

INFO KOMODITI PAKAIAN JADI

SANKSI PELANGGARAN

Pasal 72 UU No. 19 Tahun 2002

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)

Info Komoditi **PAKAIAN JADI**

EDITOR:

Zamroni Salim, Ph.D

Ernawati, Ph.D

Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan

Al Mawardi Prima, Jakarta 2015

Judul:
Info Komoditi Pakaian Jadi
Zamroni Salim, Ph.D dan Ernawati, Ph.D

Copyright © 2015
Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All rights reserved

Diterbitkan oleh
Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian
Perdagangan Republik Indonesia bekerja sama dengan
Al Mawardi Prima Anggota IKAPI DKI Jaya

Diterbitkan pertama: Juli 2015
Desain Cover : Piter Prihutomo
Sumber Cover depan searah jarum jam
1. Dokumentasi Piter Prihutomo; 2. Puspita Dewi
Sumber cover belakang :
1. Piter Prihutomo; 2. Puspita Dewi

xii, 103 hlm, 17,5 x 25 cm
ISBN: 978-979-461-890-5

Pengarah: Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan	Penanggung Jawab : Sekretaris Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan	Redaksi Pelaksana: 1. Puspita Dewi, SH, MBA 2. Maulida Lestari, SE, ME 3. Reni K. Arianti, SP, MM 4. Suler Malau, SH 5. Primakrisna T, SIP, MBA 6. Dwi Yulianto, S.Kom
---	---	--

AMP Press
Imprint Al-Mawardi Prima
Anggota IKAPI JAYA
Jl. H. Naimun No. 1 Pondok Pinang, Kebayoran Lama Jakarta Selatan
Telp/Fax. (021) 29325630
Email: almawardiprima@gmail.com
Website: www.almawardiprima.co.id

KATA PENGANTAR

Industri pakaian jadi merupakan industri vital yang secara ekonomi memberikan kontribusi baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun sumbangan nilai tambah yang dihasilkannya terhadap Produk Domestik Buto (PDB) Indonesia. Industri pakaian jadi merupakan salah satu jenis industri yang masuk dalam rangkaian industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) dari hulu ke hilir. Dari industri hulu, TPT mencakup industri serat, pemintalan dan benang, perajutan, pencapan (*printing*) dan penyempurnaan (*finishing*), dan di hilir industri TPT mencakup industri pakaian jadi. Sejauh mana industri pakaian jadi berkontribusi bagi perekonomian Indonesia terutama dilihat dari sisi perdagangan baik perdagangan dalam negeri maupun luar negeri dan bagaimana prospek industri ini di masa yang akan datang? Buku Bunga Rampai Info Komoditi Pakaian Jadi menyajikan berbagai data dan informasi faktual terkait dengan perkembangan industri dan perdagangan pakaian jadi Indonesia di tengah pusran persaingan industri pakaian jadi global.

Buku bunga rampai ini disusun dalam beberapa bab yang kesemuanya bermuara pada aspek perdagangan. Bab I merupakan bab pendahuluan menguraikan posisi industri pakaian jadi di Indonesia sebagai industri yang strategis dan juga menjelaskan fenomena yang terjadi di pasar global secara singkat.

Bab II merupakan bab yang menguraikan sisi produksi pakaian jadi. Dalam bab ini dibahas mengenai asal-usul bahan baku dan produksi pakaian jadi, perkembangan produksi dan kinerja pakaian termasuk aspek produksi yang menyangkut kapasitas terpasang dan utilisasi produksi dalam industri pakaian jadi. Hal lain yang disajikan dalam Bab II menyangkut aspek finansial dan biaya produksi yang berperan dalam menentukan keberlangsungan hidup industri pakaian jadi. Peran dan posisi Indonesia dalam jaringan *Global Value Chain* (GVC) juga diulas.

