

BAB III

FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT TERHADAP PERDANGAN EKSPORT PADA PRODUK PEMBERSIH LANTAI DI ERA DI INDONESIA

Perdagangan merupakan suatu konsep yang melibatkan pertukaran sukarela antara dua pihak yang saling membutuhkan sumber daya, seperti barang dan jasa. Sementara itu, perdagangan internasional merujuk pada proses pembelian dan penjualan barang serta jasa oleh perusahaan dari berbagai negara. Di pasar internasional, beragam produk—mulai dari barang konsumen, bahan baku, makanan, hingga mesin—dapat dibeli dan dijual, memberikan kesempatan kepada negara untuk memperluas pasar dan mengakses berbagai barang yang mungkin tidak tersedia di dalam negeri. Pentingnya perdagangan internasional terletak pada peningkatan daya saing pasar yang dihasilkan, sehingga produk yang ditawarkan dapat tersebar secara lebih luas dan dengan harga yang lebih terjangkau.⁷⁶ Individu atau entitas melakukan perdagangan karena mereka meyakini bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan dari pertukaran tersebut. Meskipun pada pandangan pertama hal ini terlihat sederhana, terdapat teori, kebijakan, dan strategi bisnis yang mendasari praktik perdagangan internasional.⁷⁷ Adapun beberapa manfaat terjadinya perdagangan internasional, yaitu:

⁷⁶ OCBC, *Perdagangan Internasional: Pengertian, Faktor dan Manfaatnya*, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/06/14/perdagangan-internasionaladalah>, diakses tanggal 11 November 2024, pukul 12.00.

⁷⁷ David Diaz, *What is International Trade and Its Importance*, <https://online.sunderland.ac.uk/what-is-international-trade-and-its-importance/>, diakses tanggal 20 November 2024, pukul 17.30.

1. Meningkatkan devisa negara. Perdagangan internasional antara dua negara atau lebih berperan penting dalam memaksimalkan pemanfaatan sumber daya alam. Setiap negara dapat fokus pada produksi barang dan jasa yang sesuai dengan sumber daya yang dimiliki, kemudian menjualnya ke negara lain untuk memperoleh devisa. Dengan cara ini, negara tidak hanya dapat mendukung perekonomiannya, tetapi juga menghindari pemborosan sumber daya penting, sambil memanfaatkan potensi tersebut untuk meningkatkan kondisi ekonomi secara keseluruhan.
2. Ketersediaan berbagai jenis barang dan jasa. Suatu negara dapat memperoleh barang dan jasa yang tidak dapat dibuatnya sendiri karena kekurangan sumber daya atau biaya produksi yang lebih tinggi dan dapat memperoleh barang-barang tersebut dari luar negeri dengan biaya yang relatif murah.
3. Stabilitas harga produk dan layanan. Stabilitas harga produk dapat membantu menghilangkan manfaat dan menghentikan fluktuasi liar yang dapat timbul karena tidak tersedianya produk.
4. Meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi barang serta jasa sangat penting. Negara-negara dapat memanfaatkan perdagangan internasional untuk memperbesar skala produksi, sehingga dapat lebih efisien dalam memenuhi permintaan dari negara lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk fokus pada pembuatan produk dan layanan berkualitas tinggi sambil meminimalkan biaya keseluruhan.
5. Pengembangan transportasi dan komunikasi. Perdagangan internasional antar negara dapat berkembang pesat apabila didukung oleh sarana transportasi dan komunikasi yang kuat serta efisien. Sebaliknya, jika infrastruktur ini tidak

memadai, akan terjadi kemacetan yang menghambat kelancaran transaksi. Perdagangan internasional berfungsi sebagai pendorong bagi negara-negara untuk meningkatkan sistem transportasi dan komunikasi dengan negara lain, sehingga mempermudah pertukaran barang dan jasa secara berkelanjutan..

6. Hubungan yang lebih baik. Perdagangan internasional antar negara mengarah pada cakupan komunikasi yang lebih besar antara kedua negara. Ini memungkinkan pertukaran pengetahuan dan ide, hal ini dapat memupuk kerja sama dan pengertian yang lebih besar serta bertindak sebagai landasan untuk mengembangkan hubungan yang lebih baik antara kedua negara.⁷⁸

A. Faktor Pendukung

Perusahaan harus dapat melanjutkan eksistensinya untuk bersaing dengan perusahaan lain di pasar internasional. Indonesia tidak membatasi perdagangan dalam negerinya, namun berkat perkembangan teknologi dapat mengalihkannya ke perdagangan internasional. Salah satu produk pembersih lantai di Indonesia yang mulai berekspansi secara global Internasional. Persaingan pasar produk pembersih lantai Di Indonesia, perusahaan-perusahaan baru berusaha mendefinisikan posisi mereka dan belajar dari pengalaman perusahaan lain, sehingga mampu meningkatkan kinerja layanan mereka di pasar internasional maupun domestik. Dalam perkembangan bisnis produk pembersih lantai di tanah air, banyak yang memilih Singapura sebagai

⁷⁸ Revita Yuni dan Dedi Lanova Hutabarat, “Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Pada Tahun 2009-2019”, *Niagawan*, Vol. 10 No. 01, hlm. 62-69, (2021).

langkah pertama untuk berekspansi ke pasar internasional. Singapura dipandang sebagai lokasi yang strategis untuk memulai langkah tersebut.

