
HUBUNGAN EKONOMI BILATERAL ANTAR NEGARA
DI ASIA DENGAN AFRIKA

<Teuku Rezasyah>

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Bandung

I

PENDAHULUAN

Kerjasama ekonomi antara kawasan Asia dan Afrika telah berkembang pesat pasca pelaksanaan Konferensi Asia dan Afrika, yang diselenggarakan pada tahun 1955. Sejak tahun tersebut, kekuatan kolonial terpaksa meninggalkan wilayah jajahan mereka, menyusul tercapainya kemerdekaan, yang berinduk pada perjuangan di dalam negeri, maupun daya dukung sesama negara sedang berkembang. Dalam kenyataannya, terlahir berbagai model pembangunan, baik yang dirancang secara mandiri, maupun mengandalkan dukungan dari bekas negara penjajah.

Memang dalam kenyataannya terlahir berbagai model kerja sama. Namun manfaat kerjasama ini tidaklah merata, mengingat terdapat negara-negara yang mampu memanfaatkan momentum ini, serta negara-negara yang belum optimal memanfaatkan momentum ini.

Naskah ini dirancang guna menjawab kecenderungan diatas, melalui analisa atas tiga aspek. Pertama, gambaran atas perkembangan yang terjadi. Kedua, mengamati rahasia sukses negara-negara tertentu. Ketiga, rekomendasi bagi pemerintah Indonesia.

II PERKEMBANGAN TERKINI

Tabel 1 di bawah ini memperlihatkan komposisi ekspor dan impor yang dilakukan negara-negara di Afrika dengan mitra mereka di Asia. Secara sederhana Tabel ini memperlihatkan juga negara-negara mana yang menggunakan produk tersebut sebagai komponen produksi, sekaligus negara-negara yang menyalurkannya kembali ke kawasan dunia yang lain.

Tabel 1
Ekspor dan Impor 20 Produk Afrika dan Asia

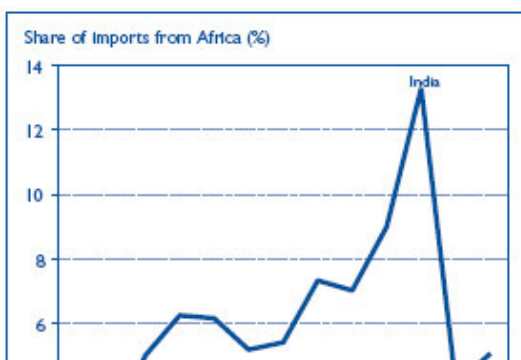
Product	Exporters	Importers
<i>Mineral fuel</i>		
Crude oil (1 st , 32.9%)	Nigeria (34), Angola (23), Rep. of Congo (17), Sudan, Egypt, Cameroon, Gabon, Niger, Equatorial Guinea	China (23), Korea (22), India (22), Taiwan (21), Japan, Indonesia, Singapore
Coal (10 th , 1.5%)	South Africa (99)	Korea (24), Taiwan (24), Japan (24), India (24), Hong Kong, China
Motor spirit and other light oils (14 th , 1.3%)	Egypt (53), Algeria (35), Morocco, South Africa, Sudan, Angola, Libya	Japan (59), Korea (28), Singapore (11), Indonesia
<i>Metal and nonmetal mineral products</i>		
Gold (2 nd , 7.6%)	South Africa (98), Zimbabwe	India (64), Korea (19), Hong Kong, China, Thailand, Japan
Platinum (3 rd , 5.0%)	South Africa (100)	Japan (92), Korea, Hong Kong, China
Aluminum (6 th , 3.3%)	South Africa (99)	Korea (32), Japan (32), Taiwan (13), Malaysia, Thailand, Indonesia, Hong Kong, China
Ferro alloy (7 th , 3.1%)	South Africa (91), Zimbabwe	Japan (51), Taiwan (29), Korea (18)
Copper (11 th , 2.4%)	Zambia (57), South Africa (38), Tanzania	Taiwan (25), Japan (18), Thailand (17), Korea, Malaysia, China, India, Singapore, Indonesia, Pakistan
Iron ore (12 th , 1.7%)	South Africa (99)	China (54), Japan (42), Korea
Diamonds (13 th , 1.6%)	South Africa (60), Rep. of Congo (19), Ghana (18)	China (38), Thailand (37), Hong Kong (20), India
<i>Nonmineral primary commodities</i>		
Cotton (4 th , 3.5%)	Cote d'Ivoire (13), Mali (13), Egypt, Togo, Benin, Zimbabwe, Burkina Faso, Cameroon, Tanzania, South Africa, Sudan, Chad, Central African Republic, Uganda	Thailand (23), Taiwan (22), Indonesia (15), India (15), Malaysia, Korea, Japan, China, Hong Kong, Philippines
Sawlogs (8 th , 2.6%)	Gabon, Cameroon, Equatorial Guinea, Nigeria, Cote d'Ivoire, South Africa, Mozambique, Liberia	China (57), India (20), Hong Kong (10), Japan, Taiwan
Pulpwood (16 th , 1.1%)	South Africa (99)	Japan (97), Korea
Chemical wood pulp (20 th , 0.8%)	South Africa (100)	Indonesia (29), Taiwan (25), Thailand (16), Japan (12), India (10), China
<i>Agricultural and fishery</i>		
Crustaceans & mollusks (9 th , 2.5%)	Morocco (51), Mauritania (20), South Africa (10), Madagascar, Mozambique, Senegal, Ghana, Gambia	Japan (85), Hong Kong, Thailand, China
Nuts (15 th , 1.2%)	Tanzania (36), Guinea-Bissau (16), Cote d'Ivoire (14), Mozambique, Benin, Kenya, Nigeria, Senegal, Ghana	India (97), Japan
Tea (18 th , 0.9%)	Kenya (83), Tanzania, Rwanda, Burundi, Malawi, South Africa	Pakistan (95), Singapore, Japan
Tobacco (20 th , 0.8%)	Zimbabwe (62), Malawi (25), South Africa, Tanzania, Zambia	Japan (47), China (25), Philippines, Indonesia, Singapore, Malaysia, Hong Kong, Thailand
<i>Other</i>		
Organic acids (5 th , 3.3%)	Morocco (53), Tunisia (25), South Africa (12), Senegal	India (94), China, Indonesia
Ships (17 th , 1.0%)	Liberia (72), South Africa (26)	Singapore (62), India (28), Korea, Pakistan

