

**Analisis Pengembangan Ekspor Jasa Ritel Dalam
ASEAN Framework Agreement in Services/AFAS
(Suatu Upaya Pemanfaatan Peluang)**

Oleh

Muhammad Fawaiq

Outline

1. Latar Belakang
2. Jasa dalam UU Perdagangan dan WTO ;
3. Pentingnya sektor jasa di ASEAN;
4. Pentingnya sektor jasa dalam perundingan Perdagangan Internasional;
5. ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS);
6. Ekspor jasa melalui Moda 3;
7. Peluang di ASEAN dalam AFAS;
8. Studi Kasus Ekspor Jasa Ritel;
9. Faktor pendukung suksesnya ekspor jasa ritel dalam studi kasus di Penyedia jasa ritel Indonesia
10. Belajar dari Pengalaman Penyedia jasa di Dunia;
11. Moda Entri ritel Indonesia dalam Pemanfaatan Akses Pasar ASEAN;

PENGANTAR

Latar Belakang.....

- Sektor Jasa merupakan sektor yang penting dalam perekonomian dan perundingan perdagangan internasional;
- Perundingan perdagangan internasional sektor jasa di ASEAN dibuat dalam suatu framework yang disebut dengan AFAS;
- Dalam perundingan AFAS, jasa ritel merupakan salah satu jasa yang dirundingkan untuk diperdagangkan,
- Sampai pada perundingan terakhir yang diratifikasi oleh Indonesia, perundingan AFAS di jasa ritel belum dimanfaatkan oleh penyedia jasa Indonesia;
- Hanya satu penyedia jasa ritel Indonesia yang telah berhasil mengekspor jasanya ke luar negeri tetapi tidak memanfaatkan AFAS;
- Keberhasilan ini dapat dijadikan contoh baik bagi penyedia jasa ritel lainnya.

Jasa dalam UU Perdagangan dan WTO



Nomenklatur jasa berdasarkan Dokumen WTO nomor MTN.GNS/W/120 dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, jasa dibagi dalam 12 sektor jasa:

1. Jasa bisnis
2. Jasa komunikasi
3. Jasa konstruksi dan jasa teknik terkait
4. Jasa distribusi
5. Jasa pendidikan
6. Jasa lingkungan
7. Jasa keuangan
8. Jasa terkait kesehatan dan sosial
9. Jasa pariwisata dan perjalanan
10. Jasa rekreasi, budaya, dan olahraga
11. Jasa perhubungan
12. Jasa lain yang tidak tercakup di atas



