

**Buku Informasi Perundingan Perdagangan Jasa
Sektor Jasa Distribusi**

**Direktorat Perundingan Perdagangan Jasa
Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional
Kementerian Perdagangan
Tahun 2021**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Profil Ekonomi Sektor Jasa Indonesia	4
1.3 Profil Perdagangan Sektor Jasa Distribusi Indonesia	6
BAB II SEKTOR JASA DALAM RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL.....	12
2.1 Sektor Jasa dalam RPJMN	12
2.2 Sektor Jasa Distribusi dalam RPJMN	12
BAB III KOMITMEN UNILATERAL DAN KOMITMEN PERDAGANGAN INTERNASIONAL SERTA OFFER SEKTOR JASA DISTRIBUSI.....	14
3.1 Peraturan Domestik Mengenai Jasa Distribusi	14
3.1.1 UU Perdagangan dan UU terkait	14
3.1.2 Peraturan Sektoral Jasa Distribusi	14
3.2 Komitmen dan Offer Sektor Jasa Distribusi di Berbagai Fora.....	15
C.1 Jasa Agen Komisi.....	16
C.2 Jasa Perdagangan Grosir.....	16
C.3 Jasa Ritel	19
C.4 Waralaba.....	22
3.2.1 Fora Regional.....	23
3.2.2 Fora Bilateral	28
BAB IV POTENSI DAN OPTIMALISASI PERUNDINGAN DI SEKTOR JASA DISTRIBUSI	35
BAB V PENUTUP	36
DAFTAR PUSTAKA.....	38

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor jasa distribusi memiliki peran vital bagi fasilitasi perdagangan dalam negeri (*intra* dan *inter island*) dan luar negeri, serta peningkatan kinerja perekonomian. Khususnya di negara kepulauan seperti Indonesia, kelancaran jasa distribusi menjadi prioritas tinggi dalam kinerja perekonomian. Dalam pasar ekonomi modern, sektor jasa distribusi merupakan penghubung penting antara produsen dan konsumen. Kinerja sektor jasa distribusi memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kesejahteraan konsumen. Peningkatan efisiensi dan persaingan dalam sistem distribusi dapat berimplikasi pada tingkat harga yang lebih rendah. Sektor jasa distribusi menjadi penghubung utama antara produsen dan konsumen, dan menyumbang hingga 50 persen dari harga akhir yang konsumen bayar untuk produk atau barang (Pilat, 1997). Sektor jasa distribusi yang efektif dapat membatasi biaya yang dibayarkan oleh industri dan memberi konsumen akses ke berbagai macam barang dengan harga yang kompetitif.

Jasa distribusi merupakan sektor jasa vital dari rantai nilai yang menghubungkan produsen (petani, pengolah makanan, dan produsen) ke konsumen akhir. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, distribusi adalah kegiatan penyaluran barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen. Distribusi barang secara tidak langsung dilakukan oleh pelaku usaha distribusi dengan menggunakan rantai yang bersifat umum, yaitu distributor dan jaringannya, agen dan jaringannya, atau waralaba. Sedangkan, distribusi barang secara langsung dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung, seperti penjualan langsung secara *single level*, atau penjualan langsung secara *multi level*.

Lebih lanjut, sektor jasa distribusi bukan hanya berperan dalam pengangkutan barang saja, namun juga berperan dalam memberikan *supply* kepada konsumen dengan berbagai jasa pelengkap, seperti aksesibilitas, jaminan pengiriman produk, dan informasi. Oleh karenanya, konsumen dapat diarahkan pada pilihan yang lebih tepat dan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dalam berbelanja (WTO, 1998). Pada saat yang sama, sektor jasa distribusi juga dapat memberikan produsen informasi yang mereka butuhkan dalam penyesuaian pola permintaan konsumen yang semakin berkembang. Kegagalan pada sektor jasa distribusi dapat menyebabkan misalokasi sumber daya dan berbagai biaya ekonomi yang cukup besar.

Peningkatan deregulasi dan liberalisasi menjadi penting dalam mendukung peningkatan daya saing pada sektor jasa distribusi, baik domestik maupun internasional. Ruang lingkup perdagangan jasa internasional di sektor jasa distribusi berkembang pesat melalui perluasan penanaman modal asing dan perkembangan teknologi (WTO, 1998).

Definisi sektor jasa distribusi menurut WTO yang tertuang dalam General Agreement on Trade in Services (GATS) meliputi *commission agents' services* (CPC 621); *wholesale trade services* (CPC 622); *retailing services* (CPC 631, 632, 6111, 6113, 6121); *franchising* (CPC 8929); dan *other*.

Dalam sektor jasa distribusi, biasanya dibuat perbedaan antara perdagangan grosir/perdagangan besar dan ritel/eceran. Grosir secara sederhana dikenal sebagai kegiatan pemasaran barang dalam partai besar dan tidak secara eceran (Permendag 22/2016), sedangkan sektor ritel menjual langsung produk ke konsumen. Akan tetapi, perbedaan ini menjadi lebih sulit untuk dibuat, karena sistem distribusi menjadi lebih terintegrasi.