Note: Numbers in parentheses after country names are the percentage shares of total trade values (only 10% or above are indicated).
Source: UN Comtrade.

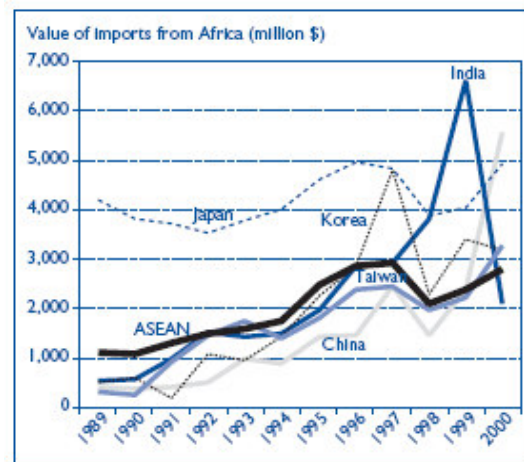
Secara lebih rinci, grafik berikut ini menggambarkan komposisi ekspor dan impor negara-negara di Afrika dengan mitra mereka di Asia.

Grafik 1
Ekspor dan Impor Afrika ke/dari Asia
1989-2000

Ekspor



Impor



Notes: The ASEAN countries are Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, and Thailand. All figures are based on partners' import data.
Source: UN Comtrade.

Secara spesifik, interaksi antar negara-negara di Asia dengan kawasan Afrika dapat dipetakan sebagai berikut.

1. India.

India memiliki kepentingan terbesar dalam hubungan perdagangannya dengan Afrika. Komoditas-komoditas yang di Impor oleh India diantaranya adalah Minyak mentah, Batu Bara, Emas, Tembaga, Berlian, Katun, Kayu Gelondongan, kayu kimia pulp, Kacang, Asam Organik, dan Perkapalan.¹

¹ *Patterns of Africa-Asia Trade and Investment: Potential for Ownership and Partnership.*

