

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKSPOR ALAS KAKI INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT

Dimas Maya Silviani, Indrawati

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Indonesia

Email: dimasmaya31@gmail.com, indrawati@uta45jakarta.ac.id

Abstrak

Alas kaki merupakan salah satu komoditas unggulan yang akan diekspor oleh bangsa Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor alas kaki ke Amerika Serikat. Amerika Serikat merupakan negara tujuan utama ekspor alas kaki Indonesia. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dan data yang digunakan diperoleh dari jurnal, buku referensi atau surat kabar yang ada. Teori yang digunakan adalah perdagangan Internasional dan SWOT. Hasil dengan menggunakan SWOT menunjukkan bahwa alas kaki Indonesia memiliki kekuatan dan peluang yang saling mendukung dan dapat terus dikembangkan, selain itu ditemukannya kelemahan dan tantangan yang mempengaruhi ekspor alas kaki, yang dapat digunakan untuk meminimalisir ancaman ekspor alas kaki.

Kata Kunci: ekspor; alas kaki; kita

Abstract

Footwear is one of the superior commodities to be exported by the Indonesian. The purpose of this study was to determine the factors affecting footwear exports to the United States. The United States is the main destination country for Indonesian's footwear exports. A qualitative method used in this research and the data used is obtained from existing journals, reference books or newspapers. The theory used is International trade and SWOT. The results using SWOT show that Indonesian footwear has strengths and opportunities that support each other and can continue to be developed, in addition to the discovery of weaknesses and challenges that affect footwear exports, which can be used to minimize the threat of footwear exports.

Keywords: export; footwear; us

Pendahuluan

Di era globalisasi ekonomi saat ini, Indonesia telah menghadapi proses dalam perdagangan bebas yang telah berkembang secara terus-menerus, hingga akhirnya memberi dampak, peluang serta tantangan pada kegiatan perdagangan. Ekspor sebagai salah satu cara yang menjadi pilihan interaksi perdagangan global harus terus menerus

How to cite:	Dimas Maya Silviani, Indrawati (2022) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat, (7) 10,
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

dipacu perkembangannya. Kegiatan ekspor ini memberi pemasukan terhadap devisa negara terkait yang kemudian dipakai untuk biaya keperluan impor ataupun pembangunan didalam negeri. Komposisi dari ekspor yang ada di negara Indonesia tidak hanya di dominasi sector migas saja tetapi juga dari sector non migas. Adapun nilai dari ekspor Indonesia ini diperlihatkan dari neraca perdagangan ekspor Indonesia pada tahun 2018-2020 (dalam juta US\$) yang diperlihatkan pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1
Neraca Perdagangan Ekspor Indonesia
Pada Tahun 2018-2020 (Juta US\$)

Tahun	Migas	Non Migas
2018	17,171.7	162,840.9
2019	11,789.3	155,893.7
2020	8,251.1	154,940.8
Jumlah	37.212,1	473.675,4

Sumber : (Statistik., 2022)

Tabel diatas menunjukkan adanya perbedaan terkait jumlah dalam ekspor migas serta non migas (Juta US\$), perbedaan yang diperlihatkan sangat signifikan yakni dari tahun 2018-2020, jumlah sector migas sebesar 37.212,1 sedangkan sector non migas sebesar 473.675,4, hal tersebut menjadi suatu bukti mengenai keseriusan pemerintah dalam menaikkan serta mengeksplorasi ekspor sector pada non migas. Sehingga bisa dikatakan bahwa semakin bertambah nilai suatu komoditas pada ekspor non migas membuat perekonomian di Indonesia tidak mempunyai ketergantungan pada harga satu komoditas migas saja. Efeknya ialah pembangunan secara menyeluruh bisa berjalan dengan baik. Komoditas non migas ini menjadi berpotensi untuk diekspor dan digolongkan menjadi komoditas secara primer dan non primer. Komoditas primer ini ialah komoditas yang dihasilkan sector pertanian serta pertambangan. Sedangkan untuk non primer dihasilkan dari sector industri.

Amerika serikat sebagai negara tujuan yang utama dalam aktifitas ekspor negara Indonesia. Ini dikarenakan kontribusi terhadap nilai dari ekspor terkait alas kaki (footwear) Indonesia yang besar dan tinggi jika di bandingkan dengan negara lainnya. Hal tersebut menjadi dasar penelitian ini, dimana untuk bisa melihat persaingan sebuah produk, maka dibutuhkan suatu indicator yang dijadikan tolak ukur satu sama lainnya. Salah satu diantara indicator yang berhasil memperlihatkan sebuah produk didalam persaingannya ialah dengan semakin laku produk itu di pasar, yang bisa ditandai peningkatan penjualan ataupun dalam melakukan perdagangan secara internasional semakin meningkat produk dari ekspor itu. Adapun ekspor ke Amerika Serikat yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah ekspor terkait alas kaki (footwear).