Terkait hubungan antara tingkat pendapatan suatu negara dan nilai tambah sektor jasa, Zhuang (2010) mengatakan bahwa makin tinggi tingkat pendapatan per kapita suatu negara, makin penting kontribusi sektor jasa dalam perekonomian negara tersebut melalui penciptaan lapangan kerja. Akan tetapi, dalam kasus perekonomian negara berkembang, ditemukan fakta kurang optimalnya kontribusi sektor jasa terhadap pertumbuhan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja, sehingga tidak sejalan dengan strategi pertumbuhan inklusif. Untuk mengatasi hal tersebut, rekomendasinya adalah meningkatkan liberalisasi di sektor jasa yang berhubungan erat dengan pembangunan inklusif, salah satunya yaitu jasa ritel.

Berdasarkan latar belakang tersebut, buku jasa distribusi ini terbagi ke dalam lima bagian. Bagian pertama yaitu pendahuluan yang berisi latar belakang, profil ekonomi sektor jasa dan profil perdagangan sektor jasa distribusi di Indonesia. Bagian kedua akan membahas mengenai perdagangan jasa secara umum, dan khususnya sektor jasa distribusi di dalam RPJMN 2019-2024. Kemudian, di bagian ketiga buku ini akan mengulas mengenai komitmen Indonesia di sektor jasa distribusi pada berbagai fora perjanjian perdagangan jasa. Bagian keempat buku ini menjelaskan mengenai potensi yang terdapat di dalam perundingan perdagangan jasa di sektor distribusi, serta pada bagian kelima adalah penutup.

1.2 Profil Ekonomi Sektor Jasa Indonesia

Sektor jasa telah membantu perekonomian Indonesia selama masa pemulihan ekonomi pasca krisis keuangan Asia. Saat ini, sektor jasa memiliki peran yang lebih besar daripada sektor pertanian dan manufaktur, baik dari peran penyediaan lapangan kerja maupun *output*-nya. Dalam satu dekade terakhir, kontribusi sektor jasa terhadap PDB meningkat dari 44 persen menjadi lebih dari 50 persen, sementara penyerapan tenaga kerja meningkat dengan besaran serupa, yaitu hampir 50 persen. Sektor jasa yang berperan penting untuk *recovery* ekonomi Indonesia dari krisis keuangan Asia yaitu jasa telekomunikasi, komputer dan konstruksi begitu pula dengan jasa transportasi, distribusi, dan logistik (Manning & Aswicahyono, 2012). Pembangunan sektor jasa yang menyeluruh

dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk mendukung salah satu visi dan misi RPJMN 2020-2024, yakni mewujudkan bangsa yang berdaya saing.

Dari sisi ekspor, ekspor jasa Indonesia terus mengalami peningkatan dari 22,22 miliar USD pada tahun 2015 menjadi 31,64 miliar USD pada tahun 2019. Akan tetapi, turun secara signifikan menjadi sebesar 14,9 miliar USD akibat adanya pandemi Covid-19. Impor jasa Indonesia juga terus mengalami peningkatan pada periode 2015 sampai dengan 2019, yaitu dari 30,91 miliar USD pada tahun 2015 menjadi 39,28 miliar US\$ pada tahun 2019. Kemudian, turun secara signifikan menjadi 24,59 miliar USD pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Nilai ekspor jasa Indonesia tahun 2010-2020 dapat dilihat pada Gambar 1.1, dan nilai impor jasa Indonesia tahun 2010-2020 dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut.

Gambar 1.1 Nilai Ekspor Jasa Indonesia Tahun 2010-2020



Sumber: World Bank (2021)