Sejak tahun 1980an, India menyadari adanya kendala-kendala dalam: jarak, bahasa, keterbatasan informasi, gejolak politik, ekonomi makro yang tidak stabil. Namun sejak tahun 1990an, India aktif membangun jaringan kerjasama ekonomi dengan negara-negara kawasan Sub-Sahara Afrika, dengan program ekonomi luar negerinya yang bertema: 'Africa Focus'. Dalam waktu singkat, India berhasil membangun kemitraan dengan 7 negara inti: Nigeria, Afrika Selatan, Mauritius, Kenya, Ethiopia, Tanzania and Ghana. Orientasi ini, berhasil mengangkat nilai perdagangan India dengan kawasan Sub-Sahara Afrika, dari US \$ 893 Juta pada tahun 1991/92, menjadi US \$ 3.390 Juta pada tahun 2001/01.

Pendekatan ini dikelola secara khusus, lewat sebuah *Commercial Representatives on Sub Saharan African Countries*, dengan catatan penting sebagai berikut ini.

1. Penandatanganan MOU perjanjian dagang dengan pemerintah Tanzania, di Dar-es-Salaam pada bulan Juli 2000.
2. Pertemuan perwakilan dagang India dan Afrika Selatan di Kedutaan Besar India di Pretoria.
3. Konferensi perdagangan dengan kawasan Afrika Bagian Barat, di Lagos pada bulan Oktober 2000.
4. Pameran catalog India di Accra, bulan Oktober 2000.
5. Menerima kunjungan Wakil Menteri Perdagangan dan Industri Ethiopia di India, pada bulan Maret 2001.
6. Penyelenggaraan pameran 'Enterprise India', di Durban pada bulan Juni 2000.²

2. Jepang.

Jepang merupakan salah satu negara Asia yang mempunyai hubungan perdagangan yang cukup besar dengan benua Afrika. Hampir

² *Report On Indian Head of Mission/ Commercial Representatives in Sub Saharan Countires.* 2003. Ministry of Commerce and Industry Department of Commerce Government of India.

setiap komoditas Ekspor yang ditawarkan oleh Afrika diimpor oleh Jepang. Komoditas tersebut diantaranya adalah barang-barang mentah atau tambang, diantaranya adalah Minyak Mentah, Batu Bara, bahan bakar jadi, Emas, Platinum, Alumunium, Biji Besi, Tembaga, besi batangan, Katun, kayu gelondongan, kayu pulp, kimia pulp, udang, kacang, teh dan tembakau. Untuk komoditi minyak mentah, permintaan Jepang tidak terlalu besar karena Jepang mengandalkan kawasan Timur Tengah.

3. Malaysia.

Hubungan ekonomi terutama dalam perdagangan antara Malaysia dan Afrika masih dalam taraf perkembangan. Dalam hubungan ekonominya, Malaysia menjalin hubungan perdagangan dengan Afrika untuk mengimpor Tembaga, Katun, dan Tembakau.³

Untuk ekspor ke negara-negara Afrika, Malaysia mengalami peningkatan nilai ekspor sebesar 19.1% menjadi RM 2,2 juta. Produk yang ditawarkan diantaranya adalah produk *furniture*. Dari total nilai ekspor *furniture* ke berbagai negara sebesar RM 7,6 juta, senilai 21,9% merupakan ekspor ke Afrika Selatan.⁴

4. Republik Rakyat China (RRC).

Hubungan perdagangan antara RRC dan benua Afrika cukup besar. RRC melakukan transaksi Impor untuk komoditi-komoditi tertentu seperti Minyak Mentah, Emas, Platinum, Alumunium, Tembaga, Biji Besi, Berlian, Katun, Kayu Gelondongan, Pulp, Udang dan Makanan Laut, Tembakau dan Minyak Organik.⁵

³ *Patterns of Africa-Asia Trade and Investment: Potential for Ownership and Partnership*. Oktober 2004. The World Bank Study on Africa-Asia Trade and Investment Relations. Hal. 29.

⁴ <http://www.matrade.gov.my/matrade/matradeMedia122005.htm>.

⁵ *Patterns of Africa-Asia Trade and Investment: Potential for Ownership and Partnership*.