Alas kaki merupakan salah satu dari komoditas terbaik negara Indonesia untuk di ekspor setelah tekstil, karet, kelapa sawit serta produk dari hasil hutan lainnya. Alas kaki disini meliputi sepatu serta sandal yang digunakan untuk melindungi alas kaki. Agar tidak cidera kaki harus menggunakan alas kaki mengingat keadaan lingkungan yakni seperti permukaan tanah tidak rata, panas, becek, maupun dingin.

Adapun solusi yang digunakan untuk mendorong pertumbuhan atau perkembangan dari sector alas kaki (footwear) pemerintah negara Indonesia dengan banyak melakukan pergelaran pameran untuk menarik minat pembeli. Solusi lain yang bisa di terapkan dengan membuat kemasan yang lebih menarik, penentuan harga yang bersaing serta meningkatkan kualitas dari produk untuk menaikkan persaingan di dalam maupun di luar negeri.

Oleh karena itu pemaparan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Alas Kaki Ke Amerika Serikat”

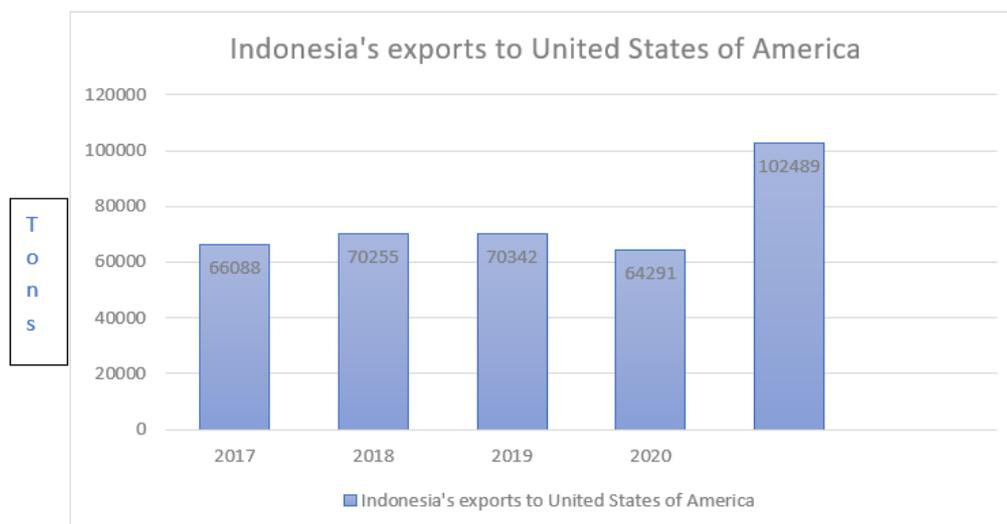
Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Yang dimaksud objek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus, 1989) Menurut (Arikunto, 2002) Objek penelitian adalah variabel atau fokus penelitian dan topik penelitian adalah dimana variabel itu berada. Menurut (Supranto, 2000) objek yang diselidiki adalah seperangkat elemen yang dapat berbentuk orang, organisasi, atau komoditas yang diselidiki. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang dibutuhkan diperoleh dari Jurnal-jurnal, buku-buku referensi atau surat kabar yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

1. Ekspor Alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat

Pada tahun 1980-an Industri alas kaki di Indonesia mulai berkembang bersama dengan perkembangan perekonomian Indonesia (Gusti & Dikdik Kusdiana SE, 2017) Namun, industri pada tahun-tahun itu tidak terlalu efektif, karena hanya industri skala besar yang bisa berkembang. Menurut (Yunika & Pazli, 2017) industri alas kaki mulai berkembang pesat dengan banyaknya investasi & banyaknya industri alas kaki yang memproduksi untuk tujuan ekspor. Untuk ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat secara garis besarnya dari tahun ke tahun berikutnya memperoleh peningkatan.



Grafik 1
Volume Ekspor Alas Kaki Indonesia
Ke Amerika Serikat 2017-2021
Sumber: (Trademap, 2022) Data Telah Diolah

Berdasarkan dari data perkembangan secara kumulatif untuk alas kaki (footwear) tahun 2020 memperlihatkan penurunan yang signifikan. Data dari (Kemenperin, 2020) menginformasikan bahwa pandemi dari covid-19 ini mempunyai efek ke sector alas kaki (footwear) yakni dengan perkembangan negative sebesar -3,6%, penurunan neraca dagang -38,1% serta penurunan investasi sebesar -41,8%. Kemudian terjadi penurunan terkait utilisasi sebesar 70,83% ke 41%, lalu perumahan pada karyawan 57.927 orang serta 70% permasalahan pada pemasokan terhadap bahan baku. Permasalahan dari negara tujuan untuk ekspor terkendala lockdown dan juga beberapa pembeli yang melakukan pembatalan terhadap orderan ataupun post pone order maupun penundaaan pada payment. Selain itu, pasaran kosmetik yang sampai saat ini menyerap lumayan tinggi mengalami penurunan atau kelesuan.

