

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Instansi/Perusahaan

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia merupakan instansi pemerintah yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Republik Indonesia. Berdasarkan catatan sejarah, pada awalnya Kementerian Perdagangan dan Kementerian Perindustrian adalah dua sektor kementerian yang sejak awalnya tergabung pada masa sistem presidensial terbentuk yaitu pada tanggal 19 Agustus 1945. Pada masa kabinet Wilopo, sejak 3 April 1952, sektor industri dan perdagangan menjadi tanggung jawab Kementerian Perekonomian yang dipimpin oleh Mr. Soemanang. Kemudian Mr. Soemanang digantikan oleh Mr. Iskaq Tjokrohadisoerjo sampai tanggal 12 Agustus 1955. Ketika terbentuknya Kabinet Karya yang dipimpin oleh Ir. Djoeanda, sektor industri dan perdagangan dipisahkan pada Kementerian Perdagangan yang dipimpin oleh Prof. Soemardjo, sebagai Menteri Perdagangan dijabat oleh Drs. Rachmat Muljomiseno.

Pada tahun 1962 hingga 1996, seiring dengan kehadiran Departemen Perdagangan Republik Indonesia, pada periode ini institusi yang menangani hubungan kerja sama internasional adalah Direktorat Hubungan Perdagangan Luar Negeri yang merupakan salah satu Direktorat dalam lingkungan Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri.

Pada tahun 1996 hingga 1997 sebagai konsekuensi penggabungan Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan menjadi Departemen Perindustrian dan Perdagangan menurut Keppres nomor 388/M tahun 1995, maka melalui Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan nomor 92/MPP/Kep/4/1996, Direktorat Hubungan Perdagangan Luar Negeri dipecah menjadi dua direktorat yaitu, Direktorat Hubungan Perdagangan Bilateral dan Direktorat Hubungan Perdagangan Multilateral dan Regional hal ini adalah

konsekuensi dari perkembangan di era globalisasi di mana Indonesia harus ikut dalam berbagai perundingan di kancah internasional baik di forum regional dan multilateral

Pada masa pemerintahan Presiden RI ke-6 Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2005), kebijakan pemerintah dalam kabinet Indonesia Bersatu telah adalah dengan memisahkan kembali Departemen Perindustrian dan Perdagangan menjadi Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan. Hal ini tertuang dalam Keputusan Presiden nomor 178/M tahun 2004 yang selanjutnya keberadaan Direktorat Jenderal Kerjasama Industri dan Perdagangan Internasional saat ini di bawah Departemen Perdagangan.

Pada tahun 2005 hingga 2015 melalui Peraturan Presiden nomor 10 tahun 2005 terjadi pergantian nama Direktorat Jenderal Kerjasama Industri dan Perdagangan Internasional menjadi Direktorat Jenderal Kerja Sama Perdagangan Internasional (DITJEN KPI). Kemudian pada tahun 2016 hingga saat ini, melalui Peraturan Presiden nomor 48 tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Kerja Sama Perdagangan Internasional mengalami pergantian nama menjadi Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional (DITJEN PPI).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata „dagang“ memiliki arti pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Perdagangan sendiri memiliki makna transaksi jual beli barang yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Perdagangan juga merupakan kegiatan spesifik, karena di dalamnya melibatkan rangkaian kegiatan produksi dan distribusi barang (Heilbroner, 1968).

Perdagangan internasional merupakan perdagangan yang dilakukan oleh satu negara dengan negara yang lain yang disebut juga sebagai perdagangan bilateral, kegiatan perdagangan internasional juga dapat dilakukan oleh beberapa negara yang terletak dalam satu kawasan yang disebut perdagangan regional, serta perdagangan antar negara yang tidak dibatasi oleh suatu kawasan yang juga disebut sebagai perdagangan multilateral. Bagi beberapa negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto yang menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur perekonomian suatu negara.

Negara Indonesia memiliki letak geografis yang sangat strategis untuk melakukan kegiatan dagang antar negara-negara lainnya. Terletak antara benua Asia dan Eropa serta samudra Pasifik dan Hindia, Indonesia pun dengan mudah dilalui oleh orang-orang asing yang ingin mencari keuntungan dalam berdagang.