Untuk Minyak Mentah, China mengandalkan sekali produksi minyak bumi dari Afrika. Menurut data statistik, sepanjang Januari hingga Oktober 2004, perdagangan diantara Asia dan Afrika mencapai lebih dari US\$ 23,12 juta. Dimana masing-masing nilai ekspor dan impornya adalah senilai US\$ 10,98 juta, serta US\$ 12,14 juta. Guna memacu hubungan ekonomi tersebut untuk kondisi yang lebih baik, pemerintah RRC mengeluarkan 2 kebijakan yaitu: a) *Program for Sino-Africa Cooperation in Economic and Social Development* dan b) *Plan of Addis Ababa Action* yang dikeluarkan oleh kementerian perdagangan pada Januari hingga Oktober 2004.⁶

Guna mendukung perkembangan ini, Cina telah menyiapkan pendirian 'Free Trade Areas' (FTA) dengan negara-negara di kawasan ini (Maharaj, 2004).

4. Australia.

Bagi Australia, hubungan ekonomi dengan benua Afrika sangatlah penting. Afrika Selatan merupakan mitra utama terbesar Australia di Afrika dan termasuk dalam 20 besar mitra dagang terbesar Australia diseluruh dunia. Pada akhir tahun 2004, Australia mengundang perwakilan Afrika Selatan untuk datang ke *Canberra* untuk mengadakan pertemuan pertama dengan pemerintah Australia. Kemajuan ini berlanjut pada bulan Maret 2005, yang ditindaklanjuti dengan kesepakatan kerjasama dalam hal perikanan.

Patut diakui, Departemen Luar Negeri dan Perdagangan Australia (DFAT) dan misi-misi diplomatik di negara-negara Afrika aktif mendukung kepentingan bisnis Australia di Afrika, terutama pada sektor sumber daya alam, seperti investasi-investasi di bidang energi di Afrika Utara dan Barat. Australia juga memperluas jangkauannya di Afrika Barat. High Commission Australia Australia di Nairobi mendukung kunjungan diplomatik ke Kenya

⁶<http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/statistic/foreigntradecooperation/200407/20040700249030.htm>.

pada Mei 2005. Tujuan misi ini adalah meningkatkan kepentingan perdagangan multilateral Australia, berupa pembuatan kesepakatan dengan Menteri Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan Eritrea dan membuat sebuah Memorandum of Understanding (MoU) dalam kerjasama pertanian dan perdagangan hewan ternak hidup.⁷

Perhatian Australia yang sangat besar dapat kita buktikan juga dari Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2
Perdagangan Barang Dan Jasa Australia Dengan Kawasan
Pasifik Selatan, Timur Tengah Dan Afrika⁸

	Export		Trend Growth 1999-2004	Import		Trend Growth 1999-2004
	2003 \$ million	2004 \$ million		2003 \$ million	2004 \$ million	
Goods^(a) and Services						
New Zealand and Territories	10 561	11 365	6.0%	6 810	6 940	4.1%
Papua New Guinea	1 141	1 269	-2.4%	1 677	1 786	5.2%
Other Pacific Islands	1 736	1 469	-2.6%	1 122	1 219	3.2%
Middle East ^(b)	5 321	5 918	7.2%	4 147	4 731	13.6%
South Africa	1 579	1 870	8.3%	1 427	1 523	12.5%
Other Africa ^(c)	1 359	2 042	6.4%	511	556	0.8%
Total	21 698	23 933	5.1%	15 701	16 598	6.5%

(a) Goods data is on a recorded trade basis.

(b) Excluding Egypt. No services data for 1999.

(c) Including Egypt.

Source: DFAT Stars database and ABS International trade in services by partner country 2004.

5. Thailand.

⁷ *Annual Report 2004-2005*, Department of Foreign Affairs and Trade. hal. 70-71

⁸ *Ibid.* hal. 63

Hubungan Thailand dengan Afrika terutama dalam hal perdagangan cukup besar. Dalam Impornya, Thailand mengimpor Emas, Aluminium, Tembaga, Berlian, Katun, Pulp Kimia, Uang, dan Tembakau.⁹

6. Indonesia.

Hubungan antara Indonesia dan Afrika cukup besar. Faktor sebagai penyelenggara Konferensi Asia Afrika merupakan pendukung terkenalnya Indonesia di negara-negara Afrika. Indonesia dalam hubungan dagangnya dengan Afrika melakukan Impor sejumlah komoditas seperti minyak mesin, Aluminium, Tembaga, Katun, pulp kimia, tembakau, dan asam organik.¹⁰

Namun, besarnya impor dari Afrika belum diimbangi dengan ekspor Indonesia ke Afrika, karena Indonesia tidak termasuk kedalam 20 ekportir terbesar ke Afrika.