Gambar 1.2 Nilai Impor Jasa Indonesia Tahun 2010-2020



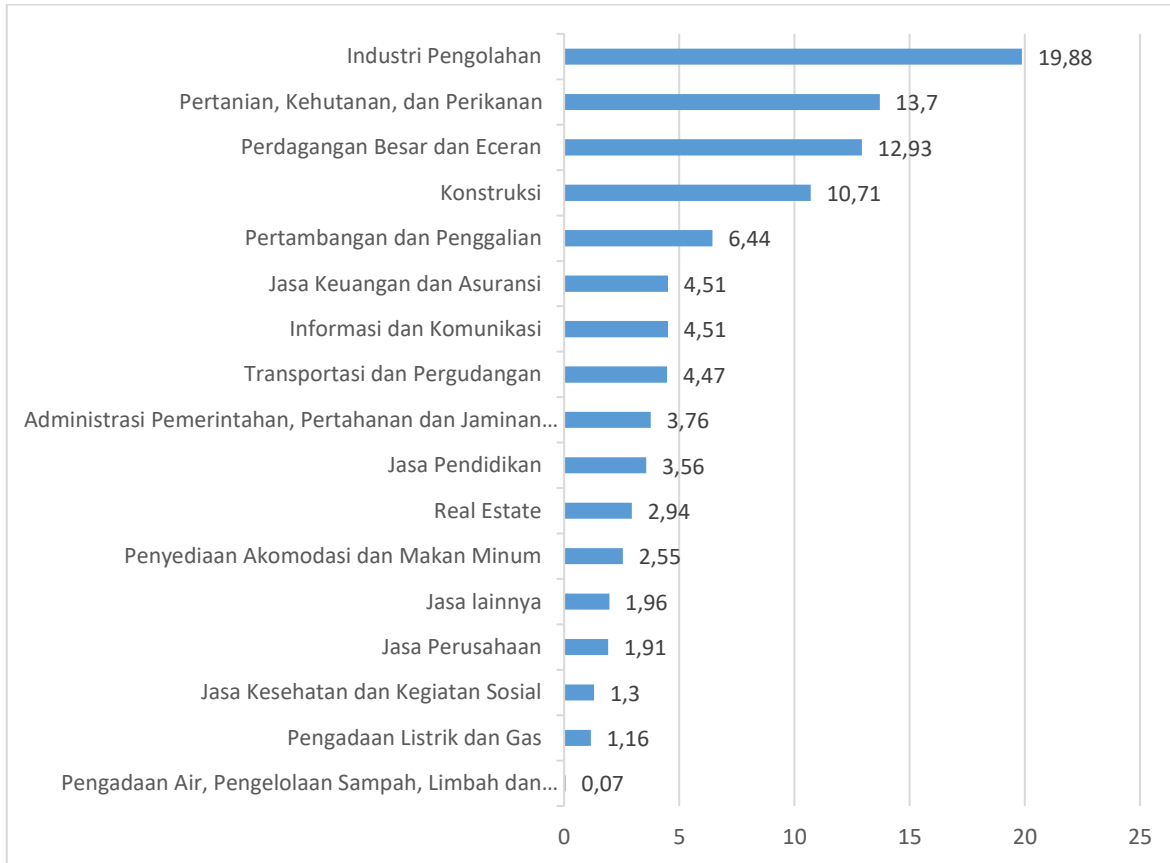
Sumber: World Bank (2021)

1.3 Profil Perdagangan Sektor Jasa Distribusi Indonesia

Berdasarkan sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia, sektor perdagangan besar dan eceran berkontribusi sebesar 13,02 persen terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) nasional pada tahun 2018. Pada tahun 2019, kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran menurun 0,01 persen menjadi sebesar 13,01 persen terhadap PDB nasional. Lebih lanjut, pada tahun 2020, kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran terhadap PDB nasional menurun 0,08 persen menjadi sebesar 12,93 persen.

Angka 12,93 persen menempatkan kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran terhadap PDB nasional pada posisi ketiga terbesar setelah sektor industri pengolahan (19,88 persen); pertanian, kehutanan, dan perikanan (13,70 persen). Distribusi peranan sektor terhadap PDB nasional dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut.

Gambar 1.3. Ditribusi Peranan Sektor terhadap PDB Nasional



Sumber: Badan Pusat Statistik (2021), diolah.

Pada tahun 2020, sektor perdagangan besar dan eceran berada pada posisi ketiga terhadap PDB nasional dengan kontribusi sebesar 12,93 persen terhadap PDB Indonesia. Meskipun mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar 0,08 persen, angka ini masih menempatkan sektor perdagangan besar dan eceran berada pada posisi ketiga dengan kontribusi sebesar 10,71 persen pada PDB nasional setelah sektor lapangan usaha industri pengolahan (19,88 persen); pertanian, kehutanan, dan perikanan (13,70 persen); dan Perdagangan Besar-Eceran; Reparasi Mobil-Sepeda Motor (12,93 persen), serta Pertambangan dan Penggalian (6,44 persen). Peranan kelima lapangan usaha tersebut dalam perekonomian Indonesia mencapai 63,66 persen (BPS, 2021). seperti yang terlihat pada grafik di bawah ini.

Sektor ini juga menempati kedua terbesar dalam peyerapan tenaga kerja di Indonesia, yaitu sebesar 24,7 juta tenaga kerja atau 19,23 persen dari total tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2020. Posisi pertama yaitu sektor pertanian, kehutanan dan perikanan (29,76%). Kemudian, setelah sektor perdagangan besar dan eceran yaitu sektor industri pengolahan (13,61%), Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum

(6,65%), dan Konstruksi (6,28%). Persebaran tenaga kerja per sektor lapangan usaha dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Tenaga Kerja per Sektor Lapangan Usaha

No.	Lapangan Pekerjaan Utama	Agustus	Persentase
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	38.224.371	29,76%
2	Perdagangan Besar dan Eceran;	24.702.695	19,23%
3	Industri Pengolahan	17.482.849	13,61%
4	Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum	8.543.794	6,65%
5	Konstruksi	8.066.497	6,28%
6	Jasa Lainnya	6.409.568	4,99%
7	Jasa Pendidikan	6.028.610	4,69%
8	Transportasi dan Pergudangan	5.591.941	4,35%
9	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4.569.946	3,56%
10	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2.005.522	1,56%
11	Jasa Perusahaan	1.796.755	1,40%
12	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.557.927	1,21%
13	Pertambangan dan Penggalian	1.352.236	1,05%
14	Informasi dan Komunikasi	933.273	0,73%
15	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah dan Daur Ulang, Pembuangan dan Pembersihan Limbah dan Sampah	490.984	0,38%
16	Real Estat	393.665	0,31%
17	Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas dan Udara Dingin	303.551	0,24%
	Total	128.454.184	100,00%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Dalam kaitan dengan sektor jasa lainnya, sektor jasa distribusi memiliki keterkaitan ke depan paling besar atau dengan kata lain output dari jasa distribusi merupakan input bagi sektor jasa lainnya. Dalam konteks servicification, jasa distribusi, bersama dengan marketing dan sales/after sales memiliki nilai tambah potensial sebesar 40%.

