

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

JASA PERDAGANGAN DAN PERDAGANGAN JASA: SULITNYA MENCARI SEBUAH DEFINISI

Abdillah Sani¹, Wanda Yulia Utami²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

Corresponding Author: Abdillah@unis.ac.id

ABSTRAK

Di kalangan praktisi perdagangan, masih terdapat kesimpangsiuran pengertian antara definisi Jasa Perdagangan dan Perdagangan Jasa Meskipun kedua definisi itu berbeda tapi sering terjadi kerancuan dalam penggunaannya. UU no 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan sendiri hanya memuat penjelasan tentang perdagangan, tentang jasa dan tentang perdagangan jasa, tetapi tidak ada penjelasan tentang jasa perdagangan. Demikian juga dengan literatur yang ada hampir semuanya menjelaskan tentang perdagangan jasa dan nyaris tidak ada yang membahas tentang jasa perdagangan Oleh karena itu Pusat Pelatihan Sumberdaya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan Kementerian Perdagangan menyelenggarakan suatu kajian dengan bentuk Focus Group Discussion dengan mengundang 50 orang praktisi sebagai narasumber maupun peserta, guna mencari kesatuan paham tentang definisi jasa perdagangan sebelum kemudian membuat kurikulum dan silabus pelatihan-pelatihan dengan tema tersebut. Menariknya, FGD ini pun sepertinya juga tidak berhasil membentuk kesepahaman definisi tersebut, meskipun berhasil merumuskan beberapa rekomendasi tentang topik-topik pelatihan yang bisa diangkat oleh Pusat Pelatihan Sumberdaya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan

Kata Kunci: Jasa, Perdagangan, Jasa Perdagangan

ABSTRACT

Among trade practitioners, there is still confusion of understanding between the definitions of Trade Services and Services Trade. Although the two definitions are different, there is often confusion in their use. Law No. 7 of 2014 concerning Trade itself only contains explanations about trade, about services and about trade in services, but there is no explanation about trade services. Likewise, the existing literature almost all describes service trade and almost none discusses trade services. Therefore the Human Resources Training Center for Export and Trade Services of the Ministry of Trade held a study in the form of a Focus Group Discussion by inviting 50 practitioners as resource persons and participants, in order to find a unified understanding of the definition of trade services before then creating a curriculum and syllabus for trainings with the theme the. Interestingly, this FGD also failed to form an agreement on the definition, although it succeeded in formulating several recommendations on training topics that could be raised by the Export and Trade Services Training Center for Human Resources.

PENDAHULUAN

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP), sebelumnya Bernama Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) di bawah Kementerian Perdagangan merupakan Lembaga Pemerintah yang memfokuskan diri pada kegiatan peningkatan sumberdaya manusia kalangan Usaha Kecil dan Menengah yang potensial untuk ditingkatkan kinerjanya dari lingkup perdagangan domestik ke tingkat perdagangan internasional, sejalan dengan arah kebijakan Pemerintah untuk menggalakan ekspor (Ningsih et al., 2020). Lembaga ini memiliki catatan sejarah yang cukup Panjang, mengingat sejak dibentuk pada tahun 1990 lembaga ini telah beberapa kali mengalami transformasi baik struktur maupun nomenklaturnya. Saat diresmikan pada tanggal 1 Februari 1990 lembaga ini memiliki nama Pusat Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) dengan struktur organisasi setingkat eselon IIa pada Sekretariat Jenderal Departemen Perdagangan.

Pada tahun 1995, seiring kebijakan Pemerintah saat itu untuk menggabungkan dua Departemen, yakni Departemen Perdagangan dan Departemen Perindustrian menjadi satu departemen, yakni Departemen Perindustrian dan Perdagangan, PPEI berubah menjadi Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) di bawah Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) dengan struktur organisasi yang mengalami penurunan yakni hanya selevel eselon III. lebih lanjut Ningsih et al., (2020) mengungkapkan Pada tahun 2005 PPEI kembali naik statusnya menjadi setingkat eselon IIb bernama Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI), namun nomenklaturnya masih sama seperti pada bentuk-bentuk sebelumnya, yakni peningkatan kompetensi SDM dari kalangan UKM potensial untuk menjadi eksportir. Baru pada tahun 2022, berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan. Balai Besar Pendidikan Pelatihan Ekspor Indonesia bertransformasi menjadi Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP), kembali di bawah Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan dengan peningkatan status eseloneeringnya kembali menjadi IIa. Nomenklaturnya juga mendapat penambahan ruang lingkup baru, yaitu Jasa Perdagangan. Dengan demikian, fokus kegiatan Lembaga yang baru bertransformasi kembali ini sekarang tidak hanya pada pelatihan SDM di bidang ekspor, tapi juga SDM di bidang Jasa Perdagangan.