Berdasarkan data (Trademap, 2022), industri alas kaki mencatatkan volume ekspor sebesar 102489 Ton sepanjang tahun 2021 atau mengalami kenaikan mencapai 28 persen dibandingkan tahun 2020. Menganalisa dinamika industri global dan domestik khususnya industri alas kaki, peluang industri alas kaki dalam negeri masih sangat potensial.

2. Analisis Kekuatan Dan Kelemahan

Untuk memanfaatkan kekuatan dan meningkatkan kelemahan, yang pertama harus dilakukan adalah untuk mengetahuinya. Setelah mengetahuinya, lebih mudah untuk mempertahankan dan mudah untuk melakukan peningkatan.

a) Kekuatan

Strenght atau kekuatan merupakan komponen utama dalam analisis SWOT. Faktor kekuatan di sini merupakan faktor kunci yang dapat dikembangkan atau dipertahankan untuk mendukung ekspor terbaik.

b) Keadaan Industri

Industri alas kaki di Indonesia sangat bermacam-macam dan berada di banyak provinsi baik industri menengah, kecil maupun besar. Para industri tersebut memiliki ciri yang berbeda-beda (Nuryani, 2008). Sesuai data yang diungkapkan (Kemenperin, 2019) tahun 2019, jumlah industri alas kaki di Indonesia tercatat sebanyak 18.867 usaha, terdiri dari 18.091 usaha kecil, 441 usaha menengah, dan 155 usaha besar. Menurut Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI), persebaran industri alas kaki skala kecil terbanyak berada di Provinsi Jawa Timur, kemudian industri skala besar dan menengah terbanyak ada di Jawa Barat. Selain di dua provinsi tersebut, Sumatra Utara, Sumatra Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Banten, dan Bali juga tercatat memiliki beberapa industri alas kaki. Provinsi-provinsi tersebut masih didominasi oleh Pulau Jawa, hal ini dikarenakan Pulau Jawa memiliki infrastruktur yang lebih baik dibandingkan dengan pulau lainnya (HKI, 2020). Semakin banyak produksi maka produknya semakin melimpah untuk memenuhi kebutuhan pasar negeri maupun luar negeri sehingga hal ini menjadikan industri alas kaki memiliki kekuatan dan prospek pasar yang baik.

c) Sumber Daya Manusia yang Berpengalaman

Sumber daya manusia merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah industri. Dalam industri, peran dan fungsi sumber daya manusia tidak bisa diganti oleh sumber daya lainnya. Meskipun teknologi sudah modern, atau sebanyak apapun biaya yang disiapkan, tanpa SDM yang professional semuanya menjadi tidak berarti. Menurut (Nurzamzami & Siregar, 2014) kekuatan ekspor Indonesia juga didukung oleh pengrajin yang berpengalaman. Sebagian besar pengrajin memiliki pengetahuan pembuatan sepatu yang diturunkan dari pengalaman orang-orang yang bekerja sebagai pekerja di bengkel sepatu secara turun-temurun, sehingga mereka fasih dalam teknik pembuatan sepatu.

Untuk menjaga keberlanjutan keahlian tersebut, pelatihan terhadap Sumber Daya Manusia sering dilakukan, dalam pelatihan tidak hanya mengajarkan Teknik-teknik pembuatan alas kaki, tetapi juga di ajarkan cara untuk memasarkannya. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan dalam bidang alas kaki, sekaligus upaya untuk mengurangi angka penangguran (kominfo.jatimprov.go.id, 2022).

d) Kerjasama Internasional

Salah satu kekuatan bagi Kerjasama ekonomi antar negara adalah adanya Kerjasama atau kesepakatan resmi antar negara tersebut. Indonesia sendiri dalam industry alas kakinya telah memiliki Kerjasama resmi dengan pasar terbesarnya yaitu Amerika Serikat. Kerjasama Indonesia dengan Amerika Serikat dalam bidang alas kaki dilakukan melalui Aprisindo atau Asosiasi Persepatuan Indonesia. Kerjasama tersebut telah dilakukan pada tahun 2011 dengan ditandatanganinya MoU antara Footwear Distributors and Retailers of America dan Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo, 2022). Edi Widjanarko, Ketua Umum Aprisindo,

mengungkapkan Indonesia akan dapat lebih mudah mengakses pasar di AS dalam kerjasama ini. Dan bagi Amerika Serikat, kerja sama ini dijadikan kesempatan untuk mencari pemasok yang sesuai dengan kriteria mereka (bisnis.tempo.co, 2018).