Pada zaman dahulu, Indonesia menjadi daerah yang dilewati oleh jalur sutra yang merupakan jalur perdagangan internasional kuno dari peradaban China yang menghubungkan wilayah barat dan timur. Jalur tersebut yang melalui laut China dan Indonesia adalah Selat Malaka dan menuju ke India, lalu mengarah langsung ke Teluk Persia melalui Suriah ke Laut Tengah. Sejak tahun 1519 banyak negara-negara Eropa yang menjelajahi wilayah-wilayah di Indonesia, hingga tahun 1598 ekspedisi pertama bangsa Belanda datang ke Hindia Timur (Sekarang Indonesia) adalah untuk mencari dan membawa pulang rempah-rempah tersebut. Pada masa itu, rempah-rempah menjadi produk penting terutama dibagian Eropa yang dapat digunakan untuk bahan masakan dan menghangatkan tubuh di musim dingin.

Perdagangan di Indonesia terus berkembang hingga saat ini, sekarang, karena setiap negara telah menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia, sehingga tidak ada lagi penjajahan-penjajahan tertentu yang dilakukan untuk mendapatkan sesuatu termasuk barang dagang. Pemerintah Indonesia saat ini terus memperbaiki regulasi yang ada mengenai perdagangan baik dalam dan luar negeri serta menjalin erat kerja sama perdagangan dengan negara-negara lain baik regional maupun multilateral. Pada tingkat regional, Indonesia termasuk dalam keanggotaan.

Association of South East Asian Nation (ASEAN) sejak 8 Agustus 1967, pada tingkat multilateral, Indonesia menjadi bagian dalam World Trade Organization (WTO) sejak 24 Februari 1995.

2.2 Visi Dan Misi Kementerian Perdagangan

2.2.1 Visi Kementerian Perdagangan

Kementerian Perdagangan dibangun dan didirikan sebagai instansi yang memiliki visi misi dan nilai perusahaan sebagai berikut:

Visi:

"Kementerian Perdagangan yang Andal, Profesional, Inovatif dan Berintegritas untuk Mewujudkan Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong."

2.2.2 Misi Kementerian Perdagangan

Misi:

1. Meningkatkan Kinerja Perdagangan Luar Negeri;
2. Meningkatkan Kinerja Perdagangan Dalam Negeri, dan;
3. Mewujudkan tata kelola pemerintah yang baik (good governance) di Sektor Perdagangan.

2.3 Logo Kementerian Perdagangan

Selanjutnya, untuk menampilkan sebuah identitas dari instansi pemerintahan dengan tujuan agar dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Logo sebuah instansi tidak hanya sekadar simbol visual, tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai inti dari organisasi tersebut. Sebagai representasi grafis, logo instansi bertujuan untuk memperkuat citra dan memberikan kesan yang kuat tentang misi, visi, serta komitmen yang diemban oleh lembaga tersebut. Hal ini, pula terdapat sebuah makna khusus dalam logo Kementerian Perdagangan, yaitu:



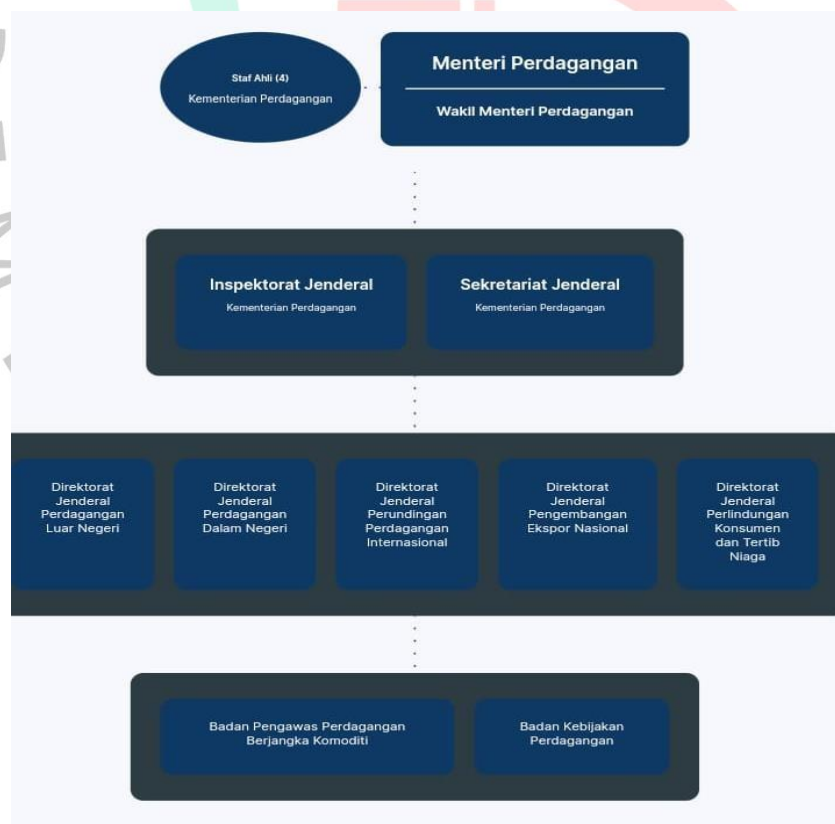
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan/Instansi

Sumber: Website Kemendag.go.id

1. Bersatu mengarah ke satu visi dengan kebersamaan menjadikan Indonesia yang maju dan berkompeten.

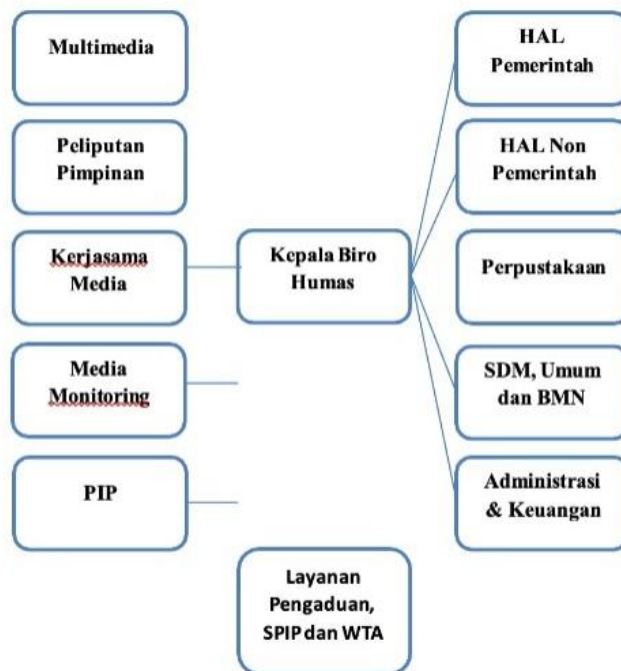
2. Garis-garis membangun anyaman yang harmonis melambangkan saling sinergi, kerjasama dan kolaborasi dalam melindungi kepentingan nasional dan membangun tata kelola bidang perdagangan untuk mencapai kejayaan bangsa.
3. 6 (enam) garis melambangkan sinergi tugas pokok dan fungsi Kementerian Perdagangan seperti sebuah anyaman berkolaborasi secara harmonis kesatu tujuan dalam:
 - a. Mengelola Perdagangan Dalam Negeri
 - b. Mengelola Perdagangan Luar Negeri
 - c. Mengelola Perundingan Perdagangan Internasional
 - d. Mengelola Pengembangan Ekspor Nasional
 - e. Mengelola Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga
 - f. Mengelola Perdagangan Berjangka Komoditi

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi
Sumber: Website Kemendag.go.id

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dipimpin oleh seorang Kepala Biro, terkait penyelenggaraan administrasi kepada seluruh unit organisasi, seorang Kepala Biro dibantu oleh Ketua Tim yang membawahi beberapa Tim diantaranya, Tim Peliputan Pimpinan, Multimedia, Kerjasama Media, Media Monitoring, Hubungan Antar Lembaga Pemerintah, Hubungan Antar Lembaga Non Pemerintah, Perpustakaan, Informasi Publik. Menurut Surat keputusan Kepala Biro Humas Nomor 92 Tahun 2022 tentang Penetapan dan Pembagian Tugas Ketua Tim Kerja Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional di Lingkungan Biro Hubungan Masyarakat Tahun 2022. Memuat struktur organisasi mengenai beberapa tim kerja didalamnya sebagai berikut.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Tim Kerja
 Sumber:: Dok. Internal Perusahaan

