan ekspor dari mitra di kawasan Asia sebesar US\$ 1852,532 juta atau sebesar 54,89% dari keseluruhan pendapatan ekspor. Sedangkan total kuantitas perdagangan yang terhadap kawasan Asia sebesar 968,869 ribu ton atau sebesar 77,45%. Perdagangan di kawasan Asia hampir mencakup seluruh komoditas Lampung; baik komoditas bahan mentah, setengah jadi, maupun bahan jadi. Dua mitra terbesar perdagangan internasional Lampung berasal dari kawasan Asia yaitu India dan Tiongkok. Komoditas utama yang diperdagangkan dalam perdagangan dengan India adalah berbagai hasil industri olahan makanan dan batu bara, sedangkan komoditas utama yang dibutuhkan Tiongkok adalah batu bara dan bahan kimia. Sedangkan mitra utama dari luar kawasan Asia adalah Amerika Serikat.

Kuantitas perdagangan dan kontribusi pendapatan ekspor yang didapat Lampung dari negara mitra utamanya kontras dengan perubahan (progresivitas) tahunan dua indikator tersebut. Kuantitas komoditas dagang Lampung terhadap India, Tiongkok, Amerika Serikat, dan Italia mengalami penurunan secara tahun ke tahun, yang berkisar 29,690 hingga 774,500 ribu ton. Hal yang sama juga terefleksi dari penurunan angka pendapatan ekspor ke empat negara tersebut di atas yang berkisar antara US\$ 65,773 juta hingga US\$ 119,970 juta. Diantara keseluruhan negara mitra dagang Provinsi Lampung, Korea Selatan tercatat mengalami peningkatan performa dagangnya dari sebesar sebesar 447%, yang menempatkan Korea Selatan yang berada pada urutan ke 18 di tahun 2017, menjadi negara mitra terbesar keenam dari Provinsi Lampung. Mitra lainnya dari setiap kawasan di dunia yaitu: Italia, Selandia Baru, Afrika Selatan, dan Arab Saudi. Sedangkan mitra dagang dengan performa terendah adalah: Libia, Northern Mariana, Angola, Tanjung Verde, Santa Lusia, Reunion, Swaziland, Seychelles, Guam, dan Montenegro. Perdagangan di keseluruhan negara-negara tersebut berada di bawah US\$ 35,2 ribu. Umumnya negara-negara tersebut belum memiliki sejarah perdagangan atau baru memulai perdagangan kembali dengan Provinsi Lampung. Daftar negara dan performa dagang negara mitra selengkapnya sebagai berikut:

**Tabel 6.4 Kapsitas Produksi dan Pendapatan Ekspor Komoditas Lampung per Negara Tujuan.<sup>25</sup>**

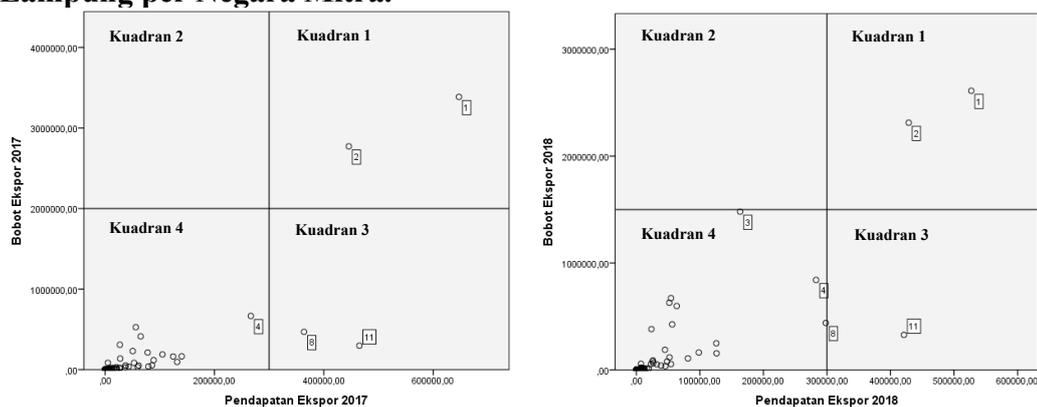
Negara Tujuan	Berat Bersih (Ton)		Perubahan		Nilai FOB (Ribu US\$)	
	2017	2018	Berat	FOB	2017	2018
India	3386211,8	2611711,5	-774500,3	-119970,2	647019,8	527049,6
Tiongkok	2772050,9	2312633,5	-459417,5	-17105,5	445607,8	428502,3
Amerika Serikat	296707,7	326727,1	30019,4	-43968,2	464998,1	421029,8
Italia	468788,8	439098,4	-29690,4	-65773,9	363766,9	297993,0
Belanda	666211,5	840733,3	174521,7	16407,9	266455,1	282863,0
Korea Selatan	83459,1	1480474,8	1397015,7	110360,2	52912,0	163272,3
Jepang	163244,1	154784,3	-8459,8	1918,3	124299,4	126217,7
Malaysia	95796,4	248498,5	152702,1	-5728,7	131592,5	125863,8
Pakistan	187991,9	162299,9	-25692,1	-6639,4	104885,9	98246,5
Spanyol	165038,0	107375,0	-57662,9	-58960,6	140046,7	81086,0
Taiwan	136741,7	597090,0	460348,3	35883,7	27577,0	63460,7
Selandia Baru	525471,2	425221,7	-100249,5	312,5	56042,7	56355,2
Brasil	36677,2	53890,5	17213,3	11440,7	43061,9	54502,6
Thailand	229783,6	670757,3	440973,7	3946,3	50467,5	54413,8
Vietnam	212503,7	116632,8	-95870,9	-25778,8	77772,6	51993,8
Hong Kong	308772,1	627147,6	318375,5	24666,7	27051,0	51717,6
Afrika Selatan	116879,9	78313,0	-38566,9	-40301,5	88676,4	48374,9
Singapura	50710,4	34012,2	-16698,1	-15724,9	61291,9	45567,0
Filipina	412122,8	188399,5	-223723,2	-20045,5	64969,1	44923,6
Jerman	53790,6	39643,4	-14147,2	-47007,0	85831,2	38824,2
Togo	19870,2	51848,0	31977,8	18798,8	13253,9	32052,7
Arab Saudi	22748,2	63067,3	40319,1	269,9	26356,8	26626,7
Inggris	33255,6	87647,2	54391,5	-33462,7	59561,5	26098,8
Bangladesh	13422,7	80090,7	66668,0	15196,9	10402,5	25599,4
Kamboja	84076,1	380943,7	296867,6	18766,0	4866,5	23632,6
Australia	10142,5	55900,5	45758,1	6077,3	16805,1	22882,4
Maroko	9941,2	10576,7	635,5	-1480,7	21060,4	19579,7
Prancis	28287,2	14174,5	-14112,6	-20839,9	37138,7	16298,8
Mesir	18996,5	11848,9	-7147,7	-3400,2	15793,4	12393,2
Georgia	5508,0	6829,2	1321,2	849,4	11359,3	12208,7
Sri Lanka	6839,9	7927,6	1087,7	41,0	11647,5	11688,5
Uni Emirat Arab	4383,1	16316,3	11933,3	6879,6	4105,8	10985,4
Myanmar	30005,6	15196,5	-14809,1	-10509,1	20261,0	9751,9
Rusia	39106,4	9700,5	-29405,9	-70282,7	79152,1	8869,4
Aljazair	13869,9	5449,9	-8419,9	-18603,3	27385,1	8781,8
Irlandia	0,0	57328,8	57328,8	7252,0	0,9	7252,9
Norwegia	21059,4	20719,2	-340,2	-51,9	7283,1	7231,2
Turki	2982,8	15278,6	12295,8	2333,4	4317,5	6650,8
Argentina	6484,9	7875,0	1390,1	-949,8	7511,0	6561,2
Kanada	3862,1	3898,0	35,9	-670,4	7044,1	6373,7
Belgia	11152,6	4066,8	-7085,8	-15345,5	21503,7	6158,2
Negara lainnya	146329,7	67810,6	-78519,1	-74708,7	142164,2	67455,4

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

<sup>25</sup> Hasil olah data penelitian. *Ibid.*

Sebaran negara mitra perdagangan internasional Provinsi Lampung memperlihatkan belum maksimalnya pemasaran komoditas Lampung. Dari gambar berikut dapat dilihat bahwa hanya dua negara yang berada pada wilayah optimal (kuadran 1) yaitu India dan Tiongkok, dimana negara ini membeli komoditas Lampung dalam kuantitas besar sekaligus menghasilkan pendapatan yang besar pula bagi Provinsi Lampung. Dua negara mitra berada pada kuadran 3 yang merepresentasikan negara tersebut memberikan pemasukan dalam jumlah besar, meski dengan kuantitas rendah. Sisanya sebanyak 125 negara berada pada kuadran 4, yang menunjukkan masih rendahnya kuantitas perdagangan serta pendapatan yang didapat dari negara mitra tersebut.

