

TEORI GRAVITASI DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL : IMPLIKASI DAN APLIKASINYA DI INDONESIA

Alfiana Fiskarunia¹, Maulin Mazanah², Raviva Rahmadani³, Sarpini⁴

Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email : alfianaviska@gmail.com¹, mazanahmaulin@gmail.com², ravyghozy@gmail.com³,
sarpini@uinsaizu.ac.id⁴

ABSTRAK

Teori gravitasi dalam perdagangan internasional menjadi alat analisis yang populer dalam memahami pola perdagangan antar Negara. Artikel ini membahas konsep dasar teori gravitasi, aplikasinya dalam perdagangan internasional serta implikasinya terhadap perdagangan Indonesia. Studi ini memiliki focus utama yaitu mengenai factor-faktor seperti ukuran ekonomi, jarak geografis, dan hubungan bilateral yang memengaruhi kinerja ekspor-impor Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jarak geografis masih menjadi kendala utama, namun ukuran pasar yang besar dan perjanjian perdagangan regional dapat memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan global.

Kata Kunci : *Teori Gravitasi, Perdagangan Internasional, Ekspor, Impor, Perdagangan Regional*

ABSTRACT

The gravity theory in international trade has become popular analytical tool for understanding trade patterns between countries. This article discusses the basic concepts of the gravity theory, its implications for Indonesia's trade. The study highlights factors such as economic size, geographical distance, and bilateral relations that influence indonesia's export-import performance. The findings reveal that geographical distance remains a major obstacle, but a large market size and regional trade agreements can strengthen indonesia's position in global trade.

Keywords : *Gravity theory, International trade, Export, Import, Regional trade*

Article History

Received: Desember 2024
Reviewed: Desember 2024
Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional telah menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi global. Sebagai bagian dari aktivitas ekonomi lintas Negara, perdagangan internasional memainkan peran penting dalam memperluas akses terhadap pasar, meningkatkan daya saing, serta mendorong inovasi dan diversifikasi produk. Indonesia sebagai Negara berkembang dengan potensi ekonomi yang besar, turut aktif dalam dinamika perdagangan internasional.

Dalam konteks ini, memahami factor-faktor yang memengaruhi pola perdagangan menjadi sangat relevan untuk mendukung pengambilan kebijakan yang strategis.

Salah satu teori yang banyak digunakan untuk menganalisis pola perdagangan internasional adalah teori gravitasi. Teori ini yang diadaptasi dari hukum gravitasi Newton, menjelaskan bahwa volume perdagangan antara dua Negara dipengaruhi oleh ukuran ekonomi mereka (diukur melalui PDB) dan jarak geografis antara kedua Negara. Dalam praktiknya, teori gravitasi juga sering memasukkan variable tambahan, seperti kesamaan bahasa, hubungan historis, dan kebijakan perdagangan untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif.

Indonesia dengan posisi geografis strategis dan keanggotaan dalam berbagai perjanjian perdagangan internasional seperti ASEAN dan WTO, memberikan peluang besar untuk menerapkan teori gravitasi dalam memahami pola perdagangan internasionalnya. Kajian ini penting untuk mengidentifikasi Negara mitra dagang potensial, mengevaluasi efektivitas kebijakan perdagangan, dan memahami tantangan dalam meningkatkan daya saing ekspor.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji implikasi dan aplikasi teori gravitasi dalam perdagangan internasional di Indonesia. Fokus utama penelitian adalah menganalisis bagaimana factor-faktor seperti ukuran ekonomi, jarak geografis, dan kebijakan perdagangan memengaruhi hubungan perdagangan Indonesia dengan mitra dagangnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategis perdagangan yang lebih efektif.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Gravitasi dalam Perdagangan Internasional

Teori gravitasi dalam perdagangan internasional menjelaskan bagaimana hubungan ekonomi antara dua negara dapat dianalogikan seperti gaya gravitasi. Ukuran ekonomi, yang diwakili oleh produk domestik bruto (PDB), menunjukkan kapasitas negara untuk memproduksi barang dan menyerap impor. Negara dengan PDB yang lebih besar memiliki daya tarik perdagangan lebih tinggi. Sebaliknya, jarak geografis menggambarkan hambatan fisik yang dapat meningkatkan biaya transportasi dan mengurangi keinginan untuk berdagang.

Selain itu, variabel lain seperti tingkat industrialisasi mencerminkan sejauh mana perekonomian suatu negara mampu menghasilkan barang untuk ekspor. Perjanjian perdagangan, yang mengurangi hambatan tarif dan non-tarif, juga berperan dalam memperkuat hubungan perdagangan. Di kawasan ASEAN, faktor-faktor seperti ini telah terbukti relevan dalam memengaruhi arus ekspor dan impor. Studi menunjukkan bahwa negara dengan kesamaan ekonomi cenderung memiliki tingkat perdagangan yang lebih rendah karena kebutuhan mereka lebih serupa, sehingga perdagangan seringkali lebih aktif dengan negara yang berbeda struktur ekonominya.

Model ini tidak hanya berfungsi untuk menjelaskan pola perdagangan yang ada tetapi juga untuk mengidentifikasi peluang potensial. Sebagai contoh, negara-negara seperti Laos, Thailand, dan Brunei diidentifikasi memiliki potensi besar untuk ekspor Indonesia di masa depan karena struktur ekonomi dan dinamika perdagangan mereka (Mas et al., 2019).