Kekuatan pendorong di balik ekspansi bisnis produk pembersih lantai di Indonesia sejalan dengan penyesuaian kebijakan perusahaan. Regulasi ketat yang dikeluarkan pemerintah Singapura turut mendorong kemajuan ini, memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah beradaptasi dengan budaya kerja mandiri. Selain itu, dalam memilih lokasi untuk produk pembersih lantai di Indonesia, perusahaan mempertimbangkan sejumlah faktor penting, seperti lingkungan regulasi, lokasi geografis, tenaga kerja lokal, kematangan pasar, dan kapasitas. Singapura sendiri memiliki keuntungan tersendiri, bebas dari bencana alam seperti gempa bumi dan tsunami, serta dilengkapi dengan regulasi yang solid, serta pasokan air dan listrik yang andal, dalam memastikan kelancaran operasional yang berkelanjutan. Beberapa hal yang bisa kita rasakan yang menjadi beberapa faktor pendukung terhadap perdagangan ekspor pada produk pembersih lantai di era di Indonesia adalah:⁷⁹

1. Pertumbuhan Permintaan Global

Permintaan produk pembersih lantai, seperti sabun, deterjen, cairan disinfektan, dan hand sanitizer, mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak pandemi COVID-19 melanda dunia. Situasi pandemi telah mendorong kesadaran masyarakat global akan pentingnya kebersihan untuk menjaga kesehatan dan mencegah penyebaran penyakit. Permintaan ini tidak hanya berasal dari rumah tangga, tetapi juga dari sektor industri, institusi kesehatan, dan perhotelan.

⁷⁹ Fitri Amelia, "Perdagangan Internasional Booster Dalam Pertumbuhan Ekonomi", *Change Think Journal*, Vol. 1 No. 02, hlm. 151-157, (2022).

Dengan adanya tren gaya hidup bersih dan sehat di berbagai negara, produk pembersih lantai asal Indonesia memiliki peluang besar untuk memenuhi kebutuhan tersebut di pasar internasional.

2. Kualitas Bahan Baku Lokal

Indonesia memiliki potensi bahan baku yang melimpah, terutama minyak kelapa sawit sebagai salah satu komponen utama dalam pembuatan produk pembersih lantai, seperti sabun dan deterjen. Produksi minyak kelapa sawit Indonesia yang berlimpah memberikan kemudahan akses bagi industri untuk mendapatkan bahan baku berkualitas dengan harga yang kompetitif. Hal ini menjadi salah satu keunggulan komparatif Indonesia dibandingkan negara lain. Selain itu, ketersediaan bahan baku yang stabil mendukung proses produksi yang berkelanjutan, sehingga produk pembersih lantai asal Indonesia lebih diminati di pasar global.⁸⁰

3. Biaya Produksi Relatif Murah

Biaya produksi di Indonesia, termasuk biaya tenaga kerja dan bahan baku, relatif lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika Serikat. Ketersediaan tenaga kerja yang kompeten dan biaya operasional yang efisien memungkinkan produsen dalam negeri memproduksi produk pembersih lantai dengan biaya yang lebih hemat. Akibatnya, produk pembersih lantai buatan Indonesia dapat dipasarkan dengan harga yang lebih kompetitif di tingkat global, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi importir dan konsumen internasional.

⁸⁰ Ibid

4. Peningkatan Teknologi dan Inovasi

Industri produk pembersih lantai di Indonesia terus mengalami kemajuan dalam penerapan teknologi modern dan inovasi. Peningkatan teknologi dalam proses produksi memungkinkan produsen untuk menciptakan produk pembersih lantai dengan kualitas yang lebih baik, efisiensi produksi yang lebih tinggi, dan harga yang lebih ekonomis. Selain itu, inovasi dalam menciptakan produk ramah lingkungan, bebas bahan kimia berbahaya, serta produk yang berstandar internasional meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Produk-produk pembersih lantai berkelanjutan dan berlabel “eco-friendly” saat ini semakin diminati oleh konsumen internasional.

5. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah Indonesia memainkan peran penting dalam mendukung ekspor produk pembersih lantai melalui kebijakan yang berpihak pada pelaku usaha. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain:⁸¹

- a. **Kemudahan perizinan ekspor** melalui sistem Online Single Submission (OSS) yang mempercepat proses administrasi.
- b. **Pemberian insentif ekspor** berupa keringanan pajak, bantuan promosi, dan fasilitas pendanaan bagi pelaku usaha yang berorientasi ekspor.
- c. **Perjanjian perdagangan bebas (FTA)** dan perjanjian ekonomi komprehensif (CEPA) dengan berbagai negara mitra dagang, yang

⁸¹ Yongki Perdana Putra, et. al., “Analisis Strategi, Bauran Pemasaran, Dalam Meningkatkan Volume Ekspor (Studi Pada Bali Pasadena Rattan)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 39 No. 01, hlm. 179, (2016).

membantu menekan tarif ekspor dan membuka akses lebih luas ke pasar internasional.