PT WIJAYA KARYA (Persero) Tbk



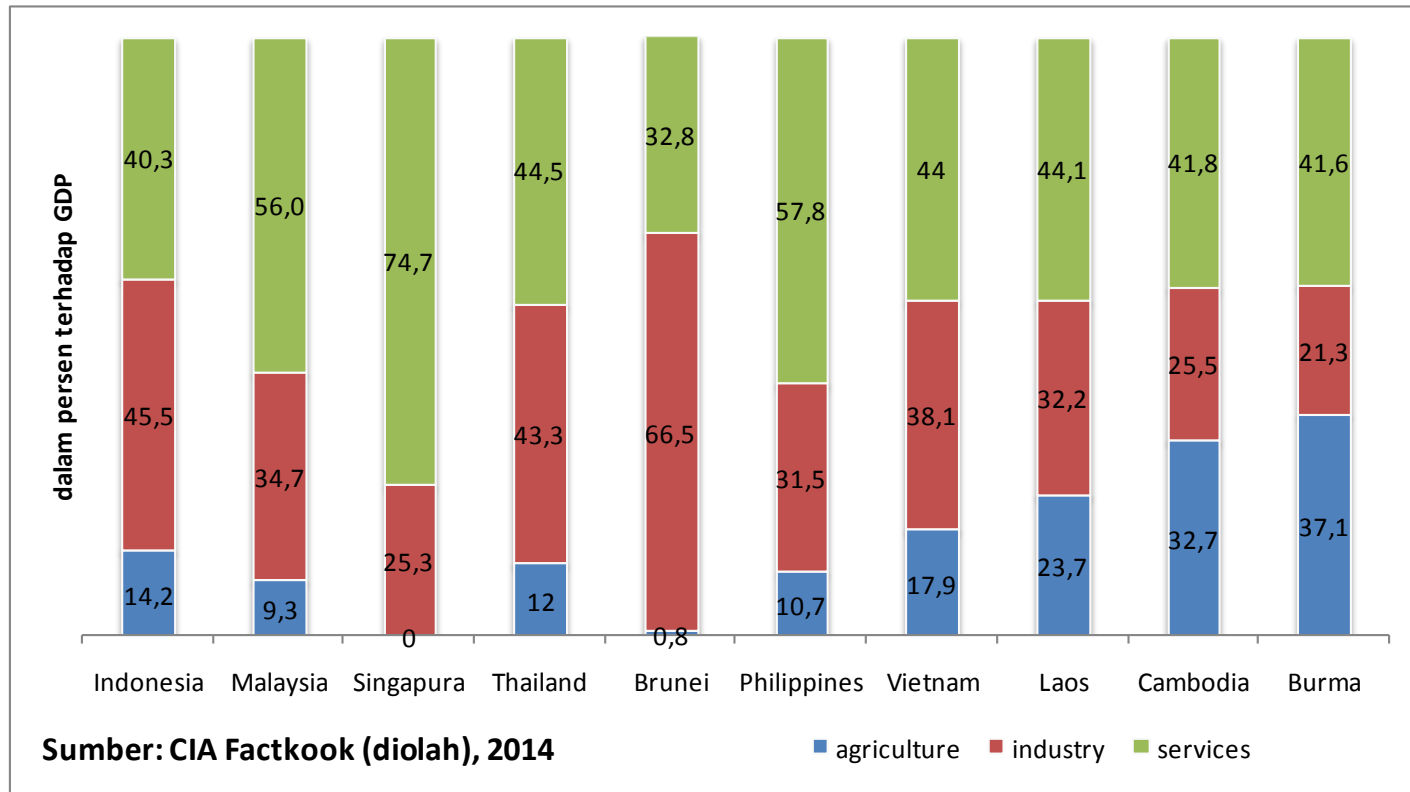
Selanjutnya mengenai moda perdagangan jasa yang melampaui batas negara diatur pada pasal 39 UU Nomor 7 2014. Cara Perdagangan jasa tersebut dibagi ke dalam 4 moda:



Ekspor jasa melalui Moda 3

- Moda 3 (*Commercial presence*) adalah dalam bentuk pendirian usaha atau profesional melalui konstitusi, akuisisi, kantor cabang antara wilayah negara mitra dagang dengan tujuan untuk menyediakan jasa (WTO, 2013).

Pentingnya sektor jasa dalam perekonomian negara-negara ASEAN (2014)



- Kontribusi sektor jasa telah dominan pada perekonomian beberapa negara ASEAN seperti Singapura, Filipina, Malaysia, dan bahkan negara-negara CLMV;
- Di Indonesia, kontribusi sektor jasa sudah lebih besar dari kontribusi sektor pertanian dan mendekati kontribusi sektor manufaktur;

ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS)



Trade in services: What has been achieved?