Model gravitasi dalam perdagangan internasional pertama kali terinspirasi oleh hukum gravitasi universal Newton. Pemikiran awal terkait konsep ini diadaptasi oleh para ahli seperti Walter Isard pada tahun 1954, yang menghubungkan prinsip gravitasi dengan perdagangan

internasional. Dalam fisika, gravitasi menarik dua objek berdasarkan massa mereka dan jarak antara keduanya. Dalam konteks perdagangan, ini diterjemahkan menjadi hubungan antara ukuran ekonomi (sering kali diwakili oleh PDB) dan jarak geografis sebagai faktor utama yang memengaruhi aliran perdagangan.

Isard mengembangkan model ini untuk menjelaskan bagaimana jarak geografis dan faktor biaya transportasi memengaruhi interaksi ekonomi antarnegara. Dalam model Isard, konsep gravitasi juga mencakup "potensi pendapatan," yang menunjukkan bahwa negara-negara yang lebih dekat cenderung memiliki hubungan perdagangan yang lebih kuat dibandingkan dengan yang lebih jauh. Isard juga berpendapat bahwa jarak memengaruhi biaya perdagangan dengan cara yang mirip dengan gaya resistensi dalam fisika.

Pada tahun 1962, Jan Tinbergen memperkenalkan versi matematis yang lebih sederhana dari model gravitasi untuk menganalisis aliran perdagangan bilateral. Pendekatan Tinbergen menjadi sangat berpengaruh karena penggunaannya yang praktis dalam mengestimasi aliran perdagangan antara dua negara. Meskipun demikian, fokus Tinbergen lebih pada aplikasi empiris dibandingkan pada pengembangan teori yang mendalam.

Selama bertahun-tahun, model gravitasi mengalami penyempurnaan. Para ekonom seperti Anderson dan van Wincoop (2003) memperkenalkan faktor resistensi multilateral, yang menunjukkan bahwa perdagangan tidak hanya dipengaruhi oleh hubungan bilateral tetapi juga oleh pengaruh negara-negara lain di pasar global. Selain itu, Paul Krugman dalam teorinya tentang New Economic Geography mengintegrasikan model gravitasi untuk memahami bagaimana skala ekonomi dan lokasi geografis memengaruhi distribusi aktivitas ekonomi.

Konsep gravitasi dalam perdagangan internasional juga telah digunakan untuk mengukur pengaruh faktor non-geografis, seperti hambatan perdagangan, kualitas infrastruktur, dan kedekatan budaya. Penyesuaian ini memungkinkan model gravitasi tetap relevan dan fleksibel dalam menganalisis pola perdagangan global (Capoani, 2023).

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perdagangan Internasional

1. Ukuran Ekonomi

Negara dengan ukuran ekonomi yang besar cenderung memiliki daya beli dan kapasitas produksi yang lebih tinggi. Hal ini mendorong perdagangan internasional karena adanya kebutuhan impor dan kemampuan ekspor yang lebih besar (Krugman, P., & Obstfeld, 2021).

2. Jarak Geografis

Jarak geografis memengaruhi biaya transportasi dan logistic. Semakin jauh jarak antara dua Negara, semakin tinggi biaya perdagangan, sehingga memengaruhi frekuensi dan volume perdagangan (World Trade Report, 2022).

3. Faktor Sosial

Perbedaan tingkat pendidikan, keterampilan tenaga kerja, dan tingkat pengembangan teknologi memengaruhi daya saing Negara dalam perdagangan internasional (Todaro, M.P., & Smith, 2020).

Implikasi Teori Gravitasi bagi Perekonomian Indonesia

Hutomo (2019) meneliti tentang dampak perang dagang AS-Cina terhadap ekspor Indonesia menjadi keliru satu negara kawan dagang AS-Cina bahwa secara generik dalam tahun 2019, kinerja perdagangan Indonesia melambat dibandingkan tahun sebelumnya lantaran terjadi kontraksi dalam komoditas migas juga nonmigas. Kinerja neraca perdagangan Indonesia ditentukan sang beberapa faktor, termasuk perang dagang AS-Cina yang mendorong kontraksi pada pertumbuhan impor, penurunan permintaan ekspor, & penurunan harga komoditas pada pasar global.

Berdasarkan analisis data menerangkan bahwa variabel dummy perang dagang ASCina mempunyai efek dalam pertumbuhan ekonomi pada 10 negara kawan dagang AS-Cina. Hal ini menerangkan bahwa perang dagang AS-Cina menaruh imbas bagi taraf pertumbuhan ekonomi pada negara tersebut.

Dampak perang dagang AS-Cina yg dirasakan sang masing-masing negara berbeda. Terdapat negara yg mengalami pertumbuhan ekonomi tetapi masih ada jua negara yg sanggup memakai momentum perang dagang menggunakan memanfaatkan kesempatan buat menaikkan pertumbuhan ekonomi.