Upaya ini mendorong peningkatan daya saing produk pembersih lantai Indonesia dan memperluas pangsa pasar global.

6. **Infrastruktur Logistik yang Meningkat**

Peningkatan infrastruktur di Indonesia, seperti pembangunan pelabuhan modern, jalan tol, jalur distribusi, dan fasilitas logistik lainnya, memberikan dampak positif terhadap proses ekspor. Infrastruktur yang memadai membantu mempercepat pengiriman produk pembersih lantai ke pasar tujuan, mengurangi biaya transportasi, serta meningkatkan efisiensi rantai pasok. Selain itu, perkembangan teknologi logistik berbasis digital juga mendukung pengelolaan pengiriman barang secara lebih efektif, sehingga produk pembersih lantai dapat dikirim tepat waktu dengan kualitas yang tetap terjaga.⁸²

7. **Branding Produk Halal**

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia memiliki potensi untuk memproduksi produk pembersih lantai yang bersertifikasi **halal**. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut bebas dari bahan yang dilarang dalam syariat Islam. Produk pembersih lantai dengan label halal memiliki keunggulan kompetitif di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim, seperti kawasan Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Afrika Utara. Branding halal juga menjadi nilai tambah bagi konsumen global yang semakin

⁸² Finny Redjeki, "Perdagangan Internasional Vaksin Dalam Pertumbuhan Ekonomi Negara", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 7 No. 01, hlm. 507-512 (2023).

selektif dalam memilih produk berkualitas dengan standar keamanan tinggi.

Dengan adanya faktor-faktor pendukung tersebut, Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekspor produk pembersih lantai ke pasar internasional. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi kunci utama dalam memaksimalkan potensi ini. Jika faktor-faktor tersebut terus diperkuat, industri produk pembersih lantai Indonesia akan mampu bersaing secara global dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.⁸³

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum merupakan upaya memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia, khususnya bagi individu atau kelompok yang hak-haknya dirugikan oleh orang lain. Perlindungan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap individu dapat menikmati hak-hak yang diberikan oleh hukum secara penuh dan tanpa gangguan. Dengan kata lain, perlindungan hukum adalah wujud nyata dari keberadaan hukum dalam kehidupan masyarakat, yang berfungsi sebagai penjaga hak asasi manusia dan pelindung dari potensi pelanggaran yang dilakukan oleh pihak lain.

Konsep perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo dapat dikaitkan dengan upaya negara dan pemangku kepentingan lainnya dalam melindungi hak-hak pelaku usaha di sektor ekspor. Negara memiliki peran penting dalam menyediakan mekanisme hukum yang efektif untuk memastikan bahwa

⁸³ Ibid

perdagangan ekspor, termasuk produk pembersih lantai, berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku, sekaligus melindungi pelaku usaha dari praktik sewenang-wenang baik di dalam negeri maupun di pasar global.

Dalam menghadapi meningkatnya permintaan global terhadap produk pembersih lantai, perlindungan hukum diperlukan untuk melindungi produsen lokal dari persaingan tidak sehat dan pelanggaran hak kekayaan intelektual di pasar internasional. Negara harus memastikan bahwa produk ekspor dilindungi dari plagiarisme dan tindakan lain yang merugikan. Perlindungan hukum juga mencakup regulasi terhadap standar bahan baku lokal untuk menjaga kualitas produk. Hal ini bertujuan agar produk ekspor Indonesia dapat bersaing di pasar global tanpa mengalami kendala akibat kelalaian dalam memenuhi standar kualitas internasional.

Biaya produksi yang kompetitif memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, namun perlu diimbangi dengan perlindungan hukum terhadap pekerja dan pelaku usaha agar tidak terjadi eksploitasi maupun dumping yang dapat merugikan citra Indonesia di pasar global. Negara bertugas melindungi inovasi teknologi yang dikembangkan oleh pelaku usaha melalui perlindungan hak paten dan kekayaan intelektual. Dengan demikian, inovasi dalam teknologi pembersih lantai dapat memberikan nilai tambah yang dilindungi secara hukum. Kebijakan pemerintah memainkan peran strategis dalam memberikan perlindungan hukum yang komprehensif terhadap perdagangan ekspor. Hal ini mencakup penyediaan insentif, perjanjian dagang internasional, dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan infrastruktur logistik yang semakin baik, negara harus memastikan adanya regulasi yang mendukung

efisiensi distribusi dan perlindungan hukum terhadap kemungkinan kerugian dalam proses logistik, seperti kerusakan barang atau keterlambatan pengiriman.