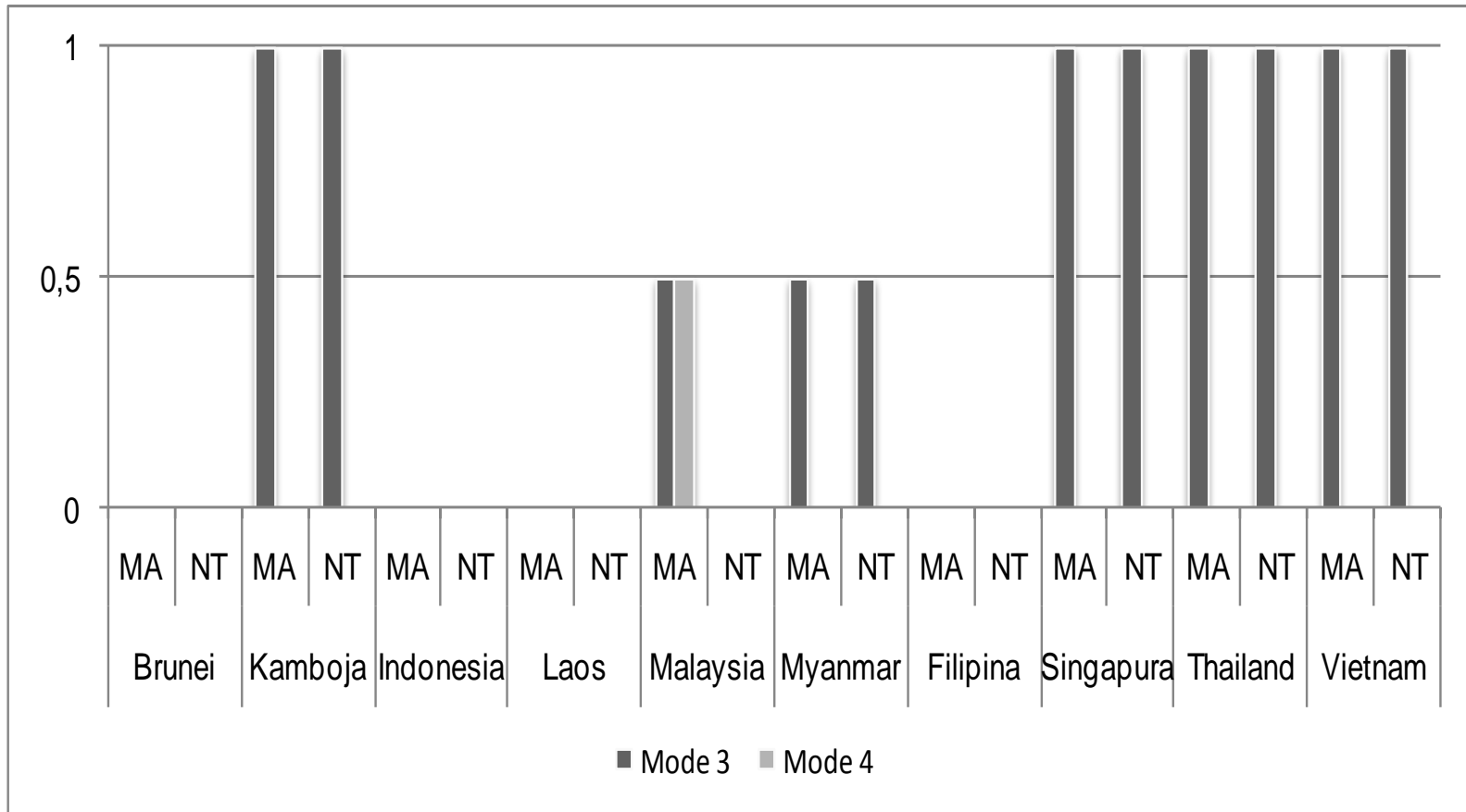
AFAS Packages	Date of signing
1st Package	15 Dec 1997, Kuala Lumpur, Malaysia
2nd Package	16 December 1998, Ha Noi, Viet Nam
3rd Package	31 December 2001 (Ad-Referendum Signing);
4th Package	3 September 2004, Jakarta, Indonesia
5th Package	8 December 2006, Cebu, the Philippines
6th Package	19 November 2007, Singapore
7th Package	26 February 2009, Cha-am, Thailand
8th Package	28 October 2010, Ha Noi, Viet Nam
9th Package	26 August 2014, Nay Pyi Taw, Myanmar

- **Final AFAS Package: 2015**

- Ratifikasi AFAS Paket 8 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2014.

HASIL PENGKAJIAN

Peluang Jasa Ritel di ASEAN dalam AFAS



Ket. MA: Pembatasan akses pasar; NT: Pembatasan perlakuan nasional

Tantangan Masuknya Ritel ASEAN (AFAS /peraturan domestik Indonesia)