Isi memorandum ini yaitu, yang pertama, pihak Indonesia menyediakan pabrik sebagai distributor untuk sepatu Amerika. Kedua, Indonesia diperbolehkan untuk memasarkan produk alas kaki menggunakan merek Indonesia. Yang terakhir adalah Amerika akan mengirimkan guru/ahli yang dapat mengembangkan Industri Alas kaki Indonesia (Footwearbiz, 2012). Dengan adanya MoU tersebut, Indonesiasecara tidak langsung Indonesia telah mengamankan pasar alas kakinya di Amerika Serikat.

e) Kelemahan

Weakness atau kelemahan adalah faktor-faktor yang tidak berjalan dengan mulus atau kebutuhan sumber daya tetapi tidak dimiliki oleh Industri. Alas kaki Indonesia memiliki beberapa masalah diantaranya kurangnya teknologi dan bahan baku yang belum terpenuhi.

f) Teknologi

Dalam perkembangan industry, teknologi merupakan hal yang penting. Teknologi dibutuhkan dalam mengembangkan inovasi produk. Sedangkan kelemahan industri alas kaki Indonesia salah satunya ialah kemampuan SDM yang masih terbatas dalam penguasaan desain dan teknik produksi yang menghambat perkembangan kebutuhan pasar. Merujuk pada hasil penelitian kemampuan kreatif yang dimiliki oleh para pemain IKM sektor alas kaki di wilayah Cibaduyut (Waskito, 2017), terdapat data 69% pengrajin masih belum mampu berfikir dan menghasilkan gagasan saat melakukan kegiatan perancangan. Sekitar 25% lainnya mampu mempresentasikan ide-ide baru, meskipun masih minor (perubahan kecil). Sekitar 6% responden percaya bahwa mereka dapat menciptakan keunikan yang dicapai melalui pengembangan inspirasi (Waskito, 2017).

g) Ketergantungan Import Bahan Baku

Secara singkat bahan baku adalah komponen yang diperlukan dan digunakan untuk membuat produk dalam suatu industri. Bahan atau komponen yang dimaksud akan muncul dalam produk jadi (runsystem.id, 2022). Kurangnya bahan baku, bahan penolong serta komponen utama produk yang akan di ekspor karena terbatasnya kemampuan industri penunjang dalam negeri untuk mengolah banyaknya produk alas kaki impor yang beredar di pasaran dengan harga murah. Hal ini akan mendistorsi pasar industri sepatu dalam negeri (Kemenperin, 2020).

Masalah bahan baku Indonesia adalah ketergantungan impor bahan utama berupa kulit. Industri kulit untuk bahan baku alas kaki dalam negeri hanya 5 juta lembaran kulit sapi dan 20 juta keping kulit kambing yang dapat diproduksi setiap tahunnya. Hanya 20%-30% kebutuhan industri Alas kaki yang terpenuhi (Neraca.co.id, 2017). Indonesia mendapat bahan baku dari berbagai negara,yaitu dari Brasil, Korsel, dan China. Harga bahan baku yang pokok, yang mempengaruhi

harga jual dan pada akhirnya membuat produk alas kaki kurang kompetitif (Appriessa & Izzatul Mabniyah, 2011). Bahan baku lokal langka untuk memenuhi permintaan industri sepatu dalam negeri, menurut Asosiasi Sepatu Indonesia. Dengan demikian, bahan baku industri alas kaki masih mengandalkan impor hingga 60% dari kebutuhan produksi tahunan (Kemenperin, 2020).

Hal ini menjadi kelemahan Alas kaki Indonesia, jika bahan baku tidak tercukupi maka proses produksi dapat terhenti.

3. Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang dan ancaman merupakan suatu hal yang diluar kendali. Setelah mengetahuinya, peluang dapat dimanfaatkan untuk menetralsir potensi ancaman.

a) Peluang

Yang dimaksud *Opportunities* (peluang / kesempatan) disini adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, seperti tingkat komsumtif Alas kaki di Amerika Serikat, dukungan penuh pemerintah untuk melakukan ekspor, dan adanya perang dagang negara pesaing dengan Amerika Serikat.