Dalam membangun citra produk pembersih lantai sebagai produk halal, perlindungan hukum diperlukan untuk menjaga keabsahan sertifikasi halal. Hal ini tidak hanya melindungi hak pelaku usaha tetapi juga kepercayaan konsumen baik di dalam negeri maupun di pasar ekspor. Negara harus memastikan bahwa proses sertifikasi halal berjalan transparan dan sesuai standar internasional. Dengan demikian, perlindungan hukum dalam perdagangan ekspor produk pembersih lantai di Indonesia mencakup berbagai aspek mulai dari regulasi, standar kualitas, hingga mekanisme perlindungan terhadap hak-hak pelaku usaha. Upaya ini tidak hanya penting untuk melindungi individu dan kelompok pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi dan kepercayaan terhadap sistem hukum di Indonesia.

B. Faktor Penghambat

Ada beberapa kelompok yang mampu mengikuti perkembangan digital, namun perdagangan digital juga dapat memperburuk ketimpangan yang ada. Di Indonesia, perdagangan digital menjadi tantangan tersendiri bagi produk pembersih lantai, karena mereka harus beradaptasi dengan dunia yang semakin terhubung dan mengikuti kemajuan yang terus berkembang. Persaingan yang semakin ketat diperparah dengan kemudahan akses yang ditawarkan oleh e-commerce, di mana produk-produk luar negeri sering kali dibandrol dengan harga lebih tinggi dibandingkan produk pembersih lantai lokal. Selain itu,

perubahan kebiasaan komunikasi di masyarakat juga dapat berdampak negatif pada pendapatan.

Keterbukaan pasar dalam perdagangan digital tidaklah cukup. Diperlukan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan potensi pasar serta kondisi masyarakat di negara tujuan. Selain itu, sumber daya manusia yang memahami situasi di negara tersebut sangatlah penting. Produk pembersih rantai di Indonesia, misalnya, harus memiliki kapabilitas yang kuat serta mampu menghadapi perbedaan regulasi antar negara. Memasuki pasar luar negeri juga berarti harus mematuhi regulasi yang berlaku.⁸⁴

Namun, produk pembersih rantai Indonesia menghadapi kekhawatiran mengenai pertukaran data lintas batas yang dapat berdampak negatif. Transaksi yang dilakukan secara digital menjadi salah satu sumber masalah dan tantangan, tidak hanya dalam hal layanan digital, tetapi juga dalam perdagangan barang dan jasa. Oleh karena itu, pertumbuhan dalam perdagangan digital harus mendapatkan perhatian khusus agar dapat mendukung keberhasilan produk pembersih rantai Indonesia di pasar global.

Secara umum, hambatan ekspor merujuk pada berbagai rintangan yang menghalangi suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan ekspor. Dengan kata lain, setiap sikap, struktur, operasional, atau faktor lain yang dapat menghambat perusahaan dalam mengambil keputusan untuk memulai atau mengembangkan aktivitas internasionalnya dapat dianggap sebagai hambatan

⁸⁴ M. Fajrul Falaq dan Kiky Asmara, "Analisis Faktor-Faktor Penghambat UMKM Di Indonesia Dalam Melaksanakan Ekspor Selama Pandemi Covid-19", *Sinomika Journal*, Vol. 1 No. 04, hlm. 999-1007, (2022)

ekspor.⁸⁵ Hambatan ekspor adalah elemen atau faktor baik itu berasal dari internal maupun eksternal perusahaan yang menghalangi atau mempersulit perusahaan untuk melakukan aktifitas ekspor.

Hambatan ekspor dapat berupa faktor yang berasal dari luar perusahaan dan yang berasal dari dalam perusahaan. Yang mana di dalamnya masih memiliki beberapa aspek. Hambatan ekspor dapat diklasifikasikan dalam hambatan intern dan ekstern. Hambatan intern berhubungan dengan sumber daya dan kemampuan (kapabilitas) yang dapat dimanfaatkan perusahaan di dalam meraih kesempatan melakukan kegiatan bisnis yang berorientasi ekspor.⁸⁶ Misalnya hambatan fungsional, informasional dan pemasaran. Sedangkan hambatan ekstern berhubungan dengan lingkungan yang melingkupi produk pembersih lantai di Indonesia (di dalam negeri) atau lingkungan yang berada di sekeliling negara tujuan ekspor. Misalnya prosedural dan regulasi pemerintah. Dari berbagai kategori penghambat ekspor tersebut, bahwa hambatan yang berkaitan dengan informasi seperti misalnya menemukan pasar luar negeri, menentukan data pasar internasional, mengidentifikasi kesempatan bisnis di luar negeri, dan menghubungi pelanggan luar negeri (*buyer*) adalah hambatan yang secara konsisten merupakan penghambat ekspor yang utama.⁸⁷ Contoh beberapa faktor penghambat antara lain adalah:

⁸⁵ Arteaga-Ortiz J dan Fernández-Ortiz R, "Why Don't We Use the Same Export Barrier Measurement Scale? An Empirical Analysis in Small and Medium- Sized Enterprises", *Journal of Small Business Management*, Vol. 48 No. 3, hlm. 395–420, (2010).