Berdasarkan data BPS, pada tahun 2018, terdapat 1.131 toko retail modern di Indonesia dengan penyebaran jumlah toko modern terbanyak di Jawa Barat sebanyak 232 unit, Jawa Tengah 161 unit, dan DKI Jakarta 52 unit. Selebihnya tersebar di provinsi-provinsi lainnya. Sedangkan berdasarkan data APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) untuk sub-sektor jasa distribusi ritel memiliki 35.000 toko dengan total omzet sebesar Rp 245 triliun pada akhir tahun 2018.

Perkembangan sub sektor jasa distribusi ritel dapat dilihat dari *Global Retail Development Index*. Indeks tersebut dinilai dari empat aspek dengan bobot masing-masing 25 %, yaitu MA (*market attractiveness*), CR (*country risk*), MR (*market saturation*), dan TP (*time pressure*). Pada tahun 2019, Indonesia berada pada peringkat ke-4 yang naik satu peringkat dari tahun 2019 ke 2021 dengan skor akhir 53,0 % dan penjualan ritel nasional sebesar US\$ 407 juta. Pada peringkat tiga teratas ada negara Cina, India dan Malaysia yang menjadi pesaing Indonesia. *Global Retail Development Index* dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2. Global Retail Development Index 2021

Peringkat (2021)	Negara	Penjualan Ritel Nasional (juta US\$)	MA	CR	MS	TP	Skor Akhir	Peringkat 2019 ke 2021
			25%	25%	25%	25%		
1	Cina	4072	100	88,4	13,1	100	72,80	↔
2	India	1163	59,1	50,7	63,7	82,7	64,4	↔
3	Malaysia	112	74,5	74,0	27,2	43,9	54,1	↔
4	Indonesia	407	51,3	30,7	57,6	60,7	53,0	1 ↑
5	Bangladesh	171	15,7	2,4	96,0	88,4	53,0	New
6	Maroko	46	31,5	92,6	66,5	51,8	52,2	6 ↑
7	Mesir	200	34,3	20,5	71,5	73,8	52,0	19 ↑
8	Ghana	24	13,5	70,2	96,5	52,7	51,9	-4 ↓
9	Vietnam	125	27,8	42,2	56,0	98,4	51,8	2 ↑
10	Dominican Rep.	25	44,5	70,2	62,2	39,7	51,4	4 ↑
11	Serbia	21	61,0	55,2	27,7	62,8	50,8	16 ↑
12	Saudi Arabia	119	75,8	98,6	16,9	26,9	50,6	-5 ↓
13	Kazakhtan	26	32,8	54,0	68,0	56,6	50,2	2 ↑
14	UAE	71	78,4	100	0,2	42,9	50,0	-5 ↓
15	Rusia	429	75,0	52,8	0,0	70,0	49,3	8 ↑
16	Pantai Gading	19	10,6	24,0	94,9	69,6	49,0	New
17	Jordan	16	37,3	69,2	67,1	35,3	49,0	-9 ↓
18	Senegal	11	10,9	37,6	93,2	61,0	48,3	-12 ↓
19	Bulgaria	23	69,4	52,0	21,3	44,7	48,3	-2 ↓

Peringkat (2021)	Negara	Penjualan Ritel Nasional (juta US\$)	MA	CR	MS	TP	Skor Akhir	Peringkat 2019 ke 2021
			25%	25%	25%	25%		
20	Azerbaijan	15	32,7	37,7	84,5	26,8	47,5	-1 ↓
21	Turki	191	52,3	40,4	30,7	63,0	46,8	1 ↑
22	Rumania	72	61,2	78,1	4,9	63,3	46,4	New
23	Bolivia	17	24,5	20,9	88,0	34,4	45,2	New
24	Kenya	39	9,1	53,1	79,0	62,2	45,1	New
25	Guatemala	40	39,8	41,5	64,9	42,9	44,1	4 ↑
26	Sri Lanka	32	20,6	33,2	78,7	44,5	44,1	-8 ↓
27	Peru	58	37,2	76,3	49,3	32,4	43,8	-14 ↓
28	Colombia	70	36,8	80,2	43,7	39,3	43,7	-18 ↓
29	Tunisia	16	28,0	35,8	76,1	26,0	42,8	-4 ↓
30	Paraguay	11	23,3	71,9	82,9	4,7	42,3	-9 ↓
31	Nepal	16	0,0	20,	100	51,0	42,2	New
32	Kamerun	20	9,0	1,5	99,0	41,1	41,7	New
33	Ukraina	65	33,3	22,8	47,5	51,0	40,0	New
34	Nigeria	108	14,8	14,4	91,9	22,2	39,4	-4 ↓
35	Filipina	170	32,8	40,5	35,3	52,2	38,2	-15 ↓

Sumber: Kearney, 2021

Salah satu moda dalam perdagangan jasa adalah *commercial presence* (moda 3). *Commercial presence*. Berdasarkan *General Agreement on Trade in Services* (GATS), *commercial presence* terjadi apabila penyedia layanan jasa dari satu anggota menetapkan keberadaan teritorial, termasuk melalui kepemilikan atau sewa tempat, di wilayah anggota lain untuk menyediakan layanan.