b) Konsumsi alas kaki yang tinggi di Amerika

Amerika Serikat menjadi pasar terbesar bagi produk-produk alas kaki Indonesia. Alasan Amerika Serikat menjadi negara pasar alas kaki terbesar adalah faktor konsumsi masyarakatnya. Amerika Serikat memiliki jumlah penduduk yang terbilang besar yaitu 325 juta jiwa. Masyarakat Amerika Serikat memiliki tingkat konsumsi yang tinggi pada produk alas kaki. Rata-rata satu orang di Amerika Serikat membeli lebih dari 4 pasang sepatu pertahun. Hal ini salah satunya karena Di Amerika Serikat terdapat 4 musim, setiap musim beda-beda sepatunya, maka itu orang di Amerika Serikat rata-rata membeli lebih dari 4 pasang sepatu per tahun. Selain itu, masyarakat di Amerika Serikat cenderung menggunakan sepatu yang berbeda untuk aktivitas sehari-hari. Dalam hal olahraga, sepatu yang digunakan berbeda dengan aktivitas lainnya.. Hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk terus mengekspor alas kaki ke Amerika Serikat (Budiarto Tjandra, 2019).

c) Dukungan Pemerintah

Dalam Realisasi Investasi pada Industri Alas kaki pemerintah mendukung kebijakan peluang investasi terbuka lebar bagi investor di industri alas kaki dengan kepemilikan 100%. Sehingga hal ini menjadi daya tarik negara luar untuk melakukan investasi di sector industri Indonesia, salah satunya Amerika Serikat. (bkpm.go.id, 2017).

Sebagai kelompok industri padat karya dan berorientasi ekspor, industri alas kaki telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Selain kebijakan kemudahan investasi, pemerintah Indonesia juga membuat kebijakan yang mempermudah para produsen alas kaki dalam negeri untuk mendapatkan bahan baku dari luar negeri. Kesulitan bahan baku industri pada akhirnya sangat berpengaruh pada penyediaan bahan baku untuk industri alas kaki, karena kesulitan ini maka kekurangan penyediaan bahan baku domestik harus dipenuhi dengan impor. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah berfokus pada

ketersediaan bahan baku, bahan penolong, dan barang industri. Isinya untuk mendorong perdagangan impor dan pengendalian ekspor kulit mentah sebagai bahan baku industri kulit. Industri kulit dan industri sepatu dan alas kaki adalah industri terkait. Meskipun kebijakan ini berupa pemberian kemudahan impor kulit dari seluruh negara, tetapi tetap harus memperhatikan aspek keamanan (Koinfo.jatimprov.go.id, 2022).

d) Perang Dagang China-Amerika Serikat

Hubungan Amerika Serikat dan China mengalami ketegangan terutama di sector ekonomi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya perang kebijakan poerdagangan antara kedua negara Perang dagang telah dimulai antara Amerika Serikat dan China sejak Presiden AS Donald Trump menandatangani keputusan untuk mengenakan tarif impor atas barang-barang yang diimpor dari China. Pertarungan China-Amerika Serikat pun menjadi peluang besar bagi Indonesia (finance.detik.com, 2022). Presiden Trump menentukan tarif barang-barang China yang diimpor ke negaranya sekitar \$50-60 miliar, atau sekitar Rs.827,34 triliun (berkas.dpr.go.id, 2018).

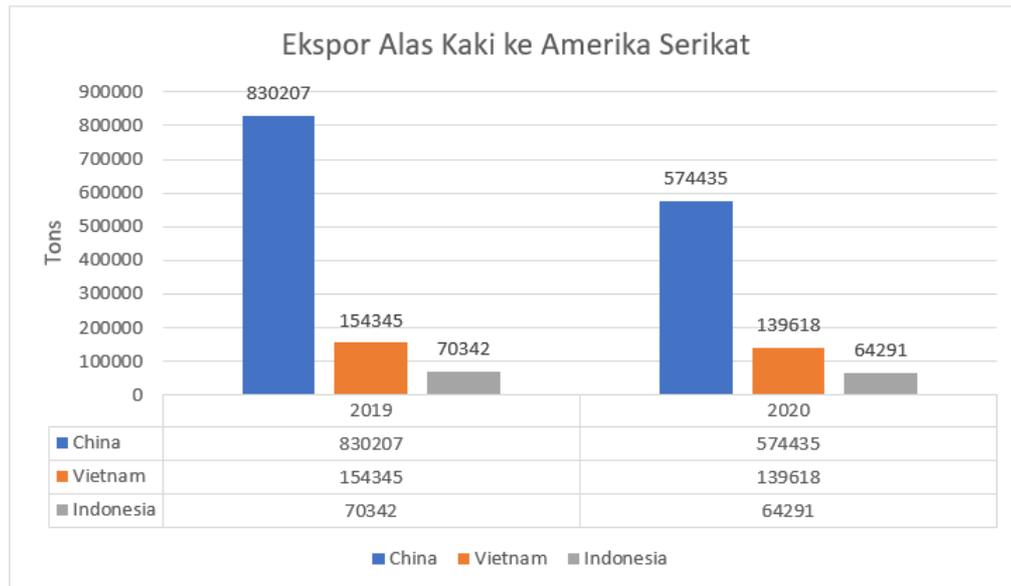
Dengan Amerika Serikat memproteksi barang-barang dari China, Indonesia berpotensi menjadi negara utama sebagai pengirim komoditas yang dibutuhkan Amerika Serikat, terutama Alas kaki. Karena, Alas kaki Indonesia yang memang selama ini bersaing dengan China di pasar Amerika Serikat.