Ketergantungan perdagangan terhadap Amerika Serikat atau Cina adalah ketergantungan dalam aktivitas ekspor impor yang bisa mendorong pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Bagi Thailand, Amerika Serikat & Cina adalah negara tujuan perdagangan utama. Sebelum perang dagang AS-Cina, Thailand melakukan ekspor barang setengah jadi yaitu produk petroleum, bahan kimia & karet ke Cina. Barang setengah jadi tadi adalah bahan standar produksi yg dipakai Cina buat komoditas ekspornya ke Amerika Serikat. Tetapi terjadinya perang dagang AS-Cina menyebabkan ekspor Cina ke Amerika Serikat mengalami perlambatan sebagai akibatnya mengakibatkan impor barang setengah jadi menurut Thailand pula mengalami perlambatan. Hal ini lalu mengakibatkan aktivitas ekspor Thailand terhambat yg mengakibatkan dalam penurunan pertumbuhan ekonomi.

Peran Indonesia dalam Konteks Perdagangan Global

Indonesia telah menjadi anggota G-20 sejak forum intergovernmental ini dibentuk di tahun 1999. Dibawah pemerintahan Jokowi, Indonesia telah berupaya meningkatkan pengaruh Indonesia dalam kerja sama internasional. Hal ini dapat menjadi peluang untuk mewujudkan kepentingan ekonomi Indonesia di Tingkat Internasional dan potensi keuntungan strategis, karena G20 membawa banyak manfaat bagi perekonomian internasional.

Keikutsertaan Indonesia dalam G-20 pula dimanfaatkan sang Jokowi buat menyebarkan pengalaman pada mengelola transformasi digital. Ini sejalan menggunakan bisnis pemerintah pada rangka menaikkan pendapatan rakyat yg dalam gilirannya akan mempersempit perbedaan ekonomi, mendorong pemerataan, menaikkan literasi digital & mengakselerasi bisnis mikro, kecil, & menengah (UMKM).

Kerja sama yg memberi tanggapan terhadap krisis keuangan dunia menjadi bukti efek menurut kolaborasi G-20. G-20 memperkenalkan triliunan dolar pada paket stimulus fiskal pada semua global yg menyelamatkan dan/atau membentuk jutaan lapangan kerja yg Itu harus dihancurkan.

Forum ini mengembangkan langkah-langkah untuk mengurangi dampak runtuhnya pasar keuangan global dan menjaga kepercayaan konsumen dan bisnis. Sebagai komite krisis, G20 mempunyai tanggung jawab utama untuk mengelola krisis jangka pendek dan membangun struktur global yang tahan terhadap krisis jangka menengah dan Panjang di masa depan. Saat menghadapi krisis, Indonesia dapat mengambil manfaat dengan mengidentifikasi penyebab krisis dan memperbaiki Indonesia. Selain itu, Indonesia juga dapat memanfaatkan posisinya di peringkat 4.444 negara G20 untuk menangani krisis nasional(Larasasati & Natasya, 2017).

ASEAN dapat memainkan peran sentral sebagai kekuatan perdamaian dan menghasilkan kemakmuran regional. Indonesia juga berperan dalam menjadikan ASEAN sebagai pusat pertumbuhan ekonomi regional dan global.

Untuk mewujudkannya, telah disusun 3 Pilar Priorities Economic Deliverables, yaitu:

a. Recover-Rebuilding

ASEAN bertujuan buat mengeksplorasi policy mix yang terkalibrasi, direncanakan & dikomunikasikan menggunakan baik buat memastikan pemulihan & pertumbuhan ekonomi, dan memitigasi risiko misalnya inflasi & volatilitas genre modal.

b. Digital Economy

Untuk memperkuat inklusi keuangan dan literasi digital, negara anggota ASEAN perlu meningkatkan kapasitas masing-masing dalam memformulasikan taktik edukasi finansial secara nasional dan meningkatkan interkoneksi sistem pembayaran regional.

c. Sustainability

Sebagai kawasan yang paling terkena dampak bencana alam dan risiko terkait iklim, ASEAN perlu bersiap menghadapi transisi menuju ekonomi hijau dan bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, termasuk melalui pembentukan ASEAN Taxonomy on Sustainable Finance dan Study on the Role of Central Banks in Managing Climate and Environment-Related Risk(Julina et al., 2023).

Identitas dan kepentingan Indonesia lebih ditentukan oleh kesamaan gagasan. Dengan kata lain, peran dan tindakan Indonesia tidak ditentukan oleh kepentingan, alasan dan motif Indonesia sendiri, namun dibentuk oleh interaksi sosial ekonomi, politik, sosial budaya dan pertahanan antar negara anggota ASEAN. Perjanjian dan struktur keamanan di lembaga-lembaga ASEAN. Oleh karena itu, masih banyak yang harus dilakukan sebagai kepemimpinan Indonesia di ASEAN pada tahun 2023, karena Indonesia menghadapi tantangan dan permasalahan internasional yang sangat kompleks baik dari sudut pandang geopolitik maupun ekonomi, yaitu:

1. Persaingan negara besar, seperti antara Amerika Serikat dan Tiongkok dan Amerika Serikat dan Rusia.
2. Keadaan ekonomi yang masih dalam kondisi pemulihan pasca pandemi COVID-19 yang kemudian menimbulkan berbagai krisis-ekonomi, pangan, energi, hingga perang.
3. Isu Myanmar yang kembali menguji kapasitas dan efektivitas ASEAN dalam mengatasi permasalahan internal(Julina et al., 2023).