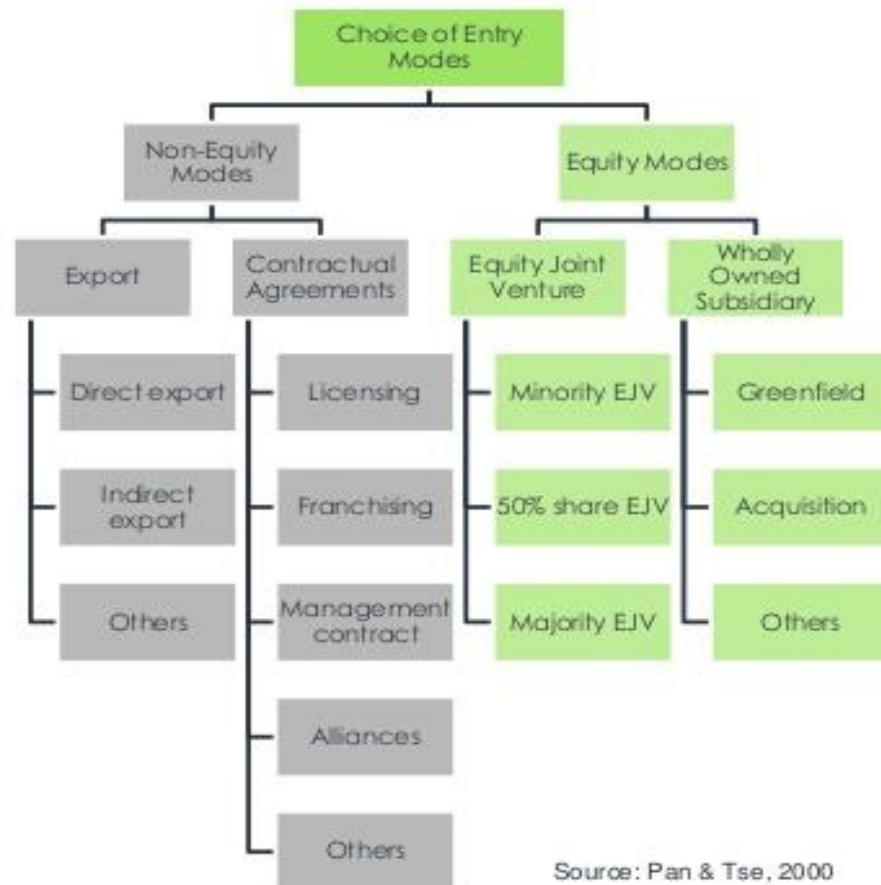
No	Daftar Negatif Investasi	Pernyataan	Subsektor di AFAS Paket 8 (delapan)	Komitmen di AFAS 8	
				Pembatasan Akses Pasar	Pembatasan Perlakuan Nasional
1	Supermarket dengan luas lantai penjualan kurang dari 1200 meter persegi	Modal dalam negeri 100 persen	Jasa perdagangan grosir untuk makanan dan minuman serta tembakau dengan luas lantai lebih dari 5.000 meter persegi (CPC 6222)	Secara spesifik dicantumkan pada komitmen horisontal.	<i>Unbound</i> kecuali tercantum pada komitmen horisontal.
2	Minimarket dengan luas lantai penjualan kurang dari 400 meter persegi termasuk <i>compentence store</i> dan <i>community store</i>	Modal dalam negeri 100 persen	Jasa perdagangan grosir untuk tekstil, pakaian dan alas kaki dengan luas lantai lebih dari 5.000 meter persegi (CPC 6223)	Secara spesifik dicantumkan pada komitmen horisontal.	<i>Unbound</i> kecuali tercantum pada komitmen horisontal.
3	<i>Department Store</i> dengan luas lantai penjualan kurang dari 2000 meter persegi	Modal dalam negeri 100 persen			