4. Ancaman

Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif. Seperti adanya negara-negara pesaing dan tentang upah buruh yang rendah.

1) Negara Pesaing

Selain Indonesia, ada beberapa negara lain yang juga merupakan negara ekportir alas kaki. Negara- negara tersebut diantaranya China dan Vietnam. Kedua negara tersebut menjadi pesaing bagi Indonesia dalam mengekspor alas kaki ke Amerika Serikat (Kemenperin, 2019). Kedua negara pesaing ini mempunyai teknologi canggih untuk pembuatan Alas kaki. Selain memiliki teknologi yang lebih canggih, kedua negara ini juga memiliki inovasi desain fitur produk yang lebih canggih.



Grafik 2
Volume Ekspor Alas Kaki Indonesia Dan Negara Pesaing Ke Amerika Serikat

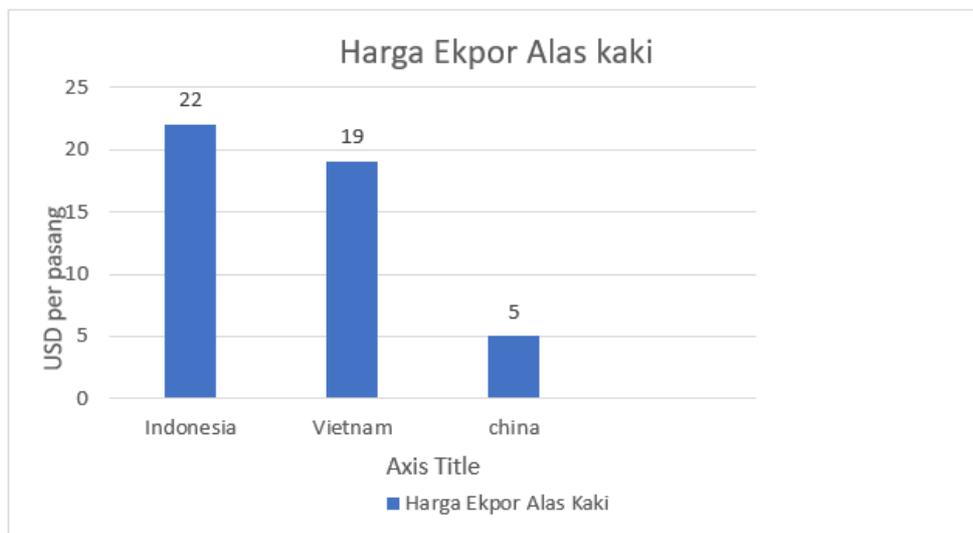
Sumber: (Trademap, 2022) Data Telah Diolah

Meskipun negara yang menjadi tujuan ekspor utama bagi produk alas kaki Indonesia adalah Amerika Serikat (Aprisindo, 2022), ternyata Indonesia bukan negara eksportir utama bagi Amerika Serikat. Berdasarkan data dari (Trademap, 2022), Indonesia berada di posisi ketiga sebagai negara pengeksportir produk footwear ke Amerika Serikat, setelah China dan Vietnam, dibuktikan dengan volume ekspor alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat masih jauh dibawah dua negara pesaing. Hal ini menjadi tantangan industri alas kaki Indonesia untuk mengejar ketertinggalan volume ekspor dengan negara pesaing.

2) Persaingan Harga Alas Kaki

Harga merupakan hal penentu bagi kebutuhan pasar, harga juga dapat berpengaruh dalam urutan persaingan pasar. Menurut (Kotler, 2018) harga itu adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Ini berarti bahwa harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari suatu produk atau jasa.

Salah satu indikator daya saing suatu produk adalah harga jual produk tersebut. Adanya perbedaan harga ekspor industri alas kaki Indonesia dengan pesaing, yang juga mempengaruhi daya saing alas kaki. Harga sepatu di Indonesia lebih mahal dibandingkan dengan lawan China dan Vietnam.