Dalam nomenklatur yang baru ini, PPEJP sama sekali belum memiliki pengalaman untuk melakukan pelatihan di bidang jasa perdagangan, bahkan di kalangan internal PPEJP sendiri juga belum terdapat kesamaan pemahaman yang komprehensif mengenai definisi Jasa Perdagangan. Sejauh ini pemahaman dari para pejabat PPEJP masih bersifat parsial dan belum terstruktur secara holistik, padahal pemahaman yang komprehensif tersebut sangat dibutuhkan dalam penentuan tema pelatihan-pelatihan Jasa Perdagangan yang akan diselenggarakan oleh PPEJP. Pelatihan-pelatihan di bidang jasa perdagangan sendiri selama ini sebenarnya sudah ada dan diselenggarakan secara terpisah oleh unit-unit organisasi di lingkungan Kementerian Perdagangan yang terkait dengan jasa perdagangan, seperti:

1. Pelatihan kemetrolagian oleh Direktorat Metrologi
2. Pelatihan Pengujian Mutu oleh Direktorat Standarisasi dan Pengujian Mutu Barang
3. Pelatihan Resi Gudang dan Perdagangan Berjangka oleh Badan Pelaksana Bursa Komoditi
4. Pelatihan Pembinaan Pasar oleh Direktorat Bina Usaha Perdagangan

Pelatihan-pelatihan tersebut, sekarang menjadi tupoksi dari PPEJP, dialihkan dari unit-unit sebagaimana disebutkan di atas.

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Dalam rangka membentuk kesepakatan yang komprehensif sebelum PPEJP menyusun kurikulum dan silabus pelatihan-pelatihan Jasa Perdagangan, pada tahap awal, di tahun 2023 ini PPEJP merasa perlu untuk melakukan kegiatan kajian berupa penyelenggaraan *Focus Group Discussion* yang diarahkan kepada hal-hal sebagai berikut:

1. Pendekatan yang dilakukan berupa kajian riset sekunder dengan sumber data publik yang dapat diakses secara bebas
2. Mengadopsi sudut pandang yang beragam (*multiple point of view*) untuk mendapatkan insight yang komprehensif
3. Kajian disusun dalam kerangka pembahasan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan
 - b. Definisi dan Ruang Lingkup
 - c. Gambaran Umum Kondisi Jasa Perdagangan
 - d. Usulan Tema Pelatihan terkait Jasa Perdagangan
 - e. Analisa Usulan Tema Pelatihan yang relevan di bidang Jasa Perdagangan untuk saat ini

Mengapa FGD yang dipilih sebagai bentuk kajian, adalah mengingat FGD dianggap sebagai bentuk kajian yang dianggap paling relevan, efisien dan efektif. *Focus Group Discussion* dilakukan dengan mengambil tema : **Mengulik Arah Pengembangan Pelatihan Jasa Perdagangan**, bertempat di hotel Aston Kartika, Grogol, Jakarta Barat pada hari Selasa, 27 Juni 2023 dengan mengundang narasumber yang dipandang kompeten di bidang ini dan dengan mengundang *stakeholder* yang terkait dengan aktivitas jasa Perdagangan bahwa FGD sering digunakan sebagai strategi dalam pengumpulan data yang dipandang relatif mudah dibandingkan dengan pendekatan lain.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada 27 Juni 2023 yang berlokasi di hotel Aston Kartika, Grogol, Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik penelitian yang dilakukan dengan cara Focus Group Discussion. Informan dalam penelitian ini yaitu *stakeholder* yang terkait dengan aktivitas jasa Perdagangan 50 orang praktisi sebagai narasumber maupun peserta. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Kemudian, dilakukan uji keabsahan data dengan uji kredibilitas, dependabilitas, dan transferabilitas (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Jasa Perdagangan Dan Perdagangan Jasa

Sebelum membahas lebih jauh tentang pelaksanaan FGD maupun hasil diskusi yang didapat, kiranya perlu terlebih dahulu dipahami perbedaan definisi antara Perdagangan Jasa dan Jasa Perdagangan karena kedua istilah ini ternyata sering rancu dalam penggunaannya. Hal ini terlihat pada kegiatan FGD bertopik : Pembinaan di Bidang Jasa Perdagangan yang diselenggarakan oleh Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri pada tanggal 22 Maret 2022, dimana pada spanduk backdrop jelas terpampang tulisan Pembinaan di Bidang Jasa Perdagangan, bahkan kegiatan itu dibuka secara resmi oleh Dirjen Perdagangan, tetapi ternyata baik dalam sambutan pembukaan oleh Dirjen

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Dagri maupun pembahasan yang disampaikan oleh para narasumber, semuanya berbicara tentang Perdagangan Jasa dan sama sekali tidak ada yang menyinggung istilah Jasa (Ditjen Perdagangan Dalam Negeri, 2022). Begitu juga ketika kita mencari artikel tentang jasa perdagangan di google search engine, nyaris tidak bisa didapatkan karena semua berbicara tentang perdagangan jasa. Bahkan ketika kita mengetik sebuah judul artikel tentang Jasa Perdagangan, ternyata artikel-artikel yang muncul juga sama, yakni tentang Perdagangan Jasa. Jadi, mencari definisi jasa perdagangan pun sudah sulit karena yang umum ada, adalah perdagangan jasa.

Dalam Undang-Undang UU no. 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan terdapat pengaturan tentang perdagangan jasa atau *trade on services*. Dalam Bab I tentang Ketentuan Umum pasal 1 ayat 5 UU ini, yang ada hanya definisi tentang jasa yakni: “*setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha*”.