Konsumsi dan perdagangan pakaian jadi di dalam negeri menjadi topik menarik yang dibahas dalam Bab III. Dalam bab ini diuraikan bagaimana produk pakaian jadi dikonsumsi/digunakan oleh konsumen di Indonesia. Diuraikan juga mengenai struktur pasar industri pakaian jadi yang ditandai dengan banyaknya penjual dan pembeli. Penjual meliputi produsen pakaian jadi, baik yang bermerek maupun yang tidak bermerek dagang, sekaligus pedagang yang memasarkan produk pakaian jadi langsung sampai ke konsumen. Meskipun banyak produsen dan penjual, namun dalam industri pakaian jadi ada kekhasan tersendiri, di mana sebagian produsen memasarkan produk pakaian jadi dengan mencantumkan *brand* atau merek tertentu

yang membedakannya dengan produk sejenis yang berasal dari produsen/penjual lainnya.

Keberadaan produk impor ilegal di pasar dalam negeri baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi daya saing industri pakaian jadi nasional di bahas dalam bab ini. Selain itu, aspek perdagangan dalam negeri, masalah kualitas dan pemenuhan Standar Nasional Indonesia (SNI) dalam upaya untuk melindungi konsumen dalam negeri juga diuraikan.

Dalam Bab IV diuraikan mengenai pakaian jadi dalam perdagangan dunia atau peta perdagangan internasional. Setelah adanya penghapusan kuota dalam perdagangan tekstil dan pakaian jadi serta *pasca* krisis *finansial* global, terjadi pergeseran peta negara produsen/eksportir pakaian jadi dunia. Pada bab ini juga diuraikan mengenai kinerja ekspor dan impor pakaian jadi Indonesia secara khusus, termasuk produk utama yang mendominasi ekspor pakaian jadi dari Indonesia.

Bab V menguraikan peluang dan tantangan perdagangan pakaian jadi Indonesia. Pertumbuhan permintaan diperkirakan masih tetap didominasi oleh peningkatan permintaan dari pasar negara-negara utama seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, Jepang, dan Republik Rakyat Tiongkok (RRT). Keikutsertaan dalam GVC menjadi pilihan yang sulit untuk dielakkan. Namun demikian, tantangan lain yang dihadapi dalam internal industri pakaian jadi juga harus diperhatikan. Masalah sumber *finansial* dan suku bunga, kenaikan biaya produksi yang bersumber dari kenaikan tarif dasar listrik dan upah minimum adalah hal mendasar yang perlu ditangani dengan bijak oleh pemerintah dan dunia usaha.

Dalam hal produksi, permasalahan yang muncul adalah usia mesin-mesin yang relatif sudah tua. Permasalahan ini banyak dihadapi oleh sektor hulu produk tekstil sehingga menurunkan produktivitas industri TPT yang sekaligus berimbas pada industri pakaian jadi. Permasalahan lain dalam hubungannya dengan persaingan khususnya di pasar dalam negeri adalah fenomena maraknya produk pakaian jadi impor ilegal yang masuk ke pasar domestik. Faktor-faktor tersebut menyebabkan daya saing industri pakaian jadi nasional semakin melemah dibanding negara-negara produsen lainnya. Di pasar global, munculnya pesaing-pesaing baru dalam industri pakaian jadi hendaknya menjadi perhatian tersendiri bagi pemerintah Indonesia dan pelaku usaha pakaian jadi sehingga industri pakaian jadi nasional tetap bisa bersaing baik di pasar dalam negeri maupun global.

Bab VI merupakan bab terakhir, menjelaskan keterkaitan antar bab/benang merah keseluruhan bab yang mengkaji masalah industri pakaian jadi mulai dari produksi, perdagangan dalam negeri dan luar negeri sekaligus prospek industri pakaian jadi Indonesia.

Semoga Buku Bunga Rampai Info Komoditi Prioritas Pakaian Jadi ini bisa memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pengambil keputusan baik dalam lingkup pemerintah maupun dunia usaha. Diharapkan juga bahwa buku ini bisa bermanfaat bagi konsumen untuk menambah wawasan mereka dalam mengkonsumsi pakaian jadi dan menjadi pembeli yang cerdas.