**Gambar 6.5** *Scater Plot* Perbandingan Bobot dan Pendapatan Ekspor Lampung per Negara Mitra.<sup>26</sup>



Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Perbandingan sebaran posisi negara mitra atas kuantitas perdagangan dan pendapatan ekspor sebagaimana dipaparkan di atas cukup menggambarkan hal positif. Meski secara umum kondisi ini sangat belum maksimal, namun sebaran negara-negara mitra tersebut menunjukkan adanya pergerakan keseluruhan negara mitra menuju kuadran yang lebih optimal. Perbandingan sebaran di tahun 2017 dan 2018 di atas, memperlihatkan setidaknya terdapat dua negara yang bergerak signifikan dimana 50 negara juga mengalami pergerakan positif meskipun tidak terlalu besar.

<sup>26</sup> Hasil olah data penelitian. *Ibid.*

Dari keseluruhan paparan dan deskripsi data mengenai negara mitra dagang ada beberapa simpulan utama yang dapat ditarik. *Pertama*, terdapat ketimpangan performa ekspor negara-negara mitra. Hanya 1,55% negara mitra yang memberikan kontribusi besar bagi Lampung. Atas hal ini, Provinsi Lampung masih memiliki potensi untuk membuka kerjasama lebih intensif terhadap 98,45% negara mitranya. Di luar negara tersebut juga masih terdapat lebih dari 75 negara baru yang dapat dijajaki sebagai mitra. Untuk hal ini ada beberapa langkah yang dapat ditempuh pemerintah dan industri di Provinsi Lampung, diantaranya adalah: pemetaan kebutuhan pasar internasional, peningkatan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan, peningkatan kedekatan hubungan kerjasama, intensifikasi aksi pemasaran, serta menawarkan biaya yang lebih efektif dan efisien untuk seluruh alur *supply chain* yang ditetapkan.

Hal *kedua* yang perlu menjadi perhatian adalah belum terjalannya kemitraan perdagangan yang dalam antar negara mitra dengan pemerintah dan pelaku industri di Provinsi Lampung. Hal ini butuh dicermati mengingat pola sebaran negara mitra Lampung serupa dengan sebaran negara mitra dan komoditas unggulan beberapa provinsi di Indonesia, seperti: Riau, Sulawesi Selatan, Maluku, dan Sumatera Selatan. Ketidakmampuan Lampung untuk menemukan keunggulan komparatif (*comparative advantage*), keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), maupun keunggulan pembeda (*distinctive advantage*); akan memungkinkan Lampung kalah dari kompetisi perebutan dan perluasan pasar dibandingkan daerah-daerah lain di Indonesia. Kemitraan yang lebih dalam akan mendorong terciptanya kerjasama berkelanjutan yang dibangun di atas kebutuhan dalam jangka panjang.

Lampung dengan kondisi tersebut di atas dapat mulai membangun kerjasama kemitraan jangka panjang dan mendalam berbasis paradiplomasi ataupun melalui program seperti *sister city*. Kerjasama tersebut juga butuh dilakukan dengan selalu membenahi kualitas dan efektivitas-efisiensi perdagan internasional Lampung dengan negara mitra yang telah terjalin atau baru. Kerjasama yang telah terjalin juga butuh diperluas ke sektor dan bidang kerjasama lainnya seperti: bidang pendidikan (transfer pengetahuan dan teknologi), bidang sosial, budaya, bahkan bila memungkinkan pada bidang politik dan keamanan.

## BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Kerjasama Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) bertujuan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah perbatasan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi di daerah perbatasan (*cross-border zone*) negara-negara IMT-GT. Pembangunan kerjasama segitiga pertumbuhan ekonomi merupakan peluang bagi pemerintah dan dunia usaha untuk merumuskan strategi pengembangan masing-masing maupun secara bersama-sama. Proyek yang dapat menjadi peluang bagi Lampung atas kerjasama yang bisa dibangun adalah *Sumatera Ports Development Project* yang merupakan salah satu proyek PCPs tersebut.

2) Berdasarkan analisis SWOT dapat dideskripsikan bahwa kekuatan Lampung adalah pada komoditas dan letak geografis. Lampung memiliki beberapa produk yang menjadi kekuatan Lampung, diantaranya adalah kopi, ubi kayu, nanas, pisang. Ironisnya di sisi lain, Lampung memiliki kelemahan dalam hal produksi dan pasar. Penduduk Lampung mempunyai daya beli yang rendah, sehingga produk Lampung tak banyak diserap oleh domestik. Hal ini sesungguhnya merupakan peluang bagi Lampung. Lampung sudah seharusnya mencari pasar hingga ke negara lain.

3) Strategi yang dapat dipilih oleh pemerintah Lampung yaitu untuk terus meningkatkan kerjasama dengan negara di Asia termasuk Thailand dan Malaysia sebagai negara mitra Indonesia dalam IMT-GT. Lampung perlu juga melakukan perluasan pemasaran komoditas Lampung. Terkait perluasan pemasaran komoditas Lampung di Asia salah satunya dapat dilakukan melalui *e-commerce*.