Apakah alasan belum optimalnya ekspor Indonesia ke kawasan ini?. Pertama, Kamar Dagang dan Industri (KADIN) terkesan inferior, karena ingin menghindari persaingan dagang langsung dengan RRC dan India. Karenanya, masih sebatas ingin membuka pasar yang belum terjamah oleh pengusaha RRC dan India. Kedua, jalur bisnis Asia-Afrika selama ini belum tergarap dengan baik oleh pengusaha Indonesia dan mitra dagang mereka. Ketiga, Indonesia belum mampu membidik pasar menengah keatas, mengingat pasaran menengah kebawah telah dikuasai Cina dan India (Kompas, 21 April 2005).

Sebagai kasus sederhana, kita dapat ajukan ekspor furniture Indonesia ke Afrika Selatan. Walaupun produk ini diakui berkualitas baik di Eropa dan Amerika Serikat, sayangnya sulit sekali menghadapi produk serupa asal RRC yang lebih murah, dengan kualitas yang juga baik (Wawancara dengan Teuku Faizasyah, KBRI Pretoria, 12 Maret 2006).

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

Guna klarifikasi lebih lanjut, kami mewawancarai seorang eksportir meubel asal Jepara (CV Jati Mulya), yang kerap kali melakukan ekspor ke Afrika Selatan. Informasi yang kami terima adalah berikut ini. Kesatu, walaupun kualitas kita lebih baik dari pada buatan RRC, Thailand, dan Vietnam, tapi sulit mengalahkan produk mereka, yang bahan bakunya lebih murah. Konon, mereka mengandalkan kayu selundupan asal Indonesia. Ironisnya, harga kayu di dalam negeri semakin sulit terjangkau. Kedua, harga jual di Afrika Selatan adalah lima kali harga asal barang di Jepara, dengan keuntungan yang lebih banyak dinikmati para 'whole-sellers' (Wawancara, Direktur CV Jati Mulya di Jepara, 13 Maret 2006).

III

RAHASIA DAPUR MITRA DAGANG AFRIKA

1. Australia.

Praktik dagang Australia dengan kawasan Afrika sangat terstruktur, dan dilakukan melalui sebuah lembaga bernama 'The Australia Africa Business Council', yang berlokasi di Canberra dan memiliki cabang di semua negara bagian di Australia. Model ini serupa dengan yang ditangani dengan Indonesia, bernama 'Australia-Indonesia Business Council' (AIBC) yang berlokasi di Australia, dan 'Indonesia-Australia Business Council' (IABC) yang berlokasi di Indonesia.

Dalam kesehariannya, 'The Australia Africa Business Council' memberikan kemudahan pada para pelaku bisnis melalui praktik-praktik berikut ini:

- a. Melakukan integrasi antara hubungan bisnis kalangan pengusaha Australia kedalam praktik hubungan perdagangan dan investasi yang sedang berlangsung.

- b. Memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis guna terlibat dalam kegiatan-kegiatan: misi dagang; delegasi dagang; penjelasan bisnis; dan komisi-komisi gabungan antar menteri (Joint Ministerial Commissions).
- c. Membuka jaringan dengan perusahaan-perusahaan Australia yang terkemuka, dan lembaga perbankan Australia.

Dalam kenyataannya, DFAT meningkatkan status High Commission (Kedutaan Besar) di Ghana, dan bekerjasama dengan *Austrade* pada pembukaan Konsulat Jenderal baru di Libya, sebelum membuka perwakilan diplomatik secara penuh.

2. India.

Keberhasilan usahawan India ternyata didukung oleh sinergi yang luar biasa, melibatkan tiga aktor sekaligus: masyarakat keturunan India di Afrika Selatan, pelaku bisnis India di luar negeri, serta pemodal asal India sendiri. Integrasi tersebut adalah sebagai berikut ini. Kesatu, mereka mampu beraliansi dengan masyarakat kulit Putih dan Kulit Hitam. Antara lain, melibatkan Raja Zulu dan Pimpinan Inkatha (Chief M. Buthelezi) dalam bisnis mereka. Kedua, mereka mampu memanfaatkan momentum pertumbuhan ekonomi Afrika Selatan yang mengandalkan teknologi tinggi dan upah buruh murah. Ketiga, bisnis usahawan India mendapat dukungan moral dari 6 menteri keturunan India dalam kabinet Afrika Selatan (Padayachee, 2000).