⁸⁶ Leonidas C. Leonidou, "An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development", *Journal of Small Business Management*, Vol. 42 No. 3, hlm. 279– 302, (2004).

⁸⁷ Leonidas C. Leonidou, "Export barriers: non-exporters' perceptions", *International Marketing Review*, Vol. 12 No. 1, hlm. 4-25, (1995).

1. Regulasi Ekspor yang Kompleks

Meskipun pemerintah telah melakukan reformasi birokrasi, proses perizinan ekspor di Indonesia masih dianggap kompleks dan memakan waktu. Hal ini disebabkan oleh berbagai persyaratan administratif yang seringkali tumpang tindih antara satu instansi dengan instansi lainnya. Proses yang panjang dan kurang efisien ini menimbulkan hambatan bagi produsen produk pembersih lantai untuk mengekspor barangnya secara cepat dan efektif. Ketidakpastian regulasi juga menjadi salah satu faktor yang membuat investor maupun eksportir kurang percaya diri untuk mengembangkan pasar ekspor.

2. Keterbatasan Standar Internasional

Tidak semua produk pembersih lantai dari Indonesia dapat memenuhi standar kualitas dan regulasi yang ditetapkan oleh negara tujuan ekspor. Beberapa negara maju seperti Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Jepang memiliki standar yang sangat ketat terkait keamanan, kesehatan, serta kandungan bahan kimia dalam produk pembersih lantai. Persyaratan seperti sertifikasi ISO, standar **eco-friendly**, serta regulasi penggunaan bahan kimia seringkali menjadi tantangan bagi produsen dalam negeri. Ketidaksesuaian standar ini mengakibatkan produk Indonesia sulit memasuki pasar tertentu dan kalah bersaing dengan produk dari negara lain.

3. Persaingan Global yang Ketat

Pasar ekspor produk pembersih lantai di tingkat global sangat kompetitif. Produsen besar dari negara-negara maju, seperti Amerika

Serikat, Jerman, dan Tiongkok, mendominasi pasar dengan merek ternama dan teknologi produksi canggih. Mereka memiliki keunggulan dalam hal branding, inovasi produk, serta jaringan distribusi yang luas. Hal ini membuat produk pembersih lantai dari Indonesia harus bersaing keras untuk mendapatkan pangsa pasar, terutama di negara-negara dengan preferensi tinggi terhadap produk berkualitas premium.⁸⁸

4. Biaya Logistik yang Tinggi

Meskipun infrastruktur logistik di Indonesia telah mengalami peningkatan, biaya pengiriman barang dari Indonesia ke negara tujuan ekspor masih tergolong tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh jarak geografis, keterbatasan transportasi yang efisien, serta biaya pengemasan dan distribusi yang cukup besar. Selain itu, beberapa daerah di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam akses transportasi dan pengelolaan logistik, yang dapat menghambat kelancaran ekspor produk ke pelabuhan dan pasar global.⁸⁹

5. Fluktuasi Nilai Tukar Rupiah

Ketidakstabilan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, seperti dolar Amerika Serikat (USD) dan euro, menjadi salah satu faktor penghambat dalam perdagangan ekspor. Fluktuasi ini menciptakan ketidakpastian harga dan biaya produksi bagi eksportir, terutama karena sebagian bahan baku tambahan atau teknologi masih harus diimpor. Nilai

⁸⁸ Ibid

⁸⁹ Ibid

tukar yang melemah dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi daya saing produk pembersih lantai Indonesia di pasar global.

6. Hambatan Tarif dan Non-Tarif

Selain tarif bea masuk yang tinggi di beberapa negara tujuan ekspor, hambatan non-tarif seperti kebijakan proteksionisme, kuota impor, serta persyaratan sertifikasi tambahan sering kali menjadi tantangan. Kebijakan proteksionisme yang diterapkan oleh negara-negara tertentu bertujuan untuk melindungi industri domestik mereka dari persaingan produk impor. Hal ini berdampak langsung pada penurunan akses pasar bagi produk pembersih lantai Indonesia, sehingga menghambat upaya penetrasi ke pasar global.

7. Ketergantungan pada Impor Bahan Tambahan

Meskipun Indonesia memiliki bahan baku utama seperti minyak kelapa sawit, sebagian bahan kimia tambahan dan teknologi yang digunakan dalam produksi produk pembersih lantai masih bergantung pada impor. Ketergantungan ini menjadikan biaya produksi lebih tinggi dan rentan terhadap gangguan pasokan global. Selain itu, keterlambatan pengiriman bahan tambahan dari luar negeri dapat menghambat proses produksi, sehingga memengaruhi kapasitas ekspor produsen dalam negeri.