Sebagai negara berkembang, Indonesia tentu menghadapi tantangan sebagai anggota G20. Tantangan pembangunan perekonomian Indonesia terletak pada struktur perekonomian

Indonesia, sedangkan tantangan eksternal Indonesia terletak pada perlambatan pertumbuhan ekonomi global. Presiden Jokowi juga harus mampu membawa kepentingan ekonomi dalam negeri ke dalam agenda G-20. Indonesia yang memiliki struktur ekonomi pertanian harus berupaya meningkatkan ketahanan pangan dan sistem pangan berkelanjutan.

Aplikasi Teori Gravitasi dalam Perdagangan Internasional di Indonesia

1. Penerapan Model Gravitasi dalam Perdagangan Bilateral Indonesia

Perdagangan bilateral Indonesia dengan sepuluh mitra dagang utama (termasuk China, India, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat) menggunakan model gravitasi selama periode 2003–2013. Model ini dianalisis dengan pendekatan regresi panel untuk memahami hubungan antara berbagai faktor ekonomi dengan ekspor Indonesia. Berikut ini adalah penjelasan komponen utama model:

a. CGDP digunakan sebagai indikator ukuran ekonomi kedua Negara

Studi ini menemukan bahwa CGDP memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perdagangan. Semakin besar PDB mitra dagang, semakin besar pula potensi volume ekspor Indonesia, karena kapasitas produksi dan permintaan pasar ikut meningkat.

b. Produk Domestik Bruto Per Kapita (PGDP)

PGDP berfungsi mengukur daya beli konsumen di negara mitra dagang. Peningkatan daya beli negara mitra mendorong peningkatan ekspor Indonesia. Contohnya, saat PGDP di Malaysia, Filipina, dan Thailand meningkat, ekspor Indonesia ke negara-negara ini juga menunjukkan pertumbuhan.

c. Biaya Transportasi (TCOST)

Biaya ini merepresentasikan jarak ekonomi antara Indonesia dan mitra dagang. Studi menunjukkan bahwa TCOST berpengaruh negatif signifikan terhadap ekspor, di mana jarak geografis yang lebih besar cenderung menurunkan volume perdagangan akibat tingginya biaya logistik.

d. Kurs Efektif Riil (REER)

REER mengukur daya saing harga ekspor Indonesia di pasar internasional. Temuan menunjukkan bahwa penurunan REER atau depresiasi nilai tukar rupiah meningkatkan ekspor, karena produk Indonesia menjadi lebih kompetitif secara harga.

Mitra dagang dengan ekonomi besar cenderung menjadi tujuan utama ekspor Indonesia. Hal ini sejalan dengan teori gravitasi yang menghubungkan kekuatan ekonomi dengan perdagangan. Meskipun jarak fisik menjadi hambatan perdagangan, kemajuan teknologi transportasi membantu mengurangi dampak negatif ini. Ketika daya beli mitra dagang meningkat, seperti di Filipina dan Thailand, permintaan terhadap produk ekspor Indonesia juga tumbuh (Wahyudi & Anggita, 2015).

2. Pendekatan gravity model untuk menganalisis perdagangan ekspor tuna kaleng Indonesia ke pasar Uni Eropa

Dengan fokus pada 10 negara utama seperti Italia, Jerman, Spanyol, dan Inggris selama periode 2006–2015. Hasil studi menunjukkan bahwa populasi negara tujuan ekspor dan volume produksi tuna Indonesia berkontribusi positif secara signifikan terhadap peningkatan volume ekspor. Dengan kata lain, semakin besar populasi negara pengimpor atau semakin

tinggi tingkat produksi tuna Indonesia, semakin besar volume ekspor yang dihasilkan. Sebaliknya, nilai tukar riil menunjukkan pengaruh negatif, di mana penguatan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS mengurangi daya saing produk Indonesia di pasar Uni Eropa. Pertumbuhan ekspor tuna kaleng Indonesia terutama dipacu oleh faktor daya saing, khususnya di negara-negara seperti Italia, Portugal, dan Inggris selama periode 2010–2015.

Namun, daya saing di pasar Jerman mengalami penurunan signifikan pada periode yang sama. Faktor-faktor seperti perubahan preferensi konsumen, kompetisi dengan produk dari negara lain seperti Filipina dan Thailand, serta hambatan perdagangan seperti standar eco-labeling dan ketertelusuran menjadi penyebab utama penurunan tersebut. Kendati demikian, Indonesia tetap mampu mempertahankan pangsa pasar di beberapa negara Uni Eropa berkat keunggulan daya saing produknya. Studi ini menegaskan adanya peluang besar untuk meningkatkan ekspor melalui strategi pengelolaan produksi yang berkelanjutan sekaligus memastikan kepatuhan terhadap standar internasional (Wiranthi et al., 2019).