3. Thailand.

Guna perkuatan ekspor ke seluruh dunia, Thailand telah melakukan pembenahan struktural di dalam negerinya. Pertama, melakukan 'Mega-farming', yakni menyiapkan lahan pertanian dalam jumlah besar,

menggantikan manusia dengan mesin, disertai perencanaan dan manajemen produksi. Pada saat yang sama, menerapkan teknologi tinggi dalam pertanian, yang ditunjang oleh Riset dan Pengembangan teknologi produksi. Kedua, Menggalakkan koperasi petani dalam ukuran kecil, guna memanfaatkan Mega-farming melalui paket-paket: penggunaan teknologi permesinan canggih, serta kerjasama mendapatkan wilayah pemasaran baru. Manfaat kebijakan domestik ini adalah padunya pemerintah dengan para petani dalam negosiasi perdagangan internasional (Chareonwongsak, 2003: 26).

3. Korea Selatan.

Keunggulan ekspor Korea Selatan didukung oleh tiga kekuatan sekaligus. Pertama, kualitas diri para pelaku dagang, sebagaimana terbukti dari tingginya kontak diantara 5,3 juta penduduk Korea yang bermukim di luar negeri, yang berlanjut dengan aktivitas ekonomi. Para pengusaha Korea ini terbukti sanggup mengikuti standar hidup dimana mereka berusaha (Cho, 1996: 125). Kedua, para pengusaha Korea mampu berbahasa Inggris dengan sangat baik, serta setidaknya dapat berkomunikasi dalam salah satu bahasa berikut ini: Cina, Jepang, Perancis, Rusia, Spanyol, sehingga membantu mereka memahami budaya mitra bisnis mereka (Yang, 1997: 162, 163). Ketiga, mereka mendapat dukungan dari pemerintah mereka dalam bentuk: a) bantuan keuangan; b) keringanan pajak; c) serta kemudahan ekspor, demi perolehan pasar di luar negeri (Lew, 1997: 87).

IV

REKOMENDASI

Seorang anggota DPRD Provinsi (K) pernah menceritakan pengalamannya saat mendampingi delegasi dagang Afrika Selatan ke Provinsi (L) pada tahun 1999. Komunikasi telah terjalin sejak dua bulan

terakhir, guna sebuah misi dagang selama tiga hari. Apa yang terjadi?. Hari pertama, misi dagang ini langsung diterima Gubernur, guna mendapat penjelasan tentang visi dan misi Provinsi. Hari kedua, mereka dibawa mengunjungi daerah wisata di sekitar kota (M). Delegasi ini dipertemukan juga dengan pengurus Kadin tingkat provinsi dan kota, guna mendapat informasi tentang visi dan misi Kadin. Hari ketiga, delegasi mengunjungi infrastruktur wilayah, yakni sebuah Pasar Induk, yang dilanjutkan dengan setengah hari untuk melihat kawasan industri sepatu.

Pada hari kepulangannya, delegasi ini menyatakan kekecewaan mereka, karena mereka amat berharap banyak dapat mengikat kontrak di Provinsi K. Delegasi ini membandingkan kepiawaian pengusaha Republik Rakyat Cina (RRC), yang telah menyiapkan sebuah pameran dagang khusus untuk delegasi Afrika Selatan, serta mempertemukan mereka dengan para calon eksportir. Mereka meninggalkan Beijing dengan senyuman, karena telah mengikat kontrak dagang.

Berpijak pada pengalaman diatas, kami mengajukan rekomendasi berikut ini. Pertama, mendirikan sebuah 'Indonesia Incorporated', yang beranggotakan pemerintah dan dunia usaha, guna pengembangan ekspor. Dalam hal ini, Kedutaan Besar RI di Afrika meningkatkan prakarsanya dalam mempromosikan produk-produk nasional. Pejabat yang menangani perdagangan diharapkan dapat menyampaikan analisa atas produk-produk unggulan negara lain, tingkat harga dan kualitas produk tersebut di negara setempat, dan menyarankan strategi penetrasi ekspor dari produk asal Indonesia.