8. Kurangnya Riset dan Inovasi Produk

Tingkat riset dan pengembangan (R&D) dalam industri produk pembersih lantai di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Kurangnya inovasi dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, seperti produk ramah lingkungan, berstandar internasional, atau memiliki kualitas

premium, membuat daya saing produk pembersih lantai Indonesia di pasar global menjadi rendah. Riset dan pengembangan yang minim juga menyebabkan produsen sulit untuk menyesuaikan produk dengan permintaan dan regulasi di pasar internasional.⁹⁰

Faktor penghambat ekspor bagi produk pembersih lantai di Indonesia yang diajukan dalam penelitian ini terbagi ke dalam empat kategori yaitu hambatan pengetahuan (*knowledge barriers*), hambatan sumber daya (*resource barriers*), hambatan prosedur (*procedure barriers*) dan hambatan eksogen (*exogenous barriers*). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan tipe dan skala pengukuran standar terkait hambatan ekspor. Salah satu hambatan yang diidentifikasi adalah terkait pengetahuan, yang meliputi kurangnya informasi dan kurangnya perhatian terhadap aspek-aspek dasar dalam ekspor. Pengetahuan yang memadai tentang ekspor berhubungan positif dengan komitmen untuk melakukan kegiatan ekspor tersebut.

9. Hambatan Pengetahuan (Knowledge Barriers)

Hambatan pengetahuan mencakup keterbatasan informasi, pemahaman, dan keterampilan yang dimiliki pelaku usaha, terutama terkait aspek ekspor. Hambatan ini muncul akibat rendahnya kapasitas pelaku usaha dalam memahami pasar internasional, regulasi perdagangan global, serta strategi penetrasi pasar yang efektif.⁹¹

a. Kurangnya Informasi Pasar:

⁹⁰ M. Fajrul Falaq dan Kiky Asmara, *Op. Cit.*

⁹¹ Omah Siti Rohmah dan Singgih Tri Sulistiyono, "Perkembangan Bongkar Muat Barang dan Ekspor Impor di Pelabuhan Cirebon, 1984-2000", *Historiografi*, Vol. 2 No. 01, hlm. 42-49, (2021).

Banyak pelaku usaha, khususnya UMKM, tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi pasar, seperti permintaan produk, tren pasar, harga kompetitif, serta preferensi konsumen di negara tujuan ekspor. Akibatnya, mereka kesulitan untuk menargetkan pasar yang tepat.

b. Minimnya Pemahaman Regulasi Perdagangan Internasional:

Peraturan perdagangan di pasar global sangat kompleks, melibatkan persyaratan teknis, standar produk, sertifikasi, dan kebijakan proteksionisme dari negara tujuan. Pelaku usaha sering kali mengalami kendala karena kurangnya pemahaman terhadap regulasi ini.

c. Keterbatasan Keterampilan Ekspor:

Banyak produsen produk pembersih lantai di Indonesia belum memiliki keterampilan teknis dalam manajemen ekspor, seperti penyusunan dokumen ekspor, perhitungan biaya logistik, serta strategi negosiasi kontrak internasional.

d. Kurangnya Riset dan Inovasi:

Minimnya kemampuan dalam melakukan riset pasar dan inovasi produk membuat produsen sulit beradaptasi dengan kebutuhan dan standar produk global, seperti produk pembersih lantai ramah lingkungan dan bersertifikasi internasional.⁹²

⁹² Ibid

10. Hambatan Sumber Daya (Resource Barriers)

Hambatan ini berkaitan dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha, baik dari segi finansial, tenaga kerja, maupun infrastruktur pendukung.⁹³

a. Keterbatasan Modal Usaha:

Pelaku usaha, khususnya skala kecil dan menengah, sering kali mengalami kesulitan dalam memperoleh modal tambahan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memenuhi standar internasional, serta membiayai proses ekspor, termasuk pengurusan sertifikasi dan biaya logistik.

b. Kualitas dan Konsistensi Produk:

Produk pembersih lantai yang akan diekspor harus memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh negara tujuan. Kendala sering muncul ketika produsen tidak mampu menjaga kualitas dan konsistensi produk secara berkelanjutan karena keterbatasan teknologi dan pengendalian kualitas.

c. Kurangnya Tenaga Kerja Berkualitas:

Keterbatasan tenaga kerja yang memiliki keterampilan dalam bidang ekspor, manajemen rantai pasok, serta pemasaran internasional juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing produk pembersih lantai di pasar global.

d. Infrastruktur yang Belum Optimal:

⁹³ Sarah Salsabila Shafiyah dan Niniek Imaningsih, "Strategi Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Ekspor Produk Rajut Indonesia : Studi Kasus Pada Sekolah Ekspor", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 10 No. 15, hlm. 640-645, (2024)

Meskipun telah ada perbaikan infrastruktur di Indonesia, keterbatasan akses ke pelabuhan, pusat logistik, serta biaya transportasi yang tinggi masih menjadi tantangan besar bagi eksportir, terutama yang berada di wilayah terpencil.⁹⁴