Moda Entry dalam Teori Bisnis Internasional

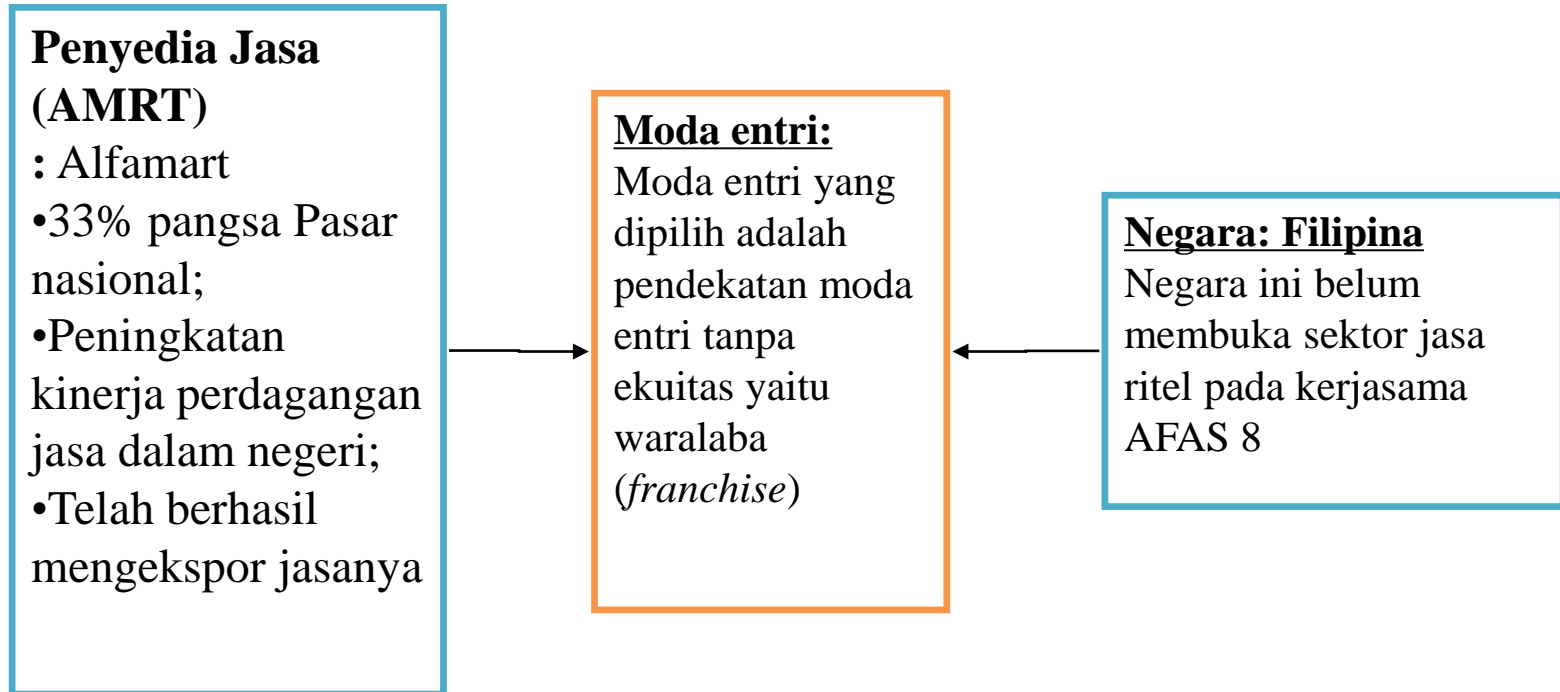
Model of Market-Entry Mode Choice (1)

N

- 4 main options**
- Export
 - Contractual Agreements
 - Equity Joint Venture
 - Wholly Owned Subsidiary