Salah satu penyedia jasa distribusi Indonesia yang telah melakukan ekspansi ke negara mitra adalah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) dengan membuka cabang atau gerai di Filipina yang dimulai pada tahun 2014. Pembukaan gerai Alfamart di Filipina tersebut sejalan dengan visi Alfamart “menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global”. Pada tahun 2017, Alfamart tercatat memiliki gerai sebanyak 13.400 gerai, naik sebesar 44% dari tahun 2013. Penjualan Alfamart pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 66,81 triliun atau

tumbuh sebesar 9%. Sedangkan untuk laba bersihnya Alfamart meraup laba sebesar Rp 668 miliar atau naik sebesar 159%. Pencapaian-pencapaian tersebut dapat menjadi modal bagi Alfamart untuk terus melakukan ekspansi ke berbagai negara, baik di ASEAN maupun di negara lainnya.

BAB II

SEKTOR JASA DALAM RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL 2020-2024

2.1 Sektor Jasa dalam RPJMN

Peraturan Presiden No.18 tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 disebutkan bahwa salah satu kunci untuk dapat mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dalam lima tahun ke depan adalah transformasi struktural. Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkualitas tersebut, perbaikan transformasi struktural untuk peningkatan kesejahteraan utamanya didorong oleh revitalisasi industri pengolahan dengan tetap mendorong perkembangan sektor lain melalui transformasi pertanian, hilirisasi pertambangan, pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan, dan transformasi sektor jasa.

Pembangunan ekonomi dalam lima tahun ke depan diarahkan untuk meningkatkan ketahanan ekonomi yang ditunjukkan oleh kemampuan dalam pengelolaan sumber daya ekonomi, dan dalam menggunakan sumber daya tersebut untuk memproduksi barang dan jasa bernilai tambah tinggi untuk memenuhi pasar dalam negeri dan ekspor. Hasilnya diharapkan dapat mendorong pertumbuhan yang berkualitas yang ditunjukkan dengan keberlanjutan daya dukung sumber daya ekonomi yang dimanfaatkan untuk peningkatan kesejahteraan secara adil dan merata.

2.2 Sektor Jasa Distribusi dalam RPJMN

Arah kebijakan dalam rangka peningkatan nilai tambah ekonomi pada tahun 2020-2024 mencakup peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil, dan industrialisasi yang dilaksanakan dengan strategi, antara lain (1) meningkatkan industrialisasi berbasis pengolahan komoditas pertanian, kehutanan, perikanan, kemaritiman, dan non agro yang terintegrasi hulu-hilir; (2) meningkatkan industrialisasi melalui pengembangan smelter dan kawasan industri terutama di luar Jawa; (3) meningkatkan daya saing destinasi dan industri pariwisata yang didukung penguatan rantai pasok dan ekosistem pariwisata; (4) meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk dan usaha kreatif dan digital; (5) memperbaiki iklim usaha dan meningkatkan investasi, termasuk reformasi ketenagakerjaan; serta (6) mengembangkan industri halal. Industrialisasi yang tertuang dalam strategi di atas, secara umum dilaksanakan salah satunya melalui penguatan rantai pasok atau nilai melalui harmonisasi kebijakan yang mempengaruhi efisiensi alur input-proses-output-distribusi, dan pengembangan pemasok.

Peningkatan sistem logistik dan stabilitas harga menjadi salah satu strategi dalam penguatan pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi yang tertuang dalam arah kebijakan dalam rangka peningkatan nilai tambah ekonomi pada tahun 2020-2024. Penguatan sistem

logistik difokuskan pada peningkatan efisiensi distribusi nasional untuk kelancaran arus barang dan jasa antarwilayah. Pelaksanaannya dilengkapi dengan pembangunan sarana dan prasarana pendukung efisiensi distribusi dan logistik, diantaranya adalah Pusat Logistik Berikat, pengembangan *National Logistic Ecosystems* (NLE), serta peningkatan kualitas pasar rakyat melalui perbaikan tata kelola, penerapan SNI pasar dan pemanfaatan teknologi digital.