Kehadiran buku ini tentu masih ada kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diharapkan bagi perbaikan buku ini di masa yang akan datang.

Jakarta, Juli 2015

Editor

DAFTAR ISI

Pengantar Editor.....	v
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel	x

BAB I PAKAIAN JADI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF PERDAGANGAN GLOBAL

Ernawati Munadi.....	1
----------------------	---

BAB II PRODUKSI PAKAIAN JADI INDONESIA

Sefiani Rayadiani.....	6
------------------------	---

BAB III KONSUMSI DAN PERDAGANGAN PAKAIAN JADI INDONESIA

Avif Haryana dan Wibowo Kurniawan	28
---	----

BAB IV PAKAIAN JADI INDONESIA DALAM PERDAGANGAN DUNIA

Umar Fakhruddin dan Septika Tri Ardiyanti.....	56
--	----

BAB V PELUANG DAN TANTANGAN PERDAGANGAN PAKAIAN JADI INDONESIA

Arie Mardiansyah.....	73
-----------------------	----

BAB VI MEMBANGKITKAN KEMBALI INDUSTRI PAKAIAN JADI INDONESIA

Zamroni Salim	93
---------------------	----

Indeks	100
---------------------	-----

Biografi Singkat Penulis	101
---------------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Nilai Produksi dan Pertumbuhan Industri Pakaian Jadi Global	7
Gambar 2.2	Peta Produsen Utama Industri Pakaian Jadi Dunia, 2012	8
Gambar 2.3	Kategori Segmentasi Produk Pakaian Jadi Global.....	9
Gambar 2.4	Pohon Industri Tekstil dan Produk Tekstil	11
Gambar 2.5	Kapasitas Terpasang, Produksi dan Utilisasi Produksi Industri Pakaian Jadi Indonesia, 2009-2013	12
Gambar 2.6	Nilai Produksi dan Utilisasi Produksi Industri Pakaian Jadi Indonesia, 2009-2012	14
Gambar 2.7	Perkembangan Indeks Partisipasi Industri Pakaian Jadi Indonesia Berdasarkan KBLI 3 Digit, 2009-2012	15
Gambar 2.8	Komposisi Nilai Tambah Industri Pakaian Jadi Indonesia Berdasarkan KBLI 3 Digit, 2009-2012	16
Gambar 2.9	Perkembangan Biaya <i>Input</i> Industri Pakaian Jadi Indonesia, 2000-2013	18
Gambar 2.10	Komposisi Biaya <i>Input</i> Industri Pakaian Jadi	19
Gambar 2.11	Rantai Nilai Global Pakaian Jadi	22
Gambar 2.12	Tahapan Kegiatan dalam Rantai Nilai Global Pakaian Jadi	22
Gambar 3.1	Konsumsi Pakaian Jadi Domestik, 2009-2014.....	30
Gambar 3.2	Rata-Rata Konsumsi Pakaian, Alas Kaki, dan Tutup Kepala per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Golongan Pengeluaran per Kapita Sebulan, 2009-2012.....	31
Gambar 3.3	Jaringan Pemasaran Pakaian Jadi di Dalam Negeri.....	36
Gambar 3.4	Perkembangan Harga Pakaian Pria	38
Gambar 3.5	Perkembangan Harga Pakaian Wanita	39
Gambar 4.1	Struktur Ekspor Pakaian Jadi, 2013-2014.....	64
Gambar 4.2	10 Negara Utama Tujuan Ekspor Pakaian Jadi Indonesia, 2013-2014.....	65
Gambar 4.3	Negara Tujuan Ekspor Utama Pakaian Jadi Indonesia Berdasarkan Jenis Pakaian, 2004	66
Gambar 4.4	Struktur Impor Pakaian Jadi Indonesia, 2013-2014	67
Gambar 4.5	10 Negara Utama Asal Impor Pakaian Jadi Indonesia, 2013-2014.....	68
Gambar 4.6	Negara Asal Impor Utama Pakaian Jadi Indonesia Berdasarkan Jenis Pakaian	69
Gambar 5.1	Nilai dan Pangsa Pasar Pakaian Jadi Dunia Tahun 2012, 2025 dan tingkat Pertumbuhan Tahunan Gabungan	76
Gambar 5.2	Pengeluaran per Kapita Produk Pakaian Jadi	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Produsen Utama Pakaian Jadi Dunia Tahun 2012	8
Tabel 2.2	Perkembangan Nilai Investasi dan Jumlah Perusahaan Industri Pakaian Jadi Indonesia.....	12
Tabel 2.3	Perkembangan Nilai <i>Output</i> dan Nilai Tambah Industri Pakaian Jadi Indonesia, 2009-2013	14
Tabel 2.4	Perkembangan Nilai Tambah dan Pertumbuhan Industri Pakaian Jadi Indonesia Berdasarkan KBLI 3 Digit, 2009-2012	17
Tabel 2.5	Perkembangan Indikator Partisipasi Rantai Nilai Global Industri Tekstil, Kulit, dan Alas Kaki	24
Tabel 3.1	Persentase Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang, 2019-2013	31
Tabel 3.2	Jumlah Perusahaan Pakaian Jadi dan Kepemilikannya.....	34
Tabel 3.3	<i>Brand</i> Pakaian Jadi.....	35
Tabel 3.4	Kenaikan Harga Tahunan Pakaian Jadi.....	39
Tabel 3.5	Koefisien Keragaman Pakaian Jadi 2014.....	40
Tabel 3.6	Daftar SNI Untuk Produk Pakaian Jadi.....	46
Tabel 3.7	Nilai Impor Pakaian Bekas.....	50
Tabel 4.1	Eksportir Pakaian Jadi Dunia, 2011-2013.....	59
Tabel 4.2	Importir Pakaian Jadi Dunia, 2011-2013.....	62
Tabel 4.3	Kinerja Ekspor Pakaian Jadi Indonesia, 2010-2014	63
Tabel 4.4	Kinerja Impor Pakaian Jadi Indonesia, 2010-2014	67
Tabel 5.1	Perkiraan Pertumbuhan GDP	74
Tabel 5.2	Perkembangan Jumlah Penduduk, Konsumsi Pakaian Jadi, dan Penguasaan Pasar Pakaian Jadi Dalam Negeri Indonesia, 2009-2013....	75
Tabel 5.3	<i>The Global Competitiveness Index</i> , 2014-2015	81
Tabel 5.4	Persentase Ekspor Negara-Negara Pengekspor Utama Dunia	82
Tabel 5.5	Indeks RCA Negara-Negara Pengekspor Utama di Asia.....	83
Tabel 5.6	Perbandingan Produktivitas Tenaga Kerja dan Upah Minimum di Negara-Negara Asia	84