Mantan Wakil Menteri Perdagangan Bayu Krisnamurthi mengatakan bahwa dalam UU Perdagangan tersebut yang diatur adalah penyedia jasa yang bergerak di bidang jasa dan wajib didukung tenaga teknis yang kompeten sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Salah satu yang strategis yang selama ini belum tegas cantolan hukumnya dalam melakukan negosiasi, diatur dalam Pasal 21, di mana disebutkan pemerintah bisa memberi pengakuan kompetensi teknis. Selain itu Bayu memaparkan, dalam UU Perdagangan diatur 12 jenis jasa yang dapat diperdagangkan. Mereka adalah (1) jasa bisnis, yaitu jasa yang terkait usaha masyarakat; (2) jasa distribusi; (3) jasa komunikasi; (4) jasa pendidikan; (5) jasa lingkungan hidup; dan (6) jasa keuangan. Selain itu, pengganti BRO 1934 itu pun mengatur perdagangan (7) jasa konstruksi dan teknik terkait; (8) jasa kesehatan dan sosial; (9) jasa rekreasi kebudayaan dan olahraga; (10) jasa pariwisata; (11) jasa transportasi; serta (12) jasa lain-lain. UU no. 7 Tahun 2014 itu ternyata tidak memuat pengertian tentang Jasa Perdagangan dan hanya memberikan definisi dari perdagangan secara umum, yakni: tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Dari 12 jenis jasa yang disebutkan oleh UU no. 7 Tahun 2014, menurut Bayu, tidak semua merupakan tupoksi (tugas, pokok, dan fungsi) Kementerian Perdagangan, tetapi merupakan tupoksi kementerian lain.

Kendati demikian, Bayu (2014) menambahkan bahwa UU Perdagangan sebenarnya sudah mencakup tupoksi yang lebih luas. Dia menyebutkan, bahwa selama ini perdagangan jasa yang paling besar ada pada jenis jasa transportasi, jasa perjalanan, dan jasa bisnis lainnya. Dia juga mengakui bahwa 90 persen dari jasa transportasi yang digunakan untuk kegiatan ekspor impor menggunakan jasa asing. Hal ini, membuat neraca perdagangan jasa tertekan. Meski demikian, Pemerintah tidak bisa serta merta membuat aturan agar kegiatan ekspor impor menggunakan jasa transportasi lokal. "Karena bisa-bisa ekspor terhenti," ujar Bayu. Ekonom, Aviliani (2014) juga menilai ketimpangan kebutuhan transportasi untuk kegiatan ekspor impor dengan ketersediaan jasa lokal disebabkan salah satunya infrastruktur yang kurang memadai. Sejumlah proyek Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) pun dinilai kurang pengawasan. Akibatnya proyek pun menjadi lamban terealisasi. "Kita punya MP3EI. Itu sebetulnya sudah mengambil proyek jangka pendek, membangun konektivitas. Tapi tidak ada yang mengawasi perjalanannya," kata Aviliani. Padahal,

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

konektivitas itu penting bukan soal perdagangan jasa saja. Namun, lanjut dia, dengan konektivitas yang baik, inflasi dapat ditekan.

Dari uraian di atas, menjadi perlu untuk ditegaskan kembali bahwa tupoksi dari PPEJP adalah Jasa Perdagangan dan bukan Perdagangan Jasa sebagaimana tercantum dalam UU no. 7 Tahun 2014. Literatur yang membahas tentang hal ini nampaknya juga cukup sulit untuk ditemukan karena pada umumnya definisi-definisi yang ada terbatas pada definisi perdagangan secara umum, sebagaimana terdapat pada :

1. *ICC Academy* yang menjelaskan definisi perdagangan menjadi:
 - a. Perdagangan secara umum
 - b. Perdagangan luar negeri
 - c. Peraturan/regulasi dalam perdagangan
2. *ITC SME Trade Academy* yang membahas:
 - a. Aspek pendukung perdagangan (trade support)
 - b. Aspek bisnis secara umum
 - c. Topik khusus seperti e-commerce, analisis pasar, keberlanjutan, dan ekspor
3. UU No 7 Tahun 2014 yang hanya membagi perdagangan menjadi kelompok
 - a. Perdagangan Dalam Negeri
 - b. Perdagangan Luar Negeri
4. KBLI 2020 – Biro Pusat Statistik yang hanya mengelompokkan kegiatan perdagangan sebagai:
 - a. Perdagangan Besar
 - b. Perdagangan Eceran
5. Permendag No 52 Tahun 2020
 - a. Perdagangan dalam negeri;
 - b. Perlindungan konsumen dan tertib niaga;
 - c. Perdagangan luar negeri;
 - d. Pengembangan ekspor nasional; dan
 - e. Perdagangan berjangka komoditi

Dengan demikian, secara sederhana perbedaan antara istilah jasa perdagangan dan perdagangan jasa adalah sebagai berikut: Jasa Perdagangan merupakan sebuah kegiatan yang ditujukan untuk menunjang kelancaran transaksi perdagangan tetapi jasa itu sendiri tidak secara langsung diperdagangkan. Misalnya tera, pengujian mutu barang, resi gudang dan sebagainya. Baik tera, pengujian mutu maupun resi gudang bukanlah produk atau komoditi yang diperdagangkan. Sedangkan perdagangan jasa adalah suatu kegiatan yang secara langsung memperdagangkan jasa yang disediakan. Misalnya asuransi, transportasi, salon kecantikan dan sebagainya. Baik jasa asuransi, jasa transportasi dan salon kecantikan adalah produk-produk yang bisa diperjualbelikan secara langsung.