BAB III
KOMITMEN UNILATERAL DAN KOMITMEN PERDAGANGAN INTERNASIONAL SERTA
OFFER SEKTOR JASA DISTRIBUSI

3.1 Peraturan Domestik Mengenai Jasa Distribusi

3.1.1 UU Perdagangan dan UU terkait

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjelaskan mengenai definisi jasa adalah 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. Selain itu, lingkup pengaturan perdagangan jasa yang dapat diperdagangkan meliputi 12 sektor jasa menurut klasifikasi W/120 yang dikeluarkan oleh WTO. Kedua belas sektor tersebut adalah 1) Jasa Bisnis; 2) Jasa Distribusi; 3) Jasa Komunikasi; 4) Jasa Pendidikan; 5) Jasa Lingkungan Hidup; 6) Jasa Keuangan; 7) Jasa Konstruksi dan Teknik Terkait; 8) Jasa Kesehatan dan Sosial; 9) Jasa Rekreasi, Kebudayaan dan Olahraga; 10) Jasa Pariwisata; 11) Jasa Transportasi; dan 12) Jasa Lainnya. UU ini juga mengatur jasa yang diperdagangkan melalui 4 *Modes of Supply* yaitu Mode 1 cross-border supply (pasokan lintas batas), Mode 2 Consumption Abroad (Konsumsi di Luar Negeri), Mode 3 Commercial Presence (Kehadiran Komersial) dan Mode 4 Movement of Natural Persons (Perpindahan Manusia).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan telah diubah melalui Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, khususnya untuk beberapa pasal antara lain terkait substansi pengaturan lebih lanjut mengenai distribusi barang (pasal 11); pengembangan, penataan dan pembinaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan perkulakan (pasal 14); dan perizinan berusaha (pasal 24). Ketentuan lebih lanjut mengenai distribusi barang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

3.1.2 Peraturan Sektoral Jasa Distribusi

Saat ini setidaknya terdapat beberapa peraturan sektoral yang mengatur jasa distribusi, yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
5. Peraturan Presiden No. 49 tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2021 tentang Bidang Usaha Penanaman Modal;

6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
7. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Permendag Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
8. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba
9. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan.
10. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 64 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 08 Tahun 2020 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik di Bidang Perdagangan.

3.2 Komitmen dan Offer Sektor Jasa Distribusi di Berbagai Fora

Perdagangan Jasa dalam General Agreement on Trade in Services (GATS) WTO didefinisikan sesuai dengan *modes of supply*, yaitu:

1. Mode 1 – Cross Border Supply

Moda ini merupakan mode penyediaan jasa yang dilakukan dari wilayah salah satu negara anggota ke wilayah negara anggota lainnya (lintas batas). Dalam jasa distribusi, khususnya jasa waralaba biasanya dilakukan secara lintas batas. Salah satu contoh adalah WNI membeli barang melalui *online marketplace* dari luar negeri, seperti Amazon.com.

2. Mode 2 – Consumption Abroad

Moda ini mengacu pada pergerakan fisik konsumen jasa ke lokasi di mana jasa disediakan dan dikonsumsi. Dalam hal jasa distribusi, moda 2 jarang dikomitmenkan dalam perundingan perdagangan jasa. Salah satu contoh moda 2 adalah WNA datang ke Indonesia dan membeli barang dan jasa di perusahaan grosir Indonesia.

3. Mode 3 – Commercial Presence

Moda ini merupakan moda penyediaan jasa dengan mendirikan atau membuka cabang di tempat lain atau negara lain. Dua komponen utama di sektor jasa distribusi, yaitu perdagangan grosir dan eceran dipasok terutama melalui mode 3. Perusahaan grosir maupun ritel asing membuka cabang di Indonesia menjadi salah satu contoh dari moda 3.

4. Mode 4 – Movement of Natural Persons

Perdagangan jasa moda 4 mengacu pada perpindahan sementara penyedia jasa untuk memberikan jasa kepada klien di pasar luar negeri. Misalnya adalah manager

perusahaan grosir Indonesia pergi ke luar negeri untuk melakukan survey dalam rangka investasi pembukaan cabang.

C.1 Jasa Agen Komisi

Sesuai kode klasifikasi Central Product Classification (CPC), jasa agen komisi dapat di-subclass-kan sebagai berikut:

NO	KETERANGAN	CPC
1	Commission Agents' Services	621
	Commission Agents' Services	6211
	Sales on a fee or contract basis of agricultural raw materials and live animals	62111
	Sales on a fee or contract basis of food products, beverages and tobacco	62112
	Sales on a fee or contract basis of fuels, metals, ores, timber, building materials and industrial and technical chemicals	62113
	Sales on a fee or contract basis of machinery, industrial equipment and vehicles other than motor vehicles, bicycles and motorcycles	62114
	Sales on a fee or contract basis of furniture, household goods, hardware and ironmongery	62115
	Sales on a fee or contract basis of textiles, clothing and footwear	62116
	Sales on a fee or contract basis of pharmaceutical and medical goods and cosmetics	62117
	Sales on a fee or contract basis of goods n.e.c.	62118

Melihat klasifikasi di atas, jasa agen komisi mencakup jasa grosir oleh agen komisi, pialang komoditas, juru lelang, dan pedagang grosir lainnya yang berdagang atas nama orang lain. Subkategori ini juga meliputi penjualan atas dasar biaya atau kontrak seluruh komoditas, termasuk *waste materials, paper and paper products, amusement and sporting goods, photographic equipment, musical instruments, jewellery and watches*.