BAB I

PAKAIAN JADI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF PERDAGANGAN GLOBAL

Ernawati Munadi

Berbicara tentang industri pakaian jadi tidak terlepas dari industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT). Hal itu karena industri pakaian merupakan bagian dari struktur industri TPT secara umum. Struktur industri TPT terbentuk dari beberapa jenis industri yang membentuk sebuah rangkaian dari hulu ke hilir. Di hulu, industri ini mencakup industri serat, pemintalan dan benang, perajutan, pencapan (*printing*) dan penyempurnaan (*finishing*), dan di hilir industri TPT meliputi industri pakaian jadi. Keseluruhan produk subsektor industri tekstil ini sering disebut Tekstil dan Produk Tekstil, disingkat TPT.

Industri hulu sektor ini khususnya Industri pemintalan dan pertenunan tradisional sudah ada di Indonesia sejak jaman penjajahan Belanda, bahkan hingga awal era Orde Baru. Pada saat itu industri tekstil Indonesia praktis hanya berfungsi sebagai penenun dan perajut, karena semua bahan baku masih harus diimpor. Industri-industri penunjang lain seperti industri pemintalan dan industri yang memproduksi serat sintesis, yang menyediakan bahan baku untuk memproduksi tekstil berkembang beberapa saat khususnya sejak disahkannya Undang-Undang Penanaman Modal Asing dan Dalam Negeri (PMA dan PMDN) tahun 1967 dan 1968. Beberapa tahun sejak itu, industri tekstil dalam negeri berkembang makin modern dan makin terpadu mulai dari hulu hingga hilir (BKPM, 2011).