Focus Group Discussion

Focus Group Discussion adalah Upaya rembuk beberapa kelompok untuk menyatukan pendapat tentang suatu permasalahan, sehingga dari dikusi yang berlangsung akan ditemukan benang merah antara berbagai pendapat yang dikemukakan peserta diskusi atas masalah yang didiskusikan. Metode *Focus Group Discussion* banyak digunakan sebagai cara dalam pengumpulan data penelitian sosial, memiliki kelebihan dalam pengambilan data kualitatif.

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Metode ini juga memberi kemudahan dan peluang bagi peneliti untuk menjalin keterbukaan, kepercayaan, dan memahami persepsi. *Focus group discussion* lebih dikenal dengan singkatannya FGD merupakan metode riset kualitatif yang paling terkenal selain metode wawancara. FGD digunakan sebagai diskusi terfokus suatu grup dalam membahas masalah tertentu, namun dalam suasana informal dan santai. Biasanya dalam diskusi ini pesertanya mencapai 8-12 orang dan menggunakan seorang moderator.

Kelebihan FGD

1. Diskusi yang bebas dan terbuka di antara para responden menghasilkan ide-ide baru yang dapat sangat berguna untuk pengambilan keputusan.
2. FGD tidak statis. Moderator dapat membawa perubahan apa pun untuk memfasilitasi diskusi dengan lebih baik selama diskusi kelompok. Dinamisme ini memungkinkan hasil yang lebih baik dalam hal informasi yang diperoleh.
3. Ekspresi selain yang berbentuk verbal seperti gerakan dan aktivitas yang dirangsang, dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi penyelenggara.

Kekurangan FGD

1. Meskipun moderator dapat mengendalikan diskusi, sejauh mana dia dapat mengontrol diskusi tergantung pada pengalamannya. Moderator yang tidak berpengalaman mungkin menghadapi masalah dalam mengendalikan beberapa peserta yang mencoba untuk mendominasi grup.
2. Responden mungkin enggan untuk membagikan beberapa ide dan masalah sensitif secara publik.
3. Karena ukuran sampel yang kecil dan heterogenitas individu, hasil mungkin tidak memadai untuk membuat proyeksi atau gambaran gabungan dari situasi tersebut.
4. FGD dapat menjadi pengaturan yang sangat artifisial, yang memengaruhi responden untuk mengekspresikan dan bertindak secara tidak wajar. Temuannya mungkin jauh dari yang sebenarnya.

FGD yang diselenggarakan oleh PPEJP ini bertajuk Mengulik Arah Pengembangan Pelatihan Jasa Perdagangan dengan mengundang Lembaga-lembaga yang sejauh ini diketahui merupakan penyelenggara pembinaan SDM di berbagai sektor, sehingga melalui kegiatan FGD ini diharapkan PPEJP dapat menemukan arah yang jelas dalam merumuskan ruang lingkup dan metode pembinaan yang tepat sasaran.

Mengingat hal-hal sebagaimana disebutkan di atas, dimana dalam UU No 7 tahun 2014 hanya terdapat perumusan tentang arti perdagangan, yakni sebagai tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Sedangkan menurut Investopedia, Perdagangan disebutkan sebagai kegiatan yang mengacu pada pertukaran barang atau jasa secara sukarela antara pelaku ekonomi seperti konsumen, perusahaan, dan negara. Karena para pihak tidak berkewajiban untuk berdagang, suatu transaksi hanya akan terjadi jika kedua belah pihak menganggapnya menguntungkan bagi kepentingan mereka.

Begitu juga dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) – BPS, dimana kegiatan perdagangan jasa diartikan sebagai “kegiatan ekonomi/lapangan usaha di bidang

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

perdagangan besar dan eceran (yaitu penjualan tanpa perubahan teknis) dari berbagai jenis barang, dan memberikan imbalan jasa yang mengiringi penjualan barang-barang tersebut (Badan Pusat Statistik, 2020). Baik penjualan secara grosir (perdagangan besar) maupun eceran merupakan tahap akhir dalam pendistribusian barang dagangan dan menurut *Cambridge Dictionary* Perdagangan (kata benda) adalah “kegiatan jual beli, atau pertukaran, barang dan/atau jasa antara orang atau negara dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) membedakan dua pengertian, yakni: Dagang: pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan; jual-beli; dan Perdagangan: perihal dagang; urusan dagang; perniagaan (KBBI, 2023). Maka mengenai Jasa Perdagangan, forum hanya dapat mengidentifikasi beberapa *keywords* dari definisi perdagangan secara umum untuk kemudian dicoba menjelajahi definisi jasa perdagangan, yakni sebagai berikut:

1. Barang dan/atau Jasa
2. Pengalihan hak atas barang dan/atau jasa
3. Transaksi
4. Pertukaran secara sukarela
5. Kegiatan Jual beli
6. Imbalan atau kompensasi
7. Imbalan jasa
8. Memperoleh keuntungan
9. Penjualan tanpa perubahan teknis
10. Tahap akhir dalam pendistribusian barang dagangan
11. Pelaku ekonomi
12. Orang atau negara

Diskusi

Tentang definisi jasa perdagangan, setelah mencermati berbagai indikator perdagangan sebagaimana disebutkan di atas, seorang peserta FGD mengusulkan agar ditambahkan kata kunci permintaan dan penawaran (demand dan supply), karena perdagangan tidak mungkin timbul tanpa ada demand dan supply yang menghasilkan transaksi. Pendapat yang lain mengatakan bahwa secara umum keyword yang ada sudah lengkap, hanya mungkin bisa ditambahkan "untuk memenuhi kebutuhan", karena saat kita berdagang juga berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan, misalnya copy writing. Kita harus paham psikologi dari customer kita. Artinya, apa yang kita jual sebenarnya hanya memenuhi apa yang dibutuhkan oleh customer. Kita hanya membuat atau menyediakan sesuatu yang bisa kita jual. Pendapat lain dari peserta menyebutkan bahwa jasa yang mendukung perdagangan sebenarnya sangat luas cakupannya, seperti perbankan, asuransi dan lain-lain. Ada pula, bagi bisnis yang bisa masuk, fulfilment center agar dapat membantu penjualan, juga jasa memverifikasi client. Oleh karena itu jasa perdagangan adalah segala jasa yang mendorong kelancaran transaksi perdagangan..

Pertanyaan yang lain, yakni apakah terdapat komponen dasar dari definisi perdagangan yang belum terakomodir berdasarkan pengalaman? Seorang peserta dari Asuransi mengatakan: harus ada elemen mitigasi resiko dan elemen proteksi dalam perdagangan, karena tidak ada sesuatu yang bersifat tetap. Verifikasi buyer menjadi suatu hal yang penting, karena bisnis perdagangan adalah bisnis kepercayaan, namun kepercayaan itu harus bisa terarah. Sedangkan

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

peserta lain yang merupakan praktisi ekspor memberikan komentarnya bahwa pengecekan persyaratan, pemahaman masuknya ke pasar ekspor, memahami karakter *buyer* dan kriteria, menentukan segmen yang tepat, itu sebenarnya yang menjadi penghalang. Oleh karena itu perlu diulik definisi jasa perdagangan ekspor secara lebih dalam.

Menurut Perwakilan Bea cukai: tema yang diusung dalam FGD ini memang sangat luas, di lapangan sering ada kasus barangnya itu tidak boleh diekspor karena permasalahan perizinan. info-info seperti ini juga seharusnya dimasukkan ke dalam hal-hal yang mendukung perdagangan, hal-hal yang mempertegas rantai industri. Sedangkan seorang Pelaku ekspor kakao mengungkapkan adanya permasalahan berupa kesulitan penerbitan LC saat ekspor kakao ke timur tengah saat mereka *shortage* US dollar, menyebabkan ekspor terhalang. Oleh karena itu menurutnya, pengetahuan LC, mitigasi resiko dan keamanan transaksi, terutama dalam transaksi ekspor itu penting untuk dimasukkan.

Dari sudut pandang lain, yakni melihat fungsi PPEJP yang melakukan pembinaan terhadap SDM pelaku ekspor dan juga terhadap SDM pelaku penyedia jasa, seorang peserta mengajukan pertanyaan apakah memungkinkan PPEJP sesuai nomenklaturnya melakukan bisnis seperti *fullfillment center* (misalna: *jetcommerce*, sehingga UMKM cukup kirim barang dan proses ekspor bisa cepat. Tidak perlu kirim kontainer. itu adalah bisnis yang bisa dilakukan. Selain itu, mengingat PPEJP memiliki akses hubungan ke para perwakilan dagang Indonesia di luar negeri, yakni para Atase Perdagangan dan Indonesia *Trade Promotion Center (ITPC)*, PPEJP juga dapat melakukan jasa verifikasi pembeli, sehingga dapat mempermudah pembiayaan. Kedua hal ini mungkin bisa diakomodir oleh PPEJP sesuai dengan nomenklaturnya.

Mengenai ruang lingkup jasa perdagangan, seorang peserta mengatakan bahwa terkait dengan ruang lingkup jasa perdagangan, perlu diperjelas apakah ini masuk industri atau tidak tapi mungkin bisa dipertimbangkan untuk memasukkan industri halal sebagai salah satu jasa. Sertifikasi halal perlu dimasukkan ke juga, diperlukan juga keuangan syariah sebagai bagian dari industri halal. Peserta lain mengatakan bahwa tenaga kerja juga masuk dari bagian perdagangan. Memperkuat hal tersebut, seorang peserta lain menyebutkan bahwa masalah standarisasi produk belum dimasukkan, kemudian bea cukai, karantina, asuransi, persyaratan, dan sebagainya. Sekarang juga ada agregator ekspor, membantu agar umkm bisa ekspor secara borongan. Terdapat juga *distribution center* di negara tujuan.