Grafik 3
Harga Ekspor Alas Kaki Indonesia, China Dan Vietnam
Sumber : (Worldfootwear, 2021)

Harga alas kaki Indonesia pada tahun 2021 berdasarkan data diatas ialah \$22, kemudian harga alas kaki Vietnam \$19, dan harga footwear China \$5 jauh lebih murah dibanding Indonesia. Indonesia harga alas kakinya jauh diatas harga alas kaki china, hal ini disebabkan karena bahan baku yang melimpah ada di China. Menurut pendapat (Heckscher, Heckscher, & Ohlin, 1991) Negara yang dapat memproduksi dengan biaya rendah adalah negara yang kompetitif. Keunggulan komparatif dimiliki negara pesaing, dan China memiliki keunggulan komparatif karena harga sepatu Indonesia lebih tinggi dari harga sepatu China. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi alas kaki Indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode SWOT, Ekspor Alas kaki Indonesia ke Amerika Serikat memiliki kekuatan dan kelemahan, kekuatan yang dimiliki adalah Industri yang tersebar diberbagai daerah yang artinya alas kaki Indonesia memiliki prospek pasar yang baik, yang siap untuk memenuhi permintaan produksi dari dalam negeri maupun luar negeri, didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan menguasai Teknik-teknik pembuatan alas kaki, selain itu adanya kekuatan Asosiasi Persepatuan Indonesia (APRISINDO), asosiasi industri yang menaungi perusahaan-perusahaan industri alas kaki di Indonesia, yang telah bekerja sama dengan Amerika Serikat sejak tahun 2011 untuk terus melakukan ekspor Alas kaki ke Amerika Serikat. Sedangkan kelemahan industri alas kaki Indonesia salah satunya ialah kemampuan SDM yang masih terbatas dalam penguasaan desain dan teknik produksi yang menghambat perkembangan kebutuhan pasar. Kurangnya bahan baku karena terbatasnya kemampuan industri pemasok dalam negeri membuat ketergantungan Impor bahan baku Alas kaki, hal ini menjadi kelemahan karena dapat menaikkan biaya produksi di Indonesia.

Ekspor alas kaki Indonesia juga memiliki beberapa peluang dan ancaman. Salah satunya, kondisi masyarakat Amerika Serikat yang konsumtif terhadap alas kaki menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk terus melakukan ekspor ke Amerika Serikat, dengan beberapa dukungan pemerintah dalam mempermudah mendapatkan bahan baku dan pendukungnya. Terjadinya perang dagang antara China-Amerika Serikat juga menjadi peluang besar untuk Indonesia, dikarenakan Amerika menetapkan kebijakan kenaikan bea masuk impor produk dari China sebagai negara pesaing ekspor alas kaki,. Selain peluang, terdapat ancaman bagi alas kaki Indonesia, yaitu adanya China dan Vietnam sebagai eksportir alas kaki ke Amerika Serikat selain Indonesia. Harga jual dari suatu produk ialah salah satu dari indikator daya saing suatu produk Dalam hal ekspor industri alas kaki Indonesia dengan negara pesaing terdapat perbedaan harga yang akan mempengaruhi daya saing, harga Indonesia yang lebih mahal jika dibandingkan dengan harga alas kaki China dan Vietnam sebagai negara pesaing.

BIBLIOGRAFI

- Amir, M. S. (1996). *Ekspor impor: teori & penerapannya*. PT Pustaka Binaman Pressindo. [Google Scholar](#)
- Appriessa, Seventienna, & Izzatul Mabniyah, A. (2011). Strategi Alternatif Menghadapai ACFTA Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Industri Alas Kaki Indonesia. *IPB, Bogor*. [Google Scholar](#)
- Aprisindo. (2022). *Aprisindo*. Retrieved from <http://www.aprisindo.com/> [Google Scholar](#)
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet. Ke-12*. Jakarta. *Rineka Cipta*. [Google Scholar](#)
- Berkas.dpr.go.id. (2018). *Perang Dagang Amerika Serikat – China Dan Implikasinya Bagi Indonesia. Bidang Hubungan Internasional Info Singkat*. [Google Scholar](#)
- Bkpm.go.id. (2017). *Industri Alas Kaki*. [Google Scholar](#)
- Budiarto Tjandra, K. P. (2019). Faktor Penyebab AS Pasar Ekspor Utama Alas Kaki Indonesia. *A. S. Rini, Interviewer*. [Google Scholar](#)
- Bulletin, China Labour. (2019). *China's minimum wage increases stall as consumer prices surge*. [Google Scholar](#)
- Danielle Paquette, D. J. (2018). The Washington Post. Retrieved from As Trump's trade war starts, China vows retaliation. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/world/china-fires-back-at-us-tariffs>. [Google Scholar](#)
- Economics, T. (2022). *Trading Economics*. [Google Scholar](#)
- Finance.detik.com. (2022). *Untung Rugi Perang Dagang AS-China bagi RI*. [Google Scholar](#)
- Footwearbiz. (2012). *Footwearbiz*. Retrieved from <http://djpen.kemendag.go.id/> website: <http://djpen.kemendag.go.id/>. [Google Scholar](#)
- Galavan, R. (2014). *Doing Business Strategy*. [Google Scholar](#)
- Gusti, Yoztiana Widian, & Dikdik Kusdiana SE, M. T. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia Ke Amerika Serikat Tahun 2002-2015*. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung. [Google Scholar](#)
- Heckscher, Gunnar, Heckscher, Eli Filip, & Ohlin, Bertil. (1991). *Heckscher-Ohlin trade theory*. Mit Press. [Google Scholar](#)