Industri pakaian jadi sendiri baru mulai berkembang pada pertengahan tahun 70-an, yakni sewaktu produsen tekstil dalam negeri telah mampu menyediakan tekstil jadi untuk diolah menjadi pakaian jadi. Bahkan melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional dan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 109/M-IND/PER/10/2009 tentang Peta Panduan (*Road Map*) Pengembangan Klaster Industri Tekstil dan Produk Tekstil, pemerintah telah menetapkan industri pakaian jadi sebagai salah satu klaster industri prioritas berbasis industri manufaktur yang dikembangkan oleh pemerintah sepanjang tahun 2010-2014.

1.1 Industri Pakaian jadi sebagai Sektor Strategis di tengah Tantangan Global

Sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia disamping kebutuhan akan makanan, rumah dan perabotan rumah tangga, konsumsi pakaian jadi

di Indonesia menunjukkan tren perkembangan yang positif. Selama periode 2009-2014 konsumsi pakaian jadi di Indonesia tumbuh sebesar 6,89% per tahun yaitu meningkat dari 209,3 ribu ton pada tahun 2009 menjadi 308,4 ribu ton pada tahun 2014 (BPS, 2014). Hal itu juga didukung oleh data terkait persentase pangsa pengeluaran rumah tangga untuk pakaian, termasuk didalamnya alas kaki dan tutup kepala naik dari 3,3% pada tahun 2009 menjadi 6,5% pada tahun 2013. Angka ini masih jauh lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran untuk makanan yang mencapai lebih dari 47% (BPS, 2012).

Sebagai industri yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, industri pakaian jadi merupakan industri yang patut diperhitungkan dalam pengembangan investasi ke depan. Industri pakaian jadi mampu menyerap tenaga kerja sebesar 473.594 jiwa atau 10,81% dari jumlah total tenaga kerja industri besar dan sedang di Indonesia pada tahun 2013 dan menempati urutan kedua setelah industri makanan (BPS, 2015a).

Nilai strategis industri pakaian jadi juga ditunjukkan dalam perannya terhadap investasi. Selama periode 2009-2013, pakaian jadi juga merupakan salah satu sektor yang menjadi target investasi di Indonesia. Pertambahan investasi di sektor pakaian jadi tumbuh dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 17,6% per tahun, dengan nilai investasi yang meningkat sebesar 3,08% per tahun. Sementara jumlah perusahaan yang bergerak di sektor pakaian jadi juga tumbuh dari 2.639 perusahaan pada tahun 2009 menjadi 2.739 perusahaan pada tahun 2014 dengan pertumbuhan 0,93% per tahun (Kementerian Perindustrian, 2014). Dalam hal kapasitas terpasang, industri pakaian jadi juga menunjukkan kecenderungan yang sama, meningkat dengan pertumbuhan sebesar 3,4%. Namun, sayangnya pertumbuhan yang positif tersebut belum diimbangi dengan kapasitas terpasang yang maksimal sehingga masih memungkinkan untuk dikembangkan. Hal ini ditunjukkan dengan situasi dimana meskipun jumlah industri pakaian jadi terus bertambah namun ternyata utilisasi yang terjadi pada industri pakaian jadi termasuk rendah yaitu hanya berkisar antara 70-75% saja.