Seorang peserta, Rahmat Marpaung (Industri Ekspor Impor) menyebutkan bahwa kalau sektor perdagangan itu bisa produk dan jasa, maka jasa yang memungkinkan untuk "diekspor" adalah *skilled worker*. Misalnya ada permintaan *business matching* dengan tenaga di bidang konstruksi dan migas, kalau mau dijadikan satu lingkup training juga sangat memungkinkan. Jika PPEJP selama ini fokusnya di perdagangan produk, jasanya sedikit. Selain *skilled workers*, ada juga jasa yang bisa dilakukan di indonesia seperti desain, programming, dan sebagainya. Taufiq (dari perusahaan *Supply Chain Indonesia*) menambahkan perlunya dimasukkan *service provider* dalam ruang lingkup perdagangan. Demikian juga pendapat Dika Rinakuki (dari perusahaan Ekspor Impor) juga menyebutkan bahwa perdagangan bisa dilihat dari *chain exportnya*, mulai dari apa yang dilakukan oleh UMKM hingga sampai ke market. Sukri (PT BGR Indonesia) juga menambahkan: perlu ditambahkan materi mengenai supply chain management, sedangkan Jafar (Alumni PPEI) menegaskan bahwa Jasa konsolidasi ekspor perlu ditambahkan, mengingat jarang ada yang tahu kecuali di kota-kota2 besar.

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

Mencermati jalannya diskusi dan komentar-komentar yang diutarakan oleh peserta FGD, sebenarnya semuanya masih tetap berkuat pada hal yang sama, yakni belum jelasnya definisi dari Jasa Perdagangan maupun Perdagangan, sehingga keduanya saling bertumpang tindih dan sulit dibedakan satu sama lain secara jelas. Penambahan komponen untuk menunjang kejelasan definisi yang ingin dicapai kelihatannya juga masih merupakan komponen perdagangan secara umum dan tidak mengarah kepada tersusunnya suatu definisi yang utuh dari Jasa Perdagangan sebagaimana diharapkan muncul dari FGD ini.

Usulan Tema Pelatihan terkait Jasa Perdagangan

Meskipun definisi yang utuh dari Jasa Perdagangan masih belum disepakati, namun tentang jenis pelatihan apa yang kiranya dibutuhkan, para peserta FGD berdasarkan panduan yang dilakukan oleh moderator dengan alur sebagai berikut:



Gambar 1 Usulan Tema Pelatihan terkait Jasa Perdagangan

Dari diskusi yang dilakukan, diperoleh beberapa kategori materi pelatihan jasa perdagangan yang perlu segera dilaksanakan yakni kategori prioritas tinggi, prioritas menengah dan prioritas rendah, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. High Priority
 - a. Pemasaran digital
 - b. Pemahaman Proses Bisnis
 - c. Penyusunan SOP Operasional
 - d. Pengetahuan produk
 - e. Manajemen persediaan
 - f. Biaya-biaya dalam ekspor impor
 - g. Perdagangan online
 - h. Standar mutu Barang Ekspor
 - i. Penyusunan Kontrak Hukum
 - j. Penyusunan Dokumen Ekspor impor
 - k. Kontrak Dagang Ekspor Impor
 - l. Ketentuan Perdagangan Internasional secara umum

Terhadap daftar usulan tema pelatihan tersebut, terdapat beberapa komentar. Rianto (Universitas Binus): Pelatihan bahasa Inggris terutama dalam ekspor impor, pelatihan research

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

pasar, pengetahuan merk dagang, pasarnya mungkin UMKM pemula, dan UMKM yang sudah mulai go internasional. Taufiq (Perusahaan *Supply Chain* Indonesia): perlu adanya materi mengenai keunggulan bersaing/*competitive advantage* sebagai prioritas utama, karena sangat dibutuhkan dalam arena persaingan global. Demikian juga dengan pelatihan ekspansi dan investasi, agar UMKM bisa memahami bagaimana setelah berkembang bisa ekspansi usaha. Pelatihan lain yang diusulkan adalah mengenai kualitas produk dan jasa, bagaimana menjaga pelayanan dan kualitas produk tetap baik, termasuk juga ke pelayanan pelanggan. Ditambahkan juga pelatihan mengenai *delivery system*. Dika Rinakuki (perusahaan Ekspor Impor) menambahkan usulan agar untuk kategori prioritas tinggi perlu ada 1) materi mengenai penyusunan *export marketing plan*, yang kalau di perdagangan, mungkin ekuivalennya adalah *trade marketing plan*. 2) Bagaimana mengenali produk, memastikan pasar dan resikonya, bagaimana mitigasinya. Perlu juga bagaimana menyusun strategi yang tepat agar produk bisa mengarah pada market, buyer, saluran distribusi, logistik yang tepat. Semua itu harus dengan menyusun strategi ekspor/trade (Hadiyati & Hendrasto, 2021) Ini sangat sedikit dilakukan oleh UMKM yang akan ekspor. Sementara itu Herlina (Karya Nusa Raya) menambahkan usulan materi mengenai proses pengiriman, tidak hanya menyediakan barang tapi sampai barang itu tiba, yang selama ini diajarkan hanya melalui forwarder. Tergantung target peserta, mungkin untuk PT hal ini tidak dibutuhkan karena bisa pakai *forwarder*, tapi kalau UMKM mungkin prioritasnya lebih tinggi