C.2 Jasa Perdagangan Grosir

Sesuai kode klasifikasi Central Product Classification (CPC), jasa perdagangan grosir dapat di-subclass-kan sebagai berikut:

NO	KETERANGAN	CPC
1	Wholesale Trade Services	622
	Wholesale trade services of agricultural raw materials and live animals	6221

	Wholesale trade services of grain, oilseeds and oleaginous fruits, seeds and animal feed	62211
	Wholesale trade services of flowers and plants	62212
	Wholesale trade services of unmanufactured tobacco	62213
	Wholesale trade services of live animals	62214
	Wholesale trade services of hides and skins and of leather	62215
	Wholesale trade services of agricultural raw materials n.e.c.	62119
	Wholesale trade services of food, beverages and tobacco	6222
	Wholesale trade services of fruit and vegetables	62221
	Wholesale trade services of dairy products, egg and edible oils and fats	62222
	Wholesale trade services of meat, poultry and game	62223
	Wholesale trade services of fishery products	62224
	Wholesale trade services of sugar, sugar and flour confectionery and bakery products	62225
	Wholesale trade services of beverages	62226
	Wholesale trade services of coffee, tea, cocoa and spices	62227
	Wholesale trade services of tobacco products	62228
	Wholesale trade services of food products n.e.c	62229
	Wholesale trade services of textiles, clothing and footwear	6223
	Wholesale trade services of textiles	62231
	Wholesale trade services of household linens	62232
	Wholesale trade services of articles of clothing	62233
	Wholesale trade services of fur articles	62234
	Wholesale trade services of footwear	62235
	Wholesale trade services of clothing accessories	62236
	Wholesale trade services of household appliances, articles and equipment	6224
	Wholesale trade services of household furniture	62241
	Wholesale trade services of household appliances	62242
	Wholesale trade services of cutlery, domestic metal ware and lighting articles and equipment	62243

	Wholesale trade services of radio and television equipment, musical instruments and records, music scores and tapes	62244
	Wholesale trade services of glassware, china and pottery	62245
	Wholesale trade services of wickerwork, cork goods, coopers' ware and other wooden ware	62246
	Wholesale trade services of wallpaper and floor coverings	62247
	Wholesale trade services of household articles and equipment n.e.c	62249
	Wholesale trade services of pharmaceutical and medical goods and cosmetics	6225
	Wholesale trade services of pharmaceutical and medical goods	62251
	Wholesale trade services of surgical and orthopaedic instruments and devices	62252
	Wholesale trade services of perfumery, cosmetics and soaps	62253
	Wholesale trade services of miscellaneous consumer goods	6226
	Wholesale trade services of paper and paperboard	62261
	Wholesale trade services of books, magazines, newspapers and stationery	62262
	Wholesale trade services of photographic and optical goods	62263
	Wholesale trade services of games and toys	62264
	Wholesale trade services of watches, clocks and jewellery	62265
	Wholesale trade services of sports goods (incl. bicycles)	62266
	Wholesale trade services of leather goods and travel accessories	62267
	Wholesale trade services of cleaning materials	62268
	Wholesale trade services of miscellaneous consumer goods n.e.c.	62269
	Wholesale trade services of intermediate products, other than agricultural; wholesale trade services of waste and scrap and materials for recycling	6227
	Wholesale trade services of solid, liquid and gaseous fuels and related products	62271
	Wholesale trade services of metal ores and metals in primary forms	62272
	Wholesale trade services of wood in the rough and products of primary processing of wood	62273
	Wholesale trade services of paints, varnishes and lacquers	62274

	Wholesale trade services of construction materials, fittings and fixtures and flat glass	62275
	Wholesale trade services of basic industrial chemicals, fertilizers, synthetic resins and plastics materials in primary/forms	62276
	Wholesale trade services of textile fibres	62277
	Wholesale trade services of waste and scrap and materials for recycling	62278
	Wholesale trade services of intermediate products, other than agricultural, n.e.c	62279
	Wholesale trade services of machinery, equipment and supplies	6228
	Wholesale trade services of agricultural machinery and equipment including tractors	62281
	Wholesale trade services of transport equipment other than motor vehicles, motorcycles and bicycles	62282
	Wholesale trade services of mining, construction and civil engineering machinery and equipment	62283
	Wholesale trade services of office machinery and equipment including office furniture	62284
	Wholesale trade services of machinery and equipment for the textile industry	62285
	Wholesale trade services of machinery and equipment for the wood and metal industries	62286
	Wholesale trade services of machinery and equipment related supplies	62287
	Wholesale trade services of other machinery and equipment for use in industry and commerce, etc.	62289

Melihat klasifikasi di atas, jasa perdagangan grosir sudah mencakup seluruh komoditas, seperti komoditas sektor pertanian dan peternakan; makanan, minuman, dan tembakau; tekstil, pakaian, dan alas kaki; peralatan rumah tangga; barang-barang farmasi, medis dan kosmetik; aneka barang konsumsi; produk antara, selain pertanian; serta mesin, peralatan dan perlengkapan.