Kedua, kita dapat belajar dari Korea Selatan, yang sukses menggalang ekspor ke seluruh dunia melalui strategi: a) memperlakukan karyawan yang berkualitas dengan baik; b) memajukan R&D dan menggunakan teknologi mutakhir; c) mengusahakan dukungan dari pemerintah; d) bekerjasama dengan Serikat Pekerja; e) memaksimalkan potensi manajer yang profesional; f) memberdayakan pimpinan agar mampu membaca pergerakan industri; g) terus membuat produk baru; h)

memberdayakan budaya wirausaha dalam masyarakat; i) melakukan diversifikasi bisnis berdasarkan perencanaan strategis; dan j) terus mengembangkan pasar di luar negeri (Park, 1997: 71).

Ketiga, memanfaatkan kelekatan individu pemimpin nasional dengan negara yang dipimpinnya (Young, 1988: 498). Hal ini terbukti antara lain, dari pencitraan Afrika Selatan dengan Nelson Mandela. Kita sebenarnya telah berhasil mengiklankan Batik melalui tokoh ini. Namun sayangnya, citra Batik belum marak dikalangan masyarakat Afrika Selatan. Alangkah baiknya di masa depan, pelaku bisnis Indonesia merancang sebuah 'Batik Mandela' guna dipasarkan secara luas di kawasan Afrika.

Keempat, memfasilitasi pameran produk Indonesia di luar negeri. Kalangan pengusaha yang selama ini dibina oleh Asosiasi Meubel Indonesia (ASMINDO) sudah sangat terbantu oleh Badan Promosi Ekspor Nasional (BPEN), yang membiayai sampai 70% promosi ekspor di luar negeri. Komitmen ini akan diulangi kembali dalam promosi ekspor di Qatar tanggal 12-15 Juni mendatang. Namun, mereka masih mengharapkan bantuan pemerintah guna promosi-promosi lebih lanjut di luar negeri, dan memberikan keringanan dalam biaya ekspor (Wawancara, Direktur CV Jati Mulya di Jepara, 13 Maret 2006).

DAFTAR PUSTAKA

Annual Report 2004-2005, Department of Foreign Affairs and Trade. Canberra: Government Printing Office.

Chareonwongsak, Kriengsak. 2003. 'Insights into Thailand's Post-Crisis Economy'. Bangkok: Institute of Future Studies for Development (IFD) and Success Media Co., Ltd.

Cho, Dong-sung. 1996. 'Overseas Business Ventures'. Dalam Korea Focus on Current Topics. Vol. 4, No. 1 (Jan-Feb). Hal: 124-126.

Kompas, 21 April 2005. 'Kadin Fokus Pasar yang Baru di Afrika'.

Lew, Seok-choon. 1997. 'Confucian Capitalism: Possibilities and Limits'. Dalam Korea Focus on Current Topics. Vol. 5, No. 4 (July-August). Hal: 80-98.

Maharaj, Raksha. 2004. Asia Business Briefing. (December). Emerging Markets Focus Internet portal Asia Business Briefings.

Padayachee, Vishnu. 2000. Indian Business in South Africa After Apartheid: Old and New Trajectories From Comparative Studies in Society and History. Durban: University of Kwazulu Natal

Park, Won-bae. 1997. 'Failures of Second-Generation CEOs'. Dalam Korea Focus on Current Topics. Vol. 5, No. 3 (May-June). Hal: 66-75.

Patterns of Africa-Asia Trade and Investment: Potential for Ownership and Partnership. Oktober 2004. The World Bank Study on Africa-Asia Trade and Investment Realltions.

Report On Indian Head of Mission/ Commercial Representatives in Sub Saharan Countires. 2003. Ministry of Commerce and Industry Department of Commerce Government of India.

White Paper on International Economy and Trade White Paper on International Economy and Trade 2005, Ministry of Economy, Trade and Industry.

Yang, Chang-soo. 1997. 'Globalization and Foreign Languages'. Dalam Korea Focus on Current Topics. Vol. 5, No. 1 (Jan-Feb). Hal: 162-164.

<http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/statistic/ie/200602/20060201468344.html>

<http://www.matrade.gov.my/matrade/matradeMedia122005.htm>

<http://english.mofcom.gov.cn/aarticle/statistic/foreigntradecooperation/200407/20040700249030.htm>.