11. Hambatan Prosedur (Procedure Barriers)

Hambatan prosedur mencakup berbagai kendala yang berkaitan dengan birokrasi, perizinan, dan proses administratif dalam kegiatan ekspor.

a. Proses Perizinan yang Rumit:

Meskipun pemerintah telah menerapkan kebijakan Online Single Submission (OSS) untuk mempermudah proses perizinan, masih banyak pelaku usaha yang menganggap prosedur administrasi ekspor rumit dan memakan waktu, terutama bagi pelaku usaha kecil yang belum berpengalaman.

b. Biaya Kepatuhan Regulasi:

Untuk menembus pasar internasional, produk pembersih rantai sering kali harus memenuhi standar teknis dan sertifikasi khusus, seperti sertifikasi halal, standar ISO, dan standar keamanan kimia di negara tujuan. Proses ini membutuhkan biaya yang tidak sedikit, yang menjadi beban bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

c. Dokumen Ekspor yang Kompleks:

Prosedur ekspor memerlukan kelengkapan dokumen, seperti Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), invoice, packing list, bill of

⁹⁴ Ibid

lading, serta sertifikat asal barang. Ketidaksesuaian dokumen sering kali mengakibatkan penundaan pengiriman atau penolakan di negara tujuan.⁹⁵

d. Lambatnya Proses Bea Cukai:

Proses pemeriksaan dan pengurusan barang di bea cukai terkadang membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama jika terjadi ketidaksesuaian dokumen atau kendala teknis lainnya. Hal ini berdampak pada keterlambatan pengiriman barang ke pasar tujuan.

12. Hambatan Eksogen (Exogenous Barriers)

Hambatan eksogen merupakan kendala eksternal yang tidak dapat dikontrol langsung oleh pelaku usaha, seperti kebijakan negara tujuan, fluktuasi ekonomi global, dan kondisi politik internasional.

a. Kebijakan Proteksionisme Negara Tujuan:

Beberapa negara tujuan ekspor menerapkan kebijakan proteksionisme, seperti tarif tinggi, kuota impor, atau regulasi non-tarif yang membatasi masuknya produk asing. Hal ini berdampak langsung pada daya saing produk pembersih lantai Indonesia.

b. Fluktuasi Nilai Tukar Mata Uang:

Nilai tukar mata uang yang tidak stabil menjadi risiko bagi eksportir, terutama ketika nilai tukar rupiah melemah terhadap mata uang negara tujuan. Hal ini menyebabkan biaya produksi dan pengiriman menjadi lebih tinggi.⁹⁶

c. Persaingan Global yang Ketat:

⁹⁵ M. Fajrul Falaq dan Kiky Asmara, *Op. Cit.*

⁹⁶ *Ibid*

Produk pembersih lantai dari negara lain, seperti China, Malaysia, dan Thailand, sering kali memiliki harga yang lebih kompetitif dan kualitas yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar global. Hal ini menambah tekanan bagi produsen dalam negeri.

d. Krisis Ekonomi dan Politik Internasional:

Kondisi krisis ekonomi, konflik politik, dan ketidakstabilan sosial di negara tujuan ekspor dapat mempengaruhi permintaan produk pembersih lantai dari Indonesia, sehingga menyebabkan penurunan kinerja ekspor.

e. Perubahan Standar dan Regulasi Lingkungan:

Negara-negara maju semakin memperketat regulasi terkait produk ramah lingkungan dan keberlanjutan. Produsen produk pembersih lantai di Indonesia harus mampu beradaptasi dengan standar ini, seperti penggunaan bahan baku non-kimia dan pengemasan yang ramah lingkungan.⁹⁷

Namun, terdapat sejumlah faktor penghambat yang perlu diperhatikan dalam upaya perlindungan hukum terhadap perdagangan ekspor produk pembersih lantai di Indonesia. Regulasi ekspor yang sering kali rumit dan berbelit-belit dapat menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, perlindungan hukum diperlukan untuk menyederhanakan prosedur dan memberikan kepastian hukum bagi eksportir. Ketiadaan atau perbedaan standar internasional yang jelas dapat menyulitkan produk pembersih lantai Indonesia untuk memenuhi persyaratan pasar global. Negara perlu menyediakan

⁹⁷ Revita Yuni dan Dedi Lanova Hutabarat, *Op. Cit.*

perlindungan hukum berupa harmonisasi standar agar produk lokal dapat bersaing.

Dalam menghadapi kompetisi yang tinggi, perlindungan hukum diperlukan untuk mendukung pelaku usaha melalui kebijakan antidumping, perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, serta akses ke pasar yang lebih luas. Infrastruktur logistik yang belum optimal menyebabkan biaya pengiriman yang tinggi, yang dapat mengurangi daya saing produk. Perlindungan hukum dapat mencakup subsidi atau regulasi untuk menekan biaya logistik. Ketidakstabilan nilai tukar sering kali menimbulkan ketidakpastian bagi eksportir. Negara dapat melindungi pelaku usaha melalui kebijakan moneter yang stabil dan insentif ekspor. Tarif tinggi dan hambatan non-tarif, seperti regulasi tambahan dari negara tujuan ekspor, membutuhkan perlindungan hukum berupa negosiasi perjanjian dagang yang lebih menguntungkan. Ketergantungan pada bahan tambahan impor menjadikan pelaku usaha rentan terhadap fluktuasi harga internasional. Perlindungan hukum diperlukan untuk mendorong pengembangan bahan substitusi lokal. Minimnya investasi dalam riset dan pengembangan menghambat inovasi produk. Negara harus memberikan dukungan hukum berupa insentif untuk penelitian dan pengembangan.