Berdasarkan gambar 2.2, di atas berikut, Praktikan akan memberikan penjelasan singkat mengenai tugas umum dari masing-masing tim bagian yang ada pada struktur organisasi Biro Humas pada Kementerian Perdagangan:

1. Multimedia

Mengkoordinir dalam pembuatan konten informasi dan mengelola akun media sosial Kementerian Perdagangan, melakukan dokumentasi peliputankegiatanunit eselon 1 Kementerian Perdagangan.

2. Peliputan Pimpinan

Mengkoordinir dalam hal wawancara Mendag, Rilis dan Agenda kegiatan/Pressconference/MediaBrifing/Webinar (Mendag, PDN, Daglu, PPI, PEN, Bappebti), Isu-isu Bapok dan Perdagangan Luar Negeri, Ekspor, Perundingan Internasional, Berita Perdagangan Perwadag (Wilayah Asia, Amerika Serikat, Eropa), Peliputan Luar Kota.

3. Kerjasama Media

Mengkoordinir dalam hal Kerjasama Media, Wawancara Wamendag dan Eselon 1, Rilis dan Agenda/Kegiatan/Presskonference/Media Briefing/Webinar (Wamendag, Staf Ahli, PKTN, Itjen, BP3, Sekjen, Supporting PDN), Berita Perdagangan Perwadag (Wilayah Afrika, Australia, Amerika Utara), Liputan Luar Kota.

4. Media Monitoring

Mengkoordinir dalam hal melakukan Monitoring pemberitaan Kementerian Perdagangan di media massa dan media sosial. Bertanggung jawab untuk memantau dan menganalisis liputan media terkait kebijakan ekonomi, masalah perdagangan, dan perkembangan terbaru di bidang perdagangan. Salah satu tugas utama mereka adalah memberikan informasi yang relevan kepada pimpinan dan unit terkait untuk membantu mereka membuat keputusan yang tepat dan strategis tentang komunikasi dan informasi terkait perdagangan.

5. PIP

Mengkoordinir dalam hal melakukan layanan informasi publik melalui saluran informasi yang dimiliki. Serta bertanggung jawab untuk mengatur penyediaan layanan informasi publik melalui berbagai saluran komunikasi kementerian. Tugasnya termasuk mengelola dan menyebarkan informasi secara jelas kepada masyarakat, memastikan bahwa dokumen dan data yang relevan tersedia, dan melakukan operasi pengawasan dan evaluasi untuk memastikan bahwa layanan informasi publik dijalankan sesuai dengan peraturan dan persyaratan masyarakat. Selain itu, divisi ini memahami kebijakan dan program Kementerian Perdagangan, menjawab pertanyaan, dan berpartisipasi dalam hubungan yang baik dengan publik.

6. Hubungan Antar Lembaga Pemerintah

Mengkoordinir dalam hal Pengelolaan kegiatan hubungan antar lembaga Pemerintah. Tanggung jawab utama untuk mendorong, membangun, dan memelihara hubungan yang erat antara kementerian tersebut dan lembaga pemerintah lainnya. Tugasnya termasuk berbagi informasi strategis, koordinasi kebijakan perdagangan, dan berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan sinergi antarlembaga demi kemajuan industri perdagangan negara. Selain itu, divisi ini aktif menangani masalah terbaru yang dapat memengaruhi kerja sama antarlembaga dan menciptakan solusi kolaboratif untuk memajukan agenda perdagangan nasional.