Tantangan dan Peluang bagi Indonesia

Pembangunan nasional (Hasan, 2018) adalah serangkaian 4.444 upaya Pembangunan yang dilaksanakan secara terus menerus dalam segala bidang kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara untuk mencapai tujuan nasional. Pembangunan nasional dilaksanakan dalam rangka mewujudkan tujuan nasional yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945, yaitu perlindungan segenap bangsa dan seluruh tumpah ruah bangsa Indonesia, peningkatan kesejahteraan umum, dan terwujudnya penghidupan rakyat. Partisipasi dalam pelaksanaan ketertiban dunia yang berdasarkan negara dan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Tata ruang di Indonesia saat ini terancam akibat adanya pembangunan yang tidak sesuai dengan skema tata ruang yang telah ditetapkan. Pengembangan juga tidak memperhitungkan aspek kelestarian lingkungan dan kerentanan terhadap bencana alam. Penyebab utamanya adalah eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan untuk mengejar keuntungan jangka pendek dan konflik penggunaan ruang antar sektor yang berbeda. Keadaan ini semakin diperburuk dengan rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam penataan ruang, buruknya kualitas penataan ruang, minimnya referensi terhadap undang-undang penataan ruang, dan lemahnya penegakan hukum (Amir, 2018).

Selain hambatan geografis, faktor ekonomi pula berperan krusial pada memilih akses terhadap pelayanan kesehatan primer. Masyarakat pedesaan umumnya memiliki pendapatan yang rendah & sering kali hidup pada bawah garis kemiskinan. Biaya untuk menerima pelayanan kesehatan, meskipun terdapat subsidi menurut pemerintah, masih sebagai beban bagi poly keluarga (Trisna et al., 2023). Biaya transportasi ke fasilitas kesehatan, biaya obat-obatan, & biaya tambahan lainnya sering kali tidak terjangkau. Ketidakmampuan finansial ini menyebabkan pola masyarakat tidak menerima perawatan yang mereka butuhkan, yang pada akhirnya dapat memperburuk kondisi kesehatan mereka. Ini menunjukkan bahwa akses ekonomi merupakan faktor kunci yang harus diperhatikan pada Upaya meningkatkan akses pelayanan kesehatan pada wilayah pedesaan.

Akses geografis yang terbatas menjadi salah satu hambatan utama bagi masyarakat pedesaan dalam mendapatkan pelayanan Kesehatan primer. Jarak yang jauh & buruknya

infrastruktur transportasi membuat masyarakat kesulitan buat mengunjungi fasilitas kesehatan (Caya & Rahayu, 2019). Akibatnya, banyak masyarakat yang tidak mendapatkan perawatan medis tepat waktu, yang berdampak pada meningkatnya nomor morbiditas & mortalitas pada wilayah pedesaan (Weraman et al., 2024). Kondisi pada lapangan berbeda, banyak wilayah terpencil pada provinsi, karena hambatan geografis, sarana infrastruktur yg belum memadai, sebagai akibatnya terjadi kesulitan masyarakat dalam mengakses pelayanan kesehatan. Diperlukan peningkatan sarana dan prasarana pada setiap pelayanan kesehatan tingkat pertama dan Rumah Sakit. Hal ini guna meningkatkan mutu pelayanan kesehatan (Setyowati, 2022).

Hal ini memungkinkan para peneliti untuk membuat proposal dan rekomendasi berikut mengenai pembangunan infrastruktur di tingkat nasional.

1. Ada kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam proses pengadaan tanah dengan memperkuat koordinasi antar otoritas terkait dan secara aktif melibatkan masyarakat lokal.
2. Memperkuat koordinasi antar pemangku kepentingan dalam perencanaan dan penyiapan proyek infrastruktur serta meningkatkan kualitas dokumentasi proyek dengan melibatkan tenaga ahli yang kompeten.
3. Penting untuk mengembangkan model pembiayaan yang lebih inovatif dan menarik bagi investor swasta, misalnya melalui insentif pajak yang lebih tinggi, iklim investasi yang lebih baik, dan pemberian jaminan yang lebih kuat.
4. Mengintegrasikan aspek mitigasi bencana alam ke dalam perencanaan dan Pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan kesiapsiagaan dan kapasitas tanggap darurat dalam menghadapi bencana.
5. Meningkatkan kapasitas dan kompetensi tenaga kerja dalam pengelolaan dan pengembangan infrastruktur melalui program pelatihan dan sertifikasi terpadu (Kunci, 2024).

Hambatan dalam Mendorong Inklusi di Daerah Terpencil

1. Isolasi Geografis: Daerah terpencil seringkali menghadapi hambatan geografis yang membatasi akses terhadap sumber daya, layanan, dan peluang, sehingga sulit untuk mendorong inklusi.
2. Keragaman yang terbatas: Homogenitas pada pada rakyat terpencil bisa menyebabkan kurangnya paparan dan pemahaman tentang budaya yang berbeda, yang menyebabkan kendala terhadap inklusivitas.
3. Hambatan Bahasa dan Komunikasi: Perbedaan bahasa dapat menghambat komunikasi dan pemahaman yang efektif, sehingga sulit untuk mendorong eksklusi dan inklusi.
4. Kesenjangan sosial ekonomi: Keterbatasan sumber daya dan peluang ekonomi dapat menyebabkan kesenjangan sosial dan menghambat upaya untuk mendorong inklusi di daerah terpencil (Komunitas et al., 2023).