### 6.2 Saran

1) Terdapat tiga sektor strategis yang dapat dioptimalkan dalam membuka peluang kerjasama bagi Lampung yakni sektor pertanian, industri, dan pariwisata. Maka tiga sektor tersebut sebaiknya menjadi sektor yang difokuskan dalam rencana strategis Provinsi Lampung dalam menghadapi IMT-GT.

2) Perlunya peningkatan nilai guna Komoditas unggulan Provinsi Lampung. Peningkatan nilai guna komoditas ini idealnya dapat dijalankan paralel

dengan berbagai program dan tujuan pemerintah jangka panjang. Sebagai contoh maksimalisasi nilai guna dapat sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk menstimuli modernisasi industri unggulan daerah yang menggeser industri manufaktur konvensional menjadi industri yang bersifat aman lingkungan dan teknologi tinggi. Selain itu maksimalisasi nilai guna ini dapat disinergikan dengan pembangunan pariwisata dan brand daerah, sehingga adanya hubungan saling menguatkan antar industri. Peningkatan ini butuh beberapa hal diantaranya: investasi dan permodalan, transfer teknologi, termasuk sinergitas antar stakeholder.

3) Perlu adanya kerjasama kemitraan jangka panjang dan mendalam di Provinsi Lampung khususnya berbasis paradiplomasi ataupun melalui program seperti *sister city* untuk mendukung pelaksanaan IMT-GT. Kerjasama tersebut juga butuh dilakukan dengan selalu membenahi kualitas dan efektivitas-efisiensi perdagangan internasional Lampung dengan negara mitra yang tergabung di Program IMT-GT yang telah terjalin atau baru. Kerjasama yang telah terjalin juga butuh diperluas ke sektor dan bidang kerjasama lainnya seperti: bidang pendidikan (transfer pengetahuan dan teknologi), bidang sosial, budaya, bahkan bila memungkinkan pada bidang politik dan keamanan.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Alexander S. Kuznetsov. 2015. *Theory and Practice of Paradiplomacy: Subnational Governments In International Affairs*. New York: Routledge.

David Collier. 2011. "Understanding Process Tracing", *Political Science and Politics*, Vol. 44 No. 4., hlm. 824.

*East Asian Bureau of Economic Research and China Center for International Economic Exchanges*. 2016. *Partnership for Change*. ANU Press. Hlm. 218-219.

Francisco Aldecoa, Michael Keating, et.all. 2013. *Paradiplomacy In Action: The Foreign Relations of Subnational Governments*. New York: Routledge.

Holsti, K.J., 1988. *Politik Internasional, Kerangka Untuk Analisis, Jilid II*, diterjemahkan M. Tahrir Azhari. Jakarta: Erlangga.

Jorge A. Schiavon. 2019. *Comparative Paradiplomacy*. New York: Routledge.

Ned Lebow, Richard. 2007. *Coercion, Cooperation, and Ethics in International Relations*. New York: Routledge.

Schneider, Gary, 2015, *Electronic Commerce 11 Edition*, Cengage Learning, Stanford.

Turban, E., Whiteside, Judy., et al., 2017, *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce 4th Edition*, Springer, Switzerland.

Tavares, Rodrigo. 2016. *Paradiplomacy: Cities and States as Global Players*. New York: Oxford University Press.

### **Dokumen:**

Peraturan Pemerintah tentang Kerjasama daerah. <https://setkab.go.id/wp-content/uploads/2018/07/PP-Nomor-28-Tahun-2018.pdf>

ASEAN, *Master Plan on ASEAN Connectivity*, (Ha Noi: ASEAN, 2010).

### **Jurnal:**

Molden, David dkk. 2017. "Advancing Regional and Transboundary Cooperation in the Conflict-Prone Hindu Kush-Himalaya". *Mountain Research and Development*, Vol. 37, No. 4. Hlm. 502-508.

- Gordon, Sandy. 2009. "Regionalism and Cross-Border Cooperation against Crime and Terrorism in the Asia Pacific". *Security Challenges*, Vol. 5, No. 4. Hlm. 75-102.
- Sandy Nur Ikfal Raharjo, dkk. Peran Kerjasama IMT-GT dalam Pembangunan Konektifitas ASEAN. *Jurnal Penelitian Politik*. Vol. 14, No. 1, Juni 2017. LIPI. Hal. 70
- Wolff, Stefan, 'Paradiplomacy: Scope, Opportunities and Challenges', hal. 1-2, University of Nottingham, 2009 dalam Takdir Ali Mukti. *Paradiplomacy: Bangkitnya Aktor Lokal di Fora Internasional*. *The POLITICS: Jurnal Magister Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*. Volume 1, Number 1, January 2015. hal 86-87.

# LAMPIRAN