7. Hubungan Antar Lembaga Non Pemerintah

Mengkoordinir dalam hal Pengelolaan kegiatan hubungan antar lembaga Non Pemerintah. Tugas sangat penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang berkelanjutan dengan lembaga non-pemerintah. Tugas utamanya meliputi membantu pemerintah dan lembaga non-pemerintah berbicara dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama di bidang perdagangan dengan merancang kebijakan kerjasama dan program kemitraan. Selain itu, divisi ini bertanggung

jawab untuk menjalankan kegiatan komunikasi strategis untuk mendukung pencapaian visi dan misi Kementerian Perdagangan dan menciptakan citra lembaga yang baik di mata masyarakat.

8. Perpustakaan

Tanggung jawab yang besar untuk mengelola informasi yang berkaitan dengan perdagangan. Pengumpulan, manajemen, dan penyediaan akses ke berbagai literatur dan referensi perdagangan adalah tugas utamanya. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab untuk melakukan upaya untuk meningkatkan literasi perdagangan, mengadakan pelatihan, dan menyediakan dukungan informasi kepada staf dan pejabat kementerian. Oleh karena itu, divisi perpustakaan memainkan peran penting dalam membantu pengambilan keputusan perdagangan yang tepat dan terkini.

9. SDM, Umum dan BMN

Merencanakan, mengembangkan, dan mengelola sumber daya manusia perusahaan terletak di Sumber Daya Manusia Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pengembangan karyawan, manajemen kinerja, dan pengelolaan kebijakan dan program HR adalah tanggung jawabnya. Bagian Umum Kementerian Perdagangan juga bertanggung jawab untuk mengatur dan memastikan bahwa berbagai kegiatan operasional berjalan dengan baik. Salah satu tanggung jawabnya adalah mengelola sarana dan prasarana kantor, keamanan, dan layanan umum seperti transportasi dan kebersihan. Tujuannya adalah untuk membuat lingkungan kerja yang efisien dan nyaman bagi karyawan. Sementara itu, Bagian Barang Milik Negara (BMN) Kementerian Perdagangan bertanggung jawab untuk mengelola inventarisasi, pengadaan, pemeliharaan, dan penghapusan aset negara. Tugasnya termasuk memantau aset, mengelola barang inventaris, dan menyusun laporan keuangan dan kekayaan negara untuk memastikan aset negara dikelola secara efektif dan akuntabel.

10. Administrasi & Keuangan

Memiliki tanggung jawab yang sangat penting dalam mengelola aspek administratif dan keuangan untuk membantu menjalankan kementerian dengan lancar. Divisi ini bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua kegiatan kementerian berjalan dengan baik dan sesuai dengan peraturan keuangan negara, mulai dari perencanaan anggaran, pengelolaan, hingga pemantauan dan pelaporan keuangan. Selain itu, untuk membantu pencapaian tujuan strategis Kementerian Perdagangan, mereka juga berpartisipasi dalam berbagai aspek administratif seperti pemeliharaan aset dan manajemen sumber daya manusia.

11. Pengaduan, SPIP dan WTA

Divisi Pengaduan menangani keluhan dan masukan masyarakat terkait kebijakan dan layanan perdagangan. Sementara itu, tugas SPIP (Sistem Pengelolaan Informasi Perdagangan) adalah membangun dan mengelola sistem informasi yang memungkinkan berbagai aktivitas perdagangan berjalan dengan efisien dan transparan. Sebaliknya, Perjanjian Perdagangan Dunia (WTA) bertanggung jawab atas masalah perdagangan internasional Indonesia dan memastikan negara tersebut mematuhi perjanjian perdagangan internasional. Tiga divisi ini bekerja sama untuk meningkatkan kinerja dan integritas perdagangan di Indonesia.

2.5 Kegiatan Umum Instansi/Perusahaan

Kegiatan umum dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah mengelola, mengawasi, dan merancang kegiatan atau inisiatif perdagangan yang dapat meningkatkan laju ekonomi dan menjaga stabilitas komoditi produk di Indonesia serta sistem perdagangan secara menyeluruh demi kesejahteraan rakyat dan kedaulatan negara. Berdasarkan website resmi Kemendag.go.id terdapat kegiatan umum yang dijelaskan, sebagai berikut.