Peluang Diversifikasi Pasar dan Ekspansi Perdagangan

Globalisasi membentuk peluang besar buat perluasan pasar & peningkatan efisiensi, namun pula membawa tantangan kompleks misalnya persaingan ketat, fluktuasi nilai tukar, &

ketidakpastian ekonomi. Globalisasi ekonomi menawarkan peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas pasar, mengakses sumber daya yang lebih murah, dan meningkatkan efisiensi operasional melalui teknologi dan inovasi.

Diversifikasi pasar memungkinkan perusahaan untuk memperluas operasinya ke berbagai negara dan mengurangi ketergantungan mereka pada pasar tertentu. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menyebarkan risiko dan memanfaatkan peluang di pasar yang berbeda. Dengan memasuki pasar baru, perusahaan dapat menjangkau segmen konsumen yang berbeda dan merespons perubahan permintaan dengan lebih fleksibel. Teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Michael E. Porter menekankan pentingnya memahami lingkungan industri dan menggunakan strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Diversifikasi pasar merupakan cara bagi perusahaan untuk mengurangi ancaman dari pesaing dan memanfaatkan peluang baru (Mustika, 2024).

Pasar Perekonomian global mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti semakin banyak orang berpindah antar negara, Pasar global yang sinkron, peningkatan pergerakan antar negara, dan pengiriman produk yang lebih mudah. Perdagangan dunia meningkat dan begitu pula permintaan pasar global. Dengan berkembangnya pasar dunia, semakin banyak peluang bagi perusahaan untuk berpartisipasi di pasar dunia. Peluang tersebut antara lain:

- a. Sebuah perusahaan dapat mendirikan usaha di negara lain dengan anggaran yang lebih kuat. Peluang untuk mendirikan usaha dengan karyawan skala kecil yang berpotensi menjadi usaha bisnis bagi perusahaan. Hal ini dapat membantu bisnis meningkatkan biaya produksi mereka.
- b. Perusahaan dapat membuka cabang dan kantor cabang di banyak tempat di seluruh dunia untuk membuat distribusi produknya lebih mudah dan murah. Rencana ekspansi perusahaan dengan membuka cabang dan kantor di seluruh dunia dapat membantu memperlancar distribusi produk dan memperluas pasar perusahaan.
- c. Dunia usaha dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memamerkan produk mereka di negara lain sehingga mereka bisa lebih kompetitif. Pembukaan produk di negara lain dengan pelanggan besar dapat meningkatkan pengaturan pabrik pengaturan pembeli dan meningkatkan produk produk mereka.

Menurut Robandi (2020), Ekspansi merupakan aktivitas atau bisnis yang dilakukan individu atau perusahaan untuk menaikkan baik produk maupun jasa. Menurut Ramadhy & Sibaroni (2022), Ekspansi juga dikenal sebagai aktivitas memperbesar atau memperluas bisnis atau bisnis yang dimiliki dengan ekspansi pasar, peningkatan fasilitas serta peningkatan kebutuhan pegawai. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ekspansi bisnis merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memperluas atau menaikkan berukuran suatu bisnis & umumnya diidentifikasi dengan pembentukan pasar baru, pengembangan fasilitas, & penambahan karyawan baru. Sementara itu, perluasan juga bisa merujuk dalam peningkatan aktivitas ekonomi & bisnis.

Dalam global usaha, perluasan juga didefinisikan menjadi bisnis memperluas jaringan bisnis produksi & distribusi untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan. Beberapa ekonom juga berpendapat bahwa perluasan adalah tindakan memperluas & mengembangkan usaha melalui inovasi, membangun pasar baru, memperluas karyawan, & memperluas fasilitas.

Teddy Adiyanto Prawiranata (2024) berpendapat bahwa terdapat 5 strategi ekspansi pemasaran global yang dapat dilakukan:

1. Komunikasi-Ekspansi Produk (Ekspansi Ganda)

Terdapat banyak perusahaan memanfaatkan ekspansi produk & komunikasi menjadi galat satu caranya masuki pasar internasional. Metode ini mungkin adalah metode perdagangan stok paling mudah & efektif jika semuanya baik-baik saja Perusahaan yang digunakan. Pendekatan ini ingin menjual produk yang serupa menggunakan cara yg menarik. Bagi seluruh atau beberapa pengaruh pasar luar negeri, iklan atau promosi sama dinegara asalnya. Cara ini sering digunakan oleh perusahaan multinasional yang telah mempunyai pasar global yang kuat. Proses manufaktur, standar komunikasi, pemasaran Biaya internasionalisasi, & penelitian serta pengembangan dapat dikurangi. Perusahaan-perusahaan ini dipercaya melayani kebutuhan yang berbeda & menarik segmen pasar yang berbeda, atau buat layanan yang berbeda dalam kondisi yang berbeda menerapkan strategi ekspansi produk yang sama atau serupa menggunakan pasar real estat berkomunikasi & beradaptasi.

2. Pengembangan produk Perubahan komunikasi

Perusahaan-perusahaan ini hanya menerapkan taktik ekspansi produk & adaptasi komunikasi, namun juga menanggapi kebutuhan yang berbeda, melayani segmen pasar yang berbeda, atau menawarkan layanan yang berbeda dalam kondisi yang sama atau serupa (misalnya pasar perumahan). Satu-satunya hal yang perlu diubah adalah komunikasi pemasaran anda.