Untuk materi pelatihan yang dikategorikan sebagai prioritas menengah, peserta FGD mengidentifikasi materi-materi sebagai berikut:

1. Analisis mengakses pasar baru
2. Analisis resiko
3. Berpikir Kreatif
4. Manajemen Keuangan
5. Keterampilan negosiasi
6. Strategi penentuan harga

Terhadap pengelompokan (kategorisasi) daftar usulan tema pelatihan tersebut juga terdapat komentar-komentar sebagai berikut. Dika Rinakuki menambahkan perlunya mempertimbangkan pelatihan untuk *approach* ekspor di target market yang berbeda, mengingat usaha yang kecil dan menengah saja beda kebutuhannya. Kategorisasi pelatihan bisa juga dibagi berdasarkan skala (besar kecil), atau stage (pemula, sudah siap, akan ekspansi dan sebagainya).

Selain dua kategori di atas, terdapat juga penggolongan materi pelatihan yang dianggap prioritas rendah atau tidak terlalu mendesak untuk segera dilaksanakan, yakni:

1. Teknik pelatihan / coaching
2. Analisis Karakteristik Komoditas
3. Manajemen Informasi
4. Ketentuan produk pembiayaan Internasional
5. Manajemen SDM
6. Persyaratan di negara tujuan ekspor
7. Pengemasan produk
8. Prosedur pembayaran internasional

Terhadap kelompok prioritas rendah ini juga masih ada komentar tambahan, seperti dari Ronald (Meta Indonesia) yang menyebutkan bahwa pemasaran digital merupakan program *high*

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

priority, namun bisa ditambahkan yaitu riset pasar. Pemasaran digital itu lebih fokus di promosi, sedangkan kalau kita bicara pemasaran ada 4P (*price, product, promotion, people*). Ronald juga menyebutkan bahwa berdasarkan yang bersangkutan keliling Indonesia disimpulkan bahwa masalah digital, pengetahuan terkait pemahaman pasar itu minim. Analisis mengakses pasar baru itu khusus untuk ekspansi, tapi kurang lengkap. Selain itu, Fahri (Alumni PPEI) juga menambahkan bahwa pelatihan bagi perusahaan kecil mengenai informasi misi dagang dan pameran dagang (Trade fair) diperlukan, karena selama ini yang ikut hanya perusahaan besar dan untuk mencari informasi tentang hal itu cukup sulit. Kemudian juga perlu ada pelatihan untuk berdagang dengan diaspora, untuk membantu close deal.

Selain usul-usul di atas, peserta lain, Reza (Bukalapak) memberikan pendapat bahwa pelatihan *IP protection*, terutama di level UMKM sangat diperlukan karena banyak di antara mereka yang tidak mengetahui hal tersebut, mengingat jika bisnis mereka mau sustain ke depannya, tanpa pengetahuan tentang itu perusahaan mereka tidak akan mampu bertahan. Novita (Kalbe Nabati) menambahkan bahwa aspek pra dan pasca transaksi, seperti *handling complaint, quality product*, untuk *maintain buyer, after sales (service), memforecast* kebutuhan *raw material* agar harga produk akhir bisa terjaga, perlu ditekankan dalam pelatihan.

KESIMPULAN

Focus Group Discussion dengan topik Mengulik Arah Pelatihan Jasa Perdagangan yang diselenggarakan oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Kementerian Perdagangan ini, sampai akhir diskusi masih belum bisa menyimpulkan sebuah definisi yang jelas tentang arti jasa perdagangan, dan masih tetap terkesan rancu dengan definisi perdagangan jasa. Definisi Jasa Perdagangan masih berada di wilayah abu-abu karena berdasarkan definisi sederhana di atas yakni: *Jasa Perdagangan merupakan sebuah kegiatan yang ditujukan untuk menunjang kelancaran transaksi perdagangan tetapi jasa itu sendiri tidak secara langsung diperdagangkan. Misalnya tera, pengujian mutu barang, resi gudang dan sebagainya. Baik tera, pengujian mutu maupun resi Gudang bukanlah produk atau komoditi yang diperdagangkan. Sedangkan perdagangan jasa adalah suatu kegiatan yang secara langsung memperdagangkan jasa yang disediakan. Misalnya asuransi, transportasi, salon kecantikan dan sebagainya. Baik jasa asuransi, jasa transportasi dan salon kecantikan adalah produk-produk yang bisa diperjualbelikan secara langsung*, tetap saja masih terdapat ketidakjelasan pengertian, terutama tentang pertanyaan apakah produk jasa perdagangan tidak secara langsung diperdagangkan. Pada kenyataannya, untuk tiap klasifikasi prioritas tinggi, menengah maupun rendah, semua sama-sama bisa dijadikan atau dianggap sebagai produk yang bisa diperdagangkan, meskipun konsumen atau pasarnya mungkin bukan berupa pengguna akhir atau konsumen langsung seperti pada perdagangan jasa.