1. Kegiatan Sosial dan Donasi

Sebagai lembaga pemerintah yang memiliki peran strategis dalam mengelola sektor perdagangan, Kementerian Perdagangan Republik

Indonesia tidak hanya berfokus pada aspek regulasi, tetapi juga terlibat dalam kegiatan sosial dan donasi. Sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya, Kementerian ini secara aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bantuan finansial bukan satu-satunya tujuan program donasi Kementerian Perdagangan; program ini juga menyediakan masyarakat yang membutuhkan dengan pasokan kebutuhan pokok. Kehidupan warga negara dipengaruhi secara langsung oleh keterlibatan aktif ini; ini menunjukkan komitmen pemerintah untuk membangun solidaritas sosial dan membantu mereka yang memerlukan.

2. Layanan Rekrutmen dan Informasi Publik

Penyediaan layanan rekrutmen dan informasi publik adalah bagian penting dari kegiatan umum Kementerian Perdagangan. Kementerian ini berkomitmen untuk menjaga proses rekrutmen pejabat tinggi dan pegawai negeri sipil yang transparan dan terbuka. Dengan menyediakan informasi tentang proses rekrutmen, persyaratan, dan peluang karir di Kementerian Perdagangan, lembaga ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam pelayanan publik. Langkah-langkah ini sesuai dengan prinsip tata kelola yang baik dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan nasional.

3. Pameran Dagang dan Pemantauan Harga

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia secara teratur menyelenggarakan pameran dagang dan melakukan pemantauan harga komoditas penting untuk mendukung ekonomi lokal dan menjaga stabilitas harga komoditas. Pameran dagang ini tidak hanya menjadi tempat untuk memamerkan produk lokal, tetapi juga menjadi tempat bagi pelaku usaha untuk bekerja sama dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Kementerian Perdagangan memantau harga di berbagai sektor, mulai dari bahan pangan hingga barang konsumen, untuk memastikan bahwa barang-barang tersebut tersedia dan mudah diakses bagi masyarakat. Dengan demikian, Kementerian ini berfungsi sebagai

penjaga stabilitas ekonomi dan menjalankan fungsi pengawasan untuk mencegah perubahan harga yang merugikan konsumen.

4. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sering bekerja sama dengan lembaga pemerintah lainnya, perusahaan, dan mitra internasional. Tujuan kerja sama ini adalah untuk meningkatkan hubungan diplomatik di bidang ekonomi dan memaksimalkan potensi perdagangan dan investasi. Kementerian Perdagangan turut membentuk kebijakan yang mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dengan terlibat dalam forum internasional dan perjanjian perdagangan bilateral. Institusi ini berusaha melalui diplomasi ekonomi untuk menciptakan iklim perdagangan yang menguntungkan bagi semua pihak yang berpartisipasi.

5. Inovasi dan Digitalisasi Sistem Perdagangan

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia juga berfokus pada digitalisasi dan inovasi sebagai tanggapan atas perkembangan teknologi dan dinamika perdagangan global. Pengembangan platform perdagangan elektronik, pemanfaatan teknologi blockchain untuk menjamin keamanan dan transparansi rantai pasok, dan pemanfaatan kecerdasan buatan untuk analisis data perdagangan adalah beberapa dari inisiatif-inisiatif ini. Dengan memanfaatkan teknologi canggih ini, Kementerian Perdagangan berusaha meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah pelaku usaha untuk masuk ke pasar, dan menangani tantangan baru yang muncul dalam dunia perdagangan kontemporer.

6. Pendidikan dan Pelatihan

Selain itu, Kementerian Perdagangan berpartisipasi secara aktif dalam program pendidikan dan pelatihan dalam upaya meningkatkan kapasitas dan kompetensi para pelaku usaha dan tenaga kerja di sektor perdagangan. Pelatihan manajemen, peningkatan keterampilan eksport-import, dan pemahaman tentang regulasi perdagangan internasional adalah semua bagian dari program ini. Melalui upaya ini, Kementerian

membantu membangun sumber daya manusia yang berpengalaman dan siap menghadapi perubahan di pasar global. Selain itu, program pendidikan dan pelatihan membantu pengembangan sektor-sektor unggulan, yang dapat meningkatkan daya saing ekonomi.