3. Promosi Produk -Perluasan Komunikasi

Modifikasi Produk Proses ini melibatkan perluasan rencana komunikasi pemasaran tanpa melakukan perubahan lebih lanjut, namun memodifikasi produk agar sesuai menggunakan persyaratan penggunaan & konteks lokal. Sebagai ilustrasi, perhatikan model Pioneer Hi-Breed, sebuah perusahaan produksi benih jagung yang menjual berbagai varietas benih jagung buat memenuhi kebutuhan pasar pada setiap Negara.

4. Perubahan ganda (perubahan ganda)

Metode kedua Perusahaan harus menjajaki pasar nasional & regional baru sebelum memperkenalkan produk ke pasar. Pemasar terkadang menemukan bahwa preferensi konsumen & lingkungan pada mana produk dipakai berbeda. Pada dasarnya, syarat pasar & dua fitur terkait menggunakan situasi ini. Untuk mengilustrasikan, pabrik penggunaan ikat buat memakai aneka macam referensi.

5. Pengembangan produk

Penemuan & diversifikasi produk merupakan strategi bisnis internasional yang efektif, tetapi mungkin nir memanfaatkan peluang pasar global. Sistem ini berlaku pada pasar dimana konsumen bisa membeli produk atau produk yang dimodifikasi, misalnya negara berkembang, yang meliputi 75% populasi dunia. Ketika konsumen mempunyai daya beli yang rendah, Perusahaan akan menciptakan produk baru yang memenuhi kebutuhan & keinginannya menggunakan harga yang wajar(Ekonomi et al., 2024).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis implikasi dan aplikasi teori gravitasi dalam perdagangan internasional di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap factor-faktor yang memengaruhi pola perdagangan internasional serta memberikan pemahaman kontekstual mengenai hubungan perdagangan Indonesia dengan mitra dagangnya.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari studi dokumen (Mengkaji dokumen resmi dari BPS, laporan internasional dari WTO dan Bank Dunia), dan literatur akademik (Mengumpulkan informasi dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan teori gravitasi dalam perdagangan internasional).

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan teori gravitasi dalam perdagangan internasional serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan kebijakan perdagangan di Indonesia.

HASIL PENELITIAN

1. Ukuran Ekonomi (GDP) dan Jarak Geografis

Volume perdagangan Indonesia cenderung lebih besar dengan Negara-negara yang memiliki ekonomi besar, seperti China, Amerika Serikat, dan Jepang. GDP Indonesia sendiri menjadi factor utama dalam menarik perdagangan internasional karena ukuran pasar domestiknya yang besar dan beragam.

Hubungan perdagangan cenderung lebih intensif dengan Negara-negara yang secara geografis dekat, seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand, dibandingkan dengan Negara-negara yang lebih jauh seperti Uni Eropa atau Amerika Serikat.

2. Efek Perjanjian Perdagangan dan Keanggotaan Regional

Perdagangan intra-ASEAN menunjukkan volume yang lebih tinggi dibandingkan dengan perdagangan di luar kawasan. Ini didukung oleh keberadaan ASEAN Free Trade Area (AFTA), yang mengurangi hambatan tariff dan non-tarif di antar Negara anggota. RCEP yang baru saja diratifikasi juga diharapkan memberikan dampak positif, khususnya dalam mempererat hubungan dengan mitra utama seperti China, Jepang, dan Korea Selatan.

3. Analisis Perdagangan Bilateral dengan Mitra Utama

China merupakan mitra dagang terbesar Indonesia. Ekspor utama meliputi sumber daya alam seperti batu bara dan minyak kelapa sawit. Sementara impor didominasi oleh barang elektronik dan manufaktur. Kemudian Negara Amerika Serikat cenderung memiliki hubungan perdagangan yang stabil dengan Indonesia. Dengan ekspor utama berupa tekstil, alas kaki, dan produk agrikultur. Sedangkan dengan Uni Eropa, perdagangan relative kecil jika dibandingkan dengan Asia Timur, terutama karena jarak geografis dan persyaratan standar kualitas produk yang ketat.

4. Hambatan Logistik dan Infrastruktur

Indonesia menghadapi biaya logistic yang tinggi, dengan rasio logistic terhadap GDP sekitar 24% jauh di atas rata-rata global. Hambatan utama meliputi infrastruktur pelabuhan yang belum memadai, khususnya di luar pulau Jawa. Dan sistem distribusi domestic yang rumit karena kondisi geografis kepulauan.

5. *Diversifikasi Produk Ekspor*

Saat ini, lebih dari 60% ekspor Indonesia didominasi oleh komoditas primer seperti batu bara, minyak kelapa sawit, dan karet. Diversifikasi ekspor ke produk bernilai tambah masih minim.

Pembahasan

1. *Peran Ukuran Ekonomi (GDP) dan Jarak Geografis*

Berdasarkan hasil di atas, maka konsisten dengan prediksi teori gravitasi, di mana ukuran ekonomi yang besar menciptakan peluang perdagangan yang lebih tinggi. Namun jarak geografis tetap menjadi penghambat signifikan, terutama karena biaya logistic dan waktu pengiriman yang lebih tinggi untuk perdagangan dengan Negara-negara jauh.