Pentingnya peran industri pakaian jadi juga terlihat dari kontribusinya terhadap ekspor Indonesia. Selama periode 2010-2014, kontribusi ekspor pakaian jadi terhadap total ekspor non migas Indonesia cenderung stabil rata-rata sebesar 0,5% per tahun. Sempat mengalami penurunan kontribusi terhadap total ekspor non migas pada periode 2011-2013, namun terjadi peningkatan kontribusi kembali pada tahun 2014. Selama periode 2010-2014 ekspor pakaian jadi Indonesia hanya mampu tumbuh sebesar 2,1% per tahun dengan total ekspor pada tahun 2014 sebesar USD 7,4 miliar. Sebaliknya,

nilai impor pakaian jadi Indonesia juga menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dengan pertumbuhan yang jauh melampaui pertumbuhan ekspor pakaian jadi yaitu tumbuh sebesar 13% per tahun. Pada tahun 2014 impor pakaian jadi Indonesia mencapai USD 444,5 juta mengalami penurunan sebesar 6,7% dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut data *Bankmed–Market & Economic Research Division* (2014), di tengah situasi industri pakaian jadi di dunia yang menunjukkan perkembangan yang relatif stabil, Indonesia hanya mampu menduduki peringkat ke-13 terhadap total produksi pakaian jadi dunia. Tahun 2009 industri pakaian jadi dunia memproduksi pakaian jadi dengan nilai mencapai USD 1,1 miliar dan pada tahun 2013 nilai produksinya mencapai USD 1,25 miliar dengan tingkat pertumbuhan rata-rata per tahun sebesar 2,8%. Industri pakaian jadi dunia didominasi oleh kawasan Asia dengan kontribusi yang mencapai lebih dari 65%. Berdasarkan data UN COMTRADE (2015a), pada tahun 2012 tiga produsen utama pakaian jadi dunia berasal dari kawasan Asia yaitu Tiongkok, India, dan Pakistan dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 47,2%; 7,1%; dan 3,1%. Sementara Indonesia pada periode yang sama hanya berkontribusi sebesar 1,1% terhadap produksi pakaian jadi dunia. Pakaian wanita mendominasi kategori produk pakaian jadi dengan *share* lebih dari 50%, diikuti oleh pakaian pria dan pakaian anak-anak dengan *share* masing-masing sebesar 32,3% dan 17,0%.

Dari sisi ekspor, industri pakaian jadi Indonesia hanya mampu berkontribusi sebesar 1,93% terhadap total ekspor pakaian jadi dunia tahun 2013 yang mencapai USD 283 miliar dan berada pada urutan yang ke-11. Sementara negara tetangga seperti Vietnam pada periode yang sama mampu berkontribusi sebesar 4,38% dengan tren pertumbuhan yang fantastis selama periode 2012-2013 sebesar 18,94% disaat Indonesia hanya mampu tumbuh sebesar 2,87%.

1.2 Fenomena di Pasar Global dan Permasalahan di Dalam Negeri Industri Pakaian Jadi Indonesia

Meskipun menunjukkan perkembangan ke arah yang positif, namun saat ini banyak kendala yang dihadapi oleh industri pakaian jadi Indonesia. Dari sisi produksi, industri pakaian jadi merupakan sebuah komoditi yang menjadi fenomena global. Industri pakaian jadi saat ini bukan lagi merupakan industri yang hanya merakit pakaian sederhana di kawasan tertentu yang bahan-bahan input-nya bisa berasal dari impor. Industri pakaian jadi saat ini menjadi sebuah industri yang berorientasi kepada *Original Equipment Manufacturing* (OEM). Dengan model OEM ini, industri pakaian jadi menjadi lebih terintegrasi

secara domestik dan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dalam bentuk ekspor. Proses untuk memproduksi pakaian jadi dengan merek internasional tidak lagi diproduksi dalam suatu jalur integrasi vertikal di suatu negara yang sama melainkan dapat diproduksi terpisah di beberapa negara dalam suatu rantai nilai global atau *Global Value Chain* (GVC). Dengan demikian maka negara pemegang merek internasional tidak harus memproduksi pakaian jadi tersebut di negaranya, namun dapat mensubkontrakkan ke banyak negara bahkan negara berkembang yang mempunyai tingkat efisiensi tinggi.