Studi Kasus Ekspor Jasa Ritel



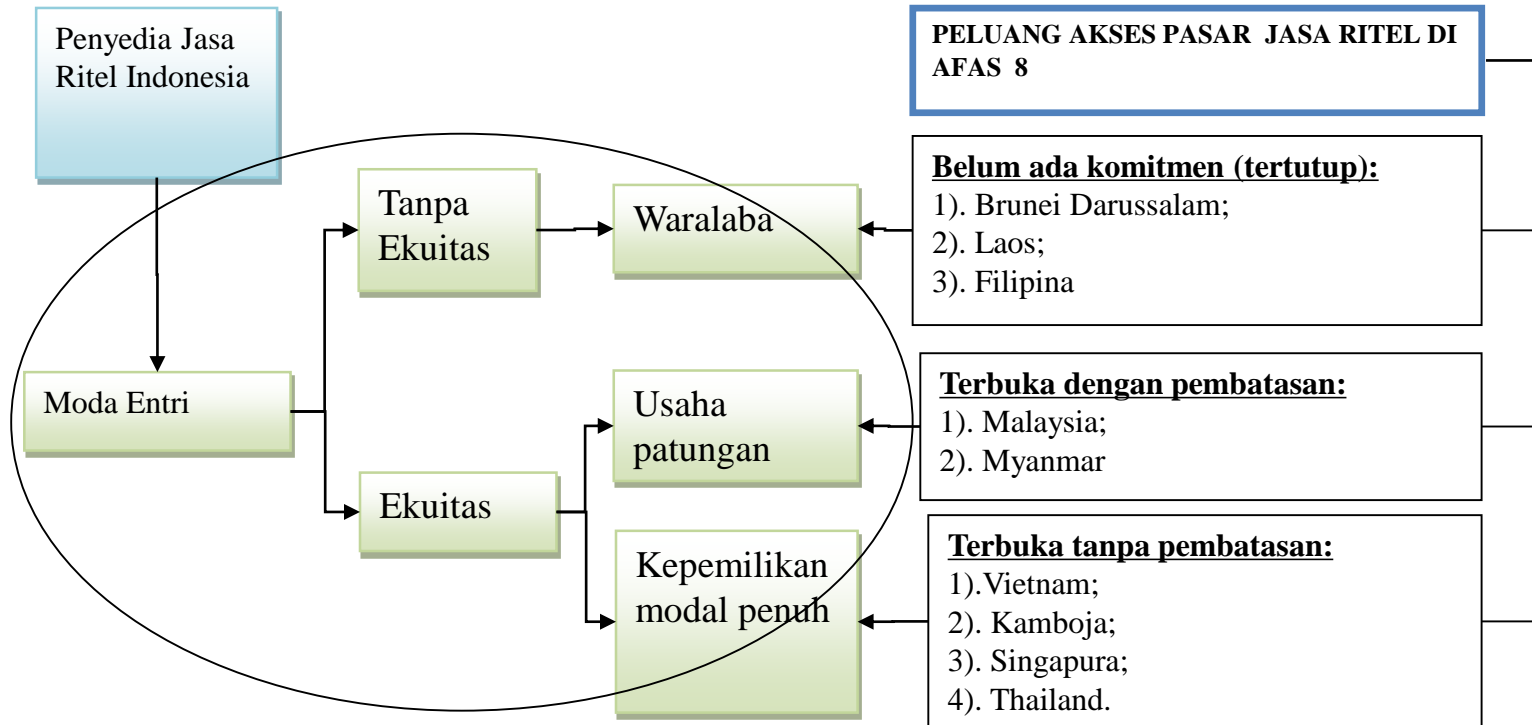
Faktor pendukung suksesnya ekspor jasa ritel dalam studi kasus di Penyedia jasa ritel Indonesia

- Kunci suksesnya ekspor jasa ritel → Mitra Lokal di Luar Negeri yg berminat membeli *master franchise*.
- Penelitian Rompho, *et. al.* (2014) → mitra penting sangat penting dalam studi kasus ekspansi perusahaan-perusahaan Thailand.

Belajar dari Pengalaman Penyedia jasa di Dunia yg Memilih Pendekatan Waralaba

- Para penyedia jasa ritel Afrika (Dakora dan Bytheway, 2014).
- 500 perusahaan Amerika Serikat dengan sekitar 50.000 gerai di seluruh dunia dalam bentuk restoran cepat saji (seperti McDonald's, KFC, Subway, dan Pizza Hut) (Ball *et al.*, 2012).
- Hotel (intercontinental), jasa bisnis (Muzak, UPS Store), tempat kebugaran (Curves, Jazercise), pemeliharaan gedung (*Services Master, Nationwide Exterminating*), dan *real estate* (ReMax) (Ball *et al.*, 2012).
- Dari 94 penyedia jasa ritel dari Inggris yang melakukan aktifitas internasional, 34 diantaranya menggunakan pendekatan waralaba sebagai moda entrinya (Alexander dan Doherty dalam Ovcina, 2010).

Moda Entri dalam Pemanfaatan Akses Pasar ASEAN



KESIMPULAN

Kesimpulan

- Terdapat ekspor jasa ritel atas inisiatif penyedia jasa tanpa campur tangan pemerintah dan tanpa pemanfaatan AFAS;
- Padahal peluang ekspor jasa ritel telah terbuka melalui perundingan AFAS;
- Suksesnya ekspor jasa ritel tanpa pemanfaatan hasil perundingan dapat menjadi tolak ukur dalam pemanfaatan AFAS di masa mendatang;

Peran Pemerintah dalam Pengembangan Ekspor Jasa Ritel

Yang telah dilakukan:

- Negosiasi perdagangan untuk mendapatkan peluang akses pasar di AFAS;
- Ratifikasi hasil perundingan AFAS;

Yang sedang dilakukan:

- Negosiasi perdagangan untuk meningkatkan peluang akses pasar
- Yang “belum dilakukan”:
 - Promosi sektor jasa untuk membantu penyedia jasa mendapatkan mitra bisnis (peran mitra bisnis sangat besar dalam banyak kasus);
 - Misi dagang yang berkaitan dengan perdagangan jasa.

TERIMA KASIH