2. *Efek Perjanjian Perdagangan dan Keanggotaan Regional*

Keanggotaan Indonesia dalam perjanjian perdagangan regional meningkatkan integrasi ekonomi. Fasilitas seperti penurunan tariff, harmonisasi regulasi, dan penguatan rantai pasok regional memberikan keunggulan kompetitif. Namun Indonesia perlu meningkatkan daya saing produknya untuk memanfaatkan sepenuhnya peluang ini.

3. *Analisis Perdagangan Bilateral dengan Mitra Utama*

Hubungan dagang dengan Negara-negara asia lebih dinamis dibandingkan dengan kawasan lain karena kedekatan geografis dan tingginya permintaan produk Indonesia. Namun, Indonesia masih menghadapi tantangan diversifikasi ekspor, karena ekspor utamanya masih terkonsentrasi pada komoditas primer.

4. *Hambatan Logistik dan Infrastruktur*

Tantangan logistic menjadi hambatan signifikan dalam meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Investasi besar-besaran dalam infrastruktur pelabuhan, jalan, dan digitalisasi sistem logistic sangat diperlukan untuk mengurangi biaya transportasi dan meningkatkan efisiensi perdagangan.

5. *Diversifikasi Produk Ekspor*

Ketergantungan pada komoditas membuat Indonesia rentan terhadap fluktuasi harga global. Pemerintah perlu mendorong pengembangan industry manufaktur dan teknologi untuk meningkatkan nilai tambah produk ekspor serta memperluas pangsa pasar global.

KESIMPULAN

Teori gravitasi perdagangan internasional secara efektif menjelaskan pola perdagangan Indonesia, di mana ukuran ekonomi dan kedekatan geografis menjadi factor utama yang memengaruhi volume perdagagn. Indonesia memiliki keuntungan dari keanggotaan dalam perjanjian perdagangan regional seperti ASEAN dan RCEP, yang membantu memperkuat perdagangan intra-regional . Namun, tantangan seperti tingginya biaya logistic, infrastruktur yang belum memadai, dan ketergantungan pada ekspor komoditas primer perlu segera diatasi. Untuk meningkatkan daya saing global, Indonesia harus berfokus pada diversifikasi produk ekspor, pengembangan industry bernilai tambah, serta perbaikan infrastruktur dan efisiensi logistic.

DAFTAR PUSTAKA

- Capoani, L. (2023). Review of the gravity model: origins and critical analysis of its theoretical development. In *SN Business & Economics* (Vol. 3, Issue 5). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s43546-023-00461-0>
- Ekonomi, J., Dan, T., & Manajemen, S. (2024). *STRATEGI EKSPANSI GLOBAL PERUSAHAAN : 2024*, 3–6.
- Julina, S., Sos, S., & Si, M. (2023). *No Title*. 32–53.
- Komunitas, K., Hildayanti, S. K., Alie, J., & Setiadi, B. (2023). *Merayakan Keanekaragaman Kita : Mempromosikan Inklusivitas , Pemahaman Budaya , Keterlibatan Masyarakat .* 02(05), 325–334.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2021). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson Education.
- Kunci, K. (2024). *Isu strategis tantangan pembangunan infrastruktur nasional dan infrastruktur daerah di kabupaten mandailing natal provinsi sumatera utara.* 9(2). <https://doi.org/10.14710/jiip.v9i2.23541>
- Larasasati, C., & Natasya, E. D. (2017). *Peran Indonesia di G-20 : Peluang dan Tantangan berlandaskan pada prinsip bebas-aktif . Visi ini menunjukkan penting bagi Indonesia , sehingga Jokowi menegaskan tujuannya tahun 2015 Jokowi juga ingin mengedepankan ekonomi Indonesia , Dalam butir pertama Nawacita Jokowi , disebutkan pula bahwa dan regional untuk membangun saling pengertian antar peradaban , go . id , 2016). Meningkatkan peran Indonesia bisa dilihat dari G-20 sebagai peluang bagi Indonesia . Dia mengedepankan strategi dalam konteks kerja sama global di dalam forum G-20 . Sebagaimana.* 2, 147–159.
- Mas, Y., Ambarita, R., & Sirait, T. (2019). *Penerapan Model Gravitasi Data Panel : Kajian Perdagangan Internasional Indonesia ke Negara Anggota ASEAN (Application of Gravity Model Panel Data : International Trade Study of Indonesia to ASEAN.* 726–737.
- Mustika, D. (2024). *Strategi Dan Tantangan Dalam Menghadapi Dinamika Ekonomi Global.* 4.
- Setyowati, R. K. (2022). Sistem Jaminan Kesehatan yang Memenuhi Hak-Hak Kepesertaan. *Justice Voice*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37893/jv.v1i1.27>
- Todaro, M.P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development*. Pearson Education.
- Wahyudi, S. T., & Anggita, R. S. (2015). *The gravity model of indonesian bilateral trade.* 1(2), 153–156.
- Weraman, P., Primer, P. K., & Pedesaan, K. M. (2024). *PRIMER.* 7, 9142–9148.
- Wiranthi, P. E., Aminudin, I., & Dewi, E. R. (2019). *A Gravity Model for Indonesian Canned Tuna Exports to The European Union Market : An Application of PPML Estimator.* 3(1), 31–52.
- World Trade Report.* (2022).