Terkait dengan perkembangan pakaian jadi dalam rantai GVC tersebut, kenyataan menunjukkan bahwa keterlibatan Indonesia dalam rantai GVC termasuk masih sangat rendah dan bahkan cenderung menurun. Data *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) tahun 2013 menunjukkan bahwa keterlibatan beberapa negara dalam rantai GVC untuk pakaian jadi menunjukkan bahwa Indonesia hanya menunjukkan angka 5,3 pada tahun 1995 dan turun menjadi 2,6 pada tahun 2009 (OECD Stat, 2013). Angka ini tertinggal jauh dibelakang Vietnam dengan indikator keterlibatan yang mencapai angka 10,1 pada tahun 1995 dan terus meningkat hingga 14,2 pada tahun 2009. Demikian juga dengan indeks keterlibatan Kamboja yang hanya sedikit dibawah Vietnam.

Dari sisi konsumsi, Industri pakaian jadi Indonesia juga menghadapi banyak permasalahan terkait dengan impor produk pakaian jadi, khususnya impor pakaian jadi dalam keadaan bekas yang mencapai 20% terhadap total impor pakaian jadi (BPS, 2015b). Impor pakaian jadi bekas ini ditengarai sangat berpengaruh terhadap kelangsungan industri pakaian jadi dalam negeri yang pada akhirnya menurunkan daya saing. Permasalahan yang juga dihadapi oleh industri pakaian jadi dalam negeri juga terkait dengan biaya produksi pakaian jadi di Indonesia yang juga cenderung meningkat dimana dalam tahun 2009-2013 pertumbuhan rata-rata tahunan biaya *input* industri pakaian jadi nasional sebesar 11,1% (BPS, 2015b).

Belum lagi dengan permasalahan-permasalahan lainnya yang dihadapi oleh industri pakaian jadi Indonesia diantaranya permasalahan terkait dengan melemahnya nilai tukar rupiah. Melemahnya nilai tukar rupiah seharusnya merupakan faktor pendorong dalam meningkatkan daya saing dan ekspor Indonesia, namun mengingat industri pakaian jadi yang masih menggunakan bahan baku impor, akhirnya melemahnya nilai tukar rupiah ini justru memperlemah daya saing pakaian jadi Indonesia. Permasalahan lain yang juga terkait adalah masalah mesin dalam industri tekstil yang umurnya relatif tua serta meningkatnya upah minimum tenaga kerja yang pada akhirnya semakin memperlemah daya saing pakaian jadi Indonesia.

Informasi-informasi tersebut di atas merupakan beberapa fakta penting tentang Pakaian Jadi yang akan dibahas secara mendalam dalam Info Komoditi Pakaian Jadi edisi kali ini. Kami berharap semoga tulisan ini mampu memberikan wawasan tentang Pakaian Jadi khususnya dan secara luas bermanfaat bagi seluruh pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2012). Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan Menurut Kelompok Barang dan Golongan Pengeluaran per Kapita Sebulan 2000-2012. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2014). *Statistik Industri Manufaktur*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2015a). Industri Besar dan Sedang: *Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Menurut Sub Sektor, 2008-2013*. Diunduh 20 Februari 2015, dari Badan Pusat Statistik: <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1063>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2015b). Data Perdagangan Indonesia.
- Bankmed – Market & Economic Research Division. (2014). Special Report: *Analysis of Lebanon's Apparel Market – March 2014*. Lebanon: Bankmed - Market & Economic Research Division.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). (2011). Kajian Pengembangan Industri Tekstil dan Produk Tekstil. Badan Koordinasi Penanaman Modal.
- Kementerian Perindustrian. (2014). *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- OECD Stat. (2013). *OECD Global Value Chains Indicators – May 2013*. Diunduh 10 Februari 2015, dari OECD.StatExtracts.
- UN COMTRADE. (2015). *World Export of Manufacture of Wearing Apparel, Dressing, and Dyeing Fur*, Diunduh 5 Februari 2015, dari WITS: *World Integrated Trade Solution*: <https://wits.worldbank.org/WITS/WITS/Restricted/Login.aspx>.