Sebagaimana telah pula dikemukakan sebelumnya tentang kelemahan penggunaan FGD sebagai metode pengumpulan informasi dan analisis kualitatif sebagai alat kajian, ukuran sampel yang kecil dan heterogenitas individu menjadikan hasil tidak memadai untuk membuat proyeksi atau gambaran gabungan dari situasi tersebut. FGD tentang Mengulik arah Pelatihan Jasa Perdagangan ini pun nampaknya tidak secara maksimal mampu menghasilkan sasaran yang diharapkan, yakni keseragaman definisi dan sudut pandang mengenai apa itu jasa perdagangan. yang terbatas dan tidak semua mereka secara aktif terlibat dalam diskusi,

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

membuat pendapat yang berhasil diidentifikasi dan dicatat juga sangat terbatas. Apalagi peserta memiliki pengalaman dan keahlian yang heterogen, maka kesatuan pendapat tentang jasa perdagangan hingga sesi diskusi berakhir tetap tidak berhasil dirumuskan.

Meskipun demikian FGD ini dianggap cukup membuahkan hasil seperti yang diharapkan, oleh karena dari rekomendasi yang disepakati peserta tentang klasifikasi materi pelatihan Jasa Perdagangan yang telah dibuat, setidaknya pihak PPEJP mendapatkan gambaran tentang pelatihan apa yang sebaiknya dilakukan, meskipun rekomendasi itu sendiri nota bene telah melebar cukup jauh dari materi-materi pelatihan yang telah dialihkan dari unit-unit organisasi di lingkungan Kementerian Perdagangan kepada PPEJP, yakni pelatihan-pelatihan yang bertajuk sebagai berikut:

1. Pelatihan kemetrolgian oleh Direktorat Metrologi
2. Pelatihan Pengujian Mutu oleh Direktorat Standarisasi dan Pengujian Mutu Barang
3. Pelatihan Resi Gudang dan Perdagangan Berjangka oleh Badan Pelaksana Bursa Komoditi
4. Pelatihan Pembinaan Pasar oleh Direktorat Bina Usaha Perdagangan

Melihat sulitnya membuat sebuah definisi yang jelas tentang Jasa Perdagangan dan tidak adanya pengaturan tentang masalah tersebut pada UU no. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, sebenarnya nomenklatur PPEJP yang diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan yang menyebutkan Jasa Perdagangan sebagai salah satu tupoksinya, secara teoritis landasan hukumnya menjadi lemah. Mungkin penamaan ini perlu ditinjau kembali oleh karena jika definisinya saja tidak jelas dan berbaur dengan definisi perdagangan jasa, mengapa bukan perdagangan jasa saja yang digunakan karena UU Perdagangan sudah jelas menyebutkannya.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/klasifikasi/app/kbli>
- Ditjen Perdagangan Dalam Negeri. (2022). *FGD Pembinaan Bidang Jasa Perdagangan*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=l61yQcWnSSI&t=9322s>
- Hadiyati, E., & Hendrasto, F. (2021). Entrepreneurial Marketing Strategy of Micro, Small and Medium Enterprises in Pandemic Covid-19 Era. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 9(2), 178–191. <https://doi.org/10.35808/ijebe/696>
- Hamdani Pratama, S.H.,M.I.Kom, **PENGEMBANGAN SDM DIGITAL KOMINFO, BALAI PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (BPPTIK, Makalah Pada Pada Focus Group Discussin Yang Diselenggarakan Oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor Dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Jakarta, 27 Juni 2023**
- ICC Academy, Online, Industry-Recognised Professional Qualifications, Authored By ICC, 2022.
- ITC SME Trade Academy, 2023.*
- KBBI. (2023). *KBBI Daring*. Kbbi.Kemdikbud.Go.Id. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) – Badan Pusat Statitisk, 2020.

KALODRAN

Jurnal Ilmu Komunikasi <https://www.jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran>

- RIK Group, **ARAH PENGEMBANGAN PELATIHAN JASA PERDAGANGAN, *Discussion Document Jakarta, 27 Juni 2023***, Makalah Pada Focus Group Discussin Yang Diselenggarakan Oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor Dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Jakarta, 27 Juni 2023.
- Ningsih, I. J., Suparmono, S., & Amir, D. A. (2020). Pengaruh Kompensasi, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia. *Cakrawansa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(1), 1–8.
- Peraturan Menteri Perdagangan. (2022). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang. (2014). *Undang-Undang no. 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan*.
UU No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Lembaran Negara .2014/No. 45, TLN No. 5512, LL SETNEG:
Peraturan Menteri Perdagangan No 52 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pengembangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Perdagangan
- Zusty Dewayani, “**MENGULIK ARAH PENGEMBANGAN PELATIHAN JASA PERDAGANGAN**”, Makalah Pada Focus Group Discussin Yang Diselenggarakan Oleh Pusat Pelatihan Sumber Daya Manusia Ekspor Dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan Jakarta, 27 Juni 2023.