HKI, H. K. (2020). Infrastruktur Lebih Siap, Investor Tetap Lebih Tertarik di Pulau Jawa. [Google Scholar](#)

Id.tradingeconomics. (2019). id.tradingeconomics. Retrieved from <https://id.tradingeconomics.com> website:
<https://id.tradingeconomics.com/vietnam/minimum-wages>. [Google Scholar](#)

Indoneia, CNN. (2018). Panas Dingin AS-China yang Berujung Perang Dagang. Retrieved from Indoneia, CNN website:
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180323115216-4-8293/panas-dingin-as-china-yang-berujung-perang-dagang>. [Google Scholar](#)

Jhingan, M. L. (2000). Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan, Penerjemah: D. Guritno, *Edisi Pertama, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta*. [Google Scholar](#)

Kamus, Tim Penyusun. (1989). Pusat dan Pembinaan Bahasa: Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Balai Pustaka*. [Google Scholar](#)

Kemenperin. (2019). Kemenperin. Retrieved from <https://kemenperin.go.id> website:
<https://kemenperin.go.id/artikel/20539/Indonesia-Produsen-Alas-Kaki-Terbesar-Keempat-Di-Dunia>. [Google Scholar](#)

Kemenperin. (2020). Indonesia Produsen Alas Kaki Terbesar Keempat Di Dunia. Retrieved from <https://bpipi.kemenperin.go.id> website:
<https://bpipi.kemenperin.go.id/en/dampak-pandemi-covid19-pada-ikm-alas-kaki/?lang=id>. [Google Scholar](#)

Kominfo.jatimprov.go.id. (2022). upaya Regenerasi Pengrajin Sepatu, Pemkot Mojokerto Gelar Pelatihan. Retrieved from Kominfo.jatimprov.go.id website:
<https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/upaya-regenerasi-pengrajin-sepatu-pemkot-mojokerto-gelar-pelatihan>. [Google Scholar](#)

Kotler, Philip. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga. [Google Scholar](#)

Mankiw, Gregory. (2006). *Pengantar Ekonomi Makro, Edisi Ketiga, Salemba Empat*. Jakarta. [Google Scholar](#)

Mankiw, N. Gregory. (2006). Pengantar Ekonomi Makro (Alih bahasa: Chriswan Sungkono). *Jakarta: Salemba Empat*. [Google Scholar](#)

Neraca.co.id. (2017). Bahan Baku Sepatu Masih Impor. [Google Scholar](#)

Nuryani, Sitti. (2008). *Analisis Produktivitas Faktor Produksi pada Industri Alas Kaki di Indonesia*. [Google Scholar](#)

Nurzamzami, Ayatusyifa, & Siregar, Edward Halomoan. (2014). Peningkatan daya saing UMKM alas kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan implikasinya terhadap strategi pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 15–29.

[Google Scholar](#)

Rangkuti, Freddy. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. [Google Scholar](#)

Statistik., Badan Pusat. (2022). *Neraca Perdagangan Indonesia Total*. Jakarta: *Satudata Perdagangan*. [Google Scholar](#)

Supranto, Johanes. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survei & Ekspresimen*. [Google Scholar](#)

Terry, George, & Rue, Laslie W. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen (Alih Bahasa GA Ticoalu)*. Jakarta: *Bina Aksara*. [Google Scholar](#)

Waskito, M. A. (2017). *Penerapan Teknik Stilasi Pada Motif Ragam Hias Sebagai Metode Peningkatan Kemampuan Kreatif Pelaku Usaha Ikm Alas Kaki*. *LP2M ITENAS, Bandung*. [Google Scholar](#)

Yunika, Yunika, & Pazli, Pazli. (2017). *Daya Saing Ekspor Industri Alas Kaki Antara Indonesia Dan China Di Pasar Amerika Serikat Tahun 2011-2014*. Riau University. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Dimas Maya Silviani, Indrawati (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