Keterbatasan pengetahuan tentang pasar internasional dapat membatasi potensi ekspor. Perlindungan hukum harus mencakup program pelatihan dan penyediaan informasi pasar. Kekurangan sumber daya manusia yang terampil atau infrastruktur yang memadai dapat menghambat ekspor. Negara perlu menyediakan perlindungan hukum berupa peningkatan kapasitas sumber daya

melalui pelatihan dan investasi. Prosedur ekspor yang rumit membutuhkan perlindungan hukum untuk menyederhanakan birokrasi dan mempercepat proses. Faktor eksternal, seperti situasi geopolitik atau pandemi, memengaruhi perdagangan ekspor. Negara perlu mengantisipasi hambatan ini melalui kebijakan yang adaptif dan perlindungan hukum yang responsif. Dengan mengatasi faktor-faktor penghambat tersebut, perlindungan hukum terhadap perdagangan ekspor produk pembersih lantai di Indonesia dapat diperkuat, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk di pasar global.

C. ~~Teori Hukum~~ Perdagangan Ekspor Produk pembersih lantai di Indonesia

Indonesia memiliki berbagai keunggulan yang mendukung perdagangan ekspor produk pembersih lantai. Salah satunya adalah pertumbuhan permintaan global, terutama karena kebutuhan produk pembersih lantai yang meningkat pasca-pandemi. Regulasi perdagangan internasional yang memberikan kepastian hukum dan akses pasar yang jelas membantu eksportir memanfaatkan peluang ini. Selain itu, kualitas bahan baku lokal yang tinggi, seperti minyak kelapa sawit dan bahan alami lainnya, didukung oleh regulasi standarisasi yang memastikan produk memenuhi syarat internasional, meningkatkan daya saing di pasar global. Biaya produksi yang relatif murah juga menjadi salah satu keunggulan utama Indonesia. Hal ini diperkuat oleh kebijakan fiskal dan tenaga kerja yang memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha, sehingga menjaga efisiensi biaya. Peningkatan teknologi dan inovasi, yang didukung oleh perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI), memberikan jaminan bagi pengembang produk untuk bersaing secara inovatif. Selain itu, infrastruktur logistik yang terus

berkembang mempermudah distribusi produk ke pasar internasional. Regulasi terkait investasi infrastruktur memberikan kepastian hukum, sehingga eksportir dapat memanfaatkan jalur distribusi yang lebih efisien. Branding produk halal juga menjadi faktor pendukung utama, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan sertifikasi halal yang diakui secara global. Regulasi dan sertifikasi halal memberikan perlindungan hukum yang memperkuat kepercayaan konsumen internasional terhadap produk pembersih lantai asal Indonesia. Dengan dukungan regulasi yang jelas dan tegas, faktor-faktor ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi peningkatan perdagangan ekspor.⁹⁸

Meskipun memiliki banyak faktor pendukung, perdagangan ekspor produk pembersih lantai di Indonesia juga menghadapi berbagai hambatan. Salah satunya adalah regulasi ekspor yang kompleks. Ketidakjelasan prosedur dan persyaratan ekspor sering kali menciptakan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha. Selain itu, standar internasional yang tidak selalu sejalan dengan regulasi lokal menjadi tantangan besar. Harmonisasi regulasi diperlukan untuk memastikan produk pembersih lantai Indonesia dapat diterima di pasar global tanpa hambatan non-tarif. Biaya logistik yang tinggi juga menjadi hambatan utama, meskipun infrastruktur logistik terus ditingkatkan. Ketidakseimbangan antara biaya distribusi dan harga jual produk memerlukan intervensi kebijakan yang memberikan subsidi logistik atau insentif lain. Fluktuasi nilai tukar rupiah juga menimbulkan ketidakpastian bagi eksportir, karena pengelolaan risiko nilai tukar belum diatur secara optimal oleh regulasi terkait. Selain itu,

⁹⁸ Sarah Salsabila Shafiyah dan Niniek Imaningsih, *Op. Cit.*

hambatan tarif dan non-tarif yang diterapkan oleh negara tujuan ekspor sering kali menjadi penghalang. Kurangnya perlindungan hukum yang efektif dalam perjanjian dagang internasional memperburuk situasi ini. Hambatan lain termasuk ketergantungan pada impor bahan tambahan, yang memperbesar biaya produksi, dan kurangnya riset serta inovasi produk, yang melemahkan