C.3 Jasa Ritel

Sesuai kode klasifikasi Central Product Classification (CPC), jasa perdagangan ritel dapat di-subclass-kan sebagai berikut:

NO	KETERANGAN	CPC
1	Food Retailing Services	621
	Retail sales of food, beverages and tobacco	6310

	Retail sales of fruit and vegetables	63101
	Retail sales of dairy products and eggs	63102
	Retail sales of meat (incl. poultry) and meat products	63103
	Retail sales of fish and other seafoods	63104
	Retail sales of bread and flour confectionery	63105
	Retail sales of sugar confectionery	63106
	Retail sales of beverages not consumed on the spot	63107
	Retail sales of tobacco products	63108
	Specialized retail sales of food products n.e.c.	63109
2	Non-food retailing services	632
	Retail sales of pharmaceutical and medical goods and cosmetics	6321
	Retail sales of pharmaceutical, medical and orthopaedic goods	63211
	Retail sales of perfumery articles, cosmetic articles and toilet soaps	63212
	Retail sales of textiles, clothing, footwear and leather goods	6322
	Retail sales of textiles	63221
	Retail sales of articles of clothing, articles of fur and clothing accessories	63222
	Retail sales of footwear	63223
	Retail sales of leather goods and travel accessories	63224
	Retail sales of household appliances, articles and equipment	6323
	Retail sales of household furniture	63231
	Retail sales of household appliances	63232
	Retail sales of miscellaneous household utensils, cutlery, crockery, glassware, china and pottery	63233
	Retail sales of radio and television equipment, musical instruments and records, music scores and tapes	63234
	Retail sales of articles for lighting	63235
	Retail sales of curtains, net curtains and divers household articles of textile materials	63236
	Retail sales of wood, cork goods and wickerwork goods	63237
	Retail sales of household appliances, articles and equipment n.e.c.	63239

	Retail sales of hardware, paints, varnishes and lacquers, glass, construction materials and do-it-yourself materials and equipment	6324
	Retail sales of hardware	63241
	Retail sales of paints, varnishes and lacquers	63242
	Retail sales of glass	63243
	Retail sales of do-it-yourself materials and equipment	63244
	Retail sales of construction materials n.e.c	63245
	Retail sales of office equipment, books, newspapers and stationery and photographic, optical and precision equipment	6325
	Retail sales of office supplies and equipment	63251
	Retail sales of computers and non-customized software	63252
	Retail sales of books, newspapers, magazines and stationery	63253
	Retail sales of photographic, optical and precision equipment	63254
	Other specialized retail sales of non-food products	6329
	Retail sales of cleaning materials, wallpaper and floor coverings	63291
	Retail sales of watches, clocks and jewellery	63292
	Retail sales of sports goods (incl. bicycles)	63293
	Retail sales of games and toys	63294
	Retail sales of flowers, plants, seeds, fertilizers and pet animals	63295
	Retail sales of souvenirs	63296
	Retail sales of fuel oil, bottled gas, coal and wood	63297
	Specialized retail sales of non-food products n.e.c.	63299
3	Sales of motor vehicles	6111
	Wholesale trade services of motor vehicles	61111
	Retail sales of motor vehicles	61112
4	Sales of parts and accessories of motor vehicles	6113
	Sales of parts and accessories of motor vehicles	61130
5	Sales of motorcycles and snowmobiles and related parts and accessories	6121
	Sales of motorcycles and snowmobiles and related parts and accessories	61210

Dalam klasifikasi CPC, jasa ritel juga meliputi jasa perdagangan grosir maupun penjualan ritel kendaraan bermotor, seperti motor dan *snowmobiles*, mobil, bus, truk, tractor. Selain itu, subsektor ini juga meliputi penjualan *parts* dan aksesories kendaraan bermotor.

C.4 Waralaba

Bila dilihat dalam kode pengklasifian sektor jasa, maka sektor waralaba masuk dalam CPC 89290, yaitu *Other non-financial intangible assets*. *Other non-financial intangible assets* meliputi royalti-royalti atas hak untuk menggunakan hak eksklusif yang tidak diklasifikasikan di tempat lain, dan dimiliki oleh agen ekonomi lain.

Adapun sektor jasa distribusi yang dikomitmenkan Indonesia terdapat di berbagai fora, baik regional dan bilateral. Penyusunan komitmen akses pasar yang dilakukan Indonesia dengan negara mitra menggunakan pendekatan positif dan negatif.

3.2.1 Fora Regional

AFAS Paket 10

Pada tahun 2015, sejalan dengan pembentukan *ASEAN Economic Community* (AEC), AFAS menargetkan semua negara anggota mengizinkan perusahaan *wholesale, retail, franchising*, maupun *direct selling (multi level marketing)* dari ASEAN memiliki ekuitas asing hingga 70 persen (kecuali, Singapura yang mengizinkan 100 persen ekuitas asing). Sejalan dengan target tersebut Indonesia memberikan komitmen kepemilikan ekuitas asing sampai dengan 70 persen untuk seluruh subsektor jasa distribusi. Melalui mekanisme *joint venture* untuk moda 3, masuknya perusahaan dari luar negeri dapat mendorong efisiensi distribusi nasional untuk kelancaran arus barang dan jasa antarwilayah.

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Commitments
DISTRIBUTION SERVICES			
Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 meter square (CPC 6222)	(1) None (2) None (3) Joint venture with foreign equity participation up to 70%.	(1) None (2) None (3) Have an obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial.	
Wholesale Trade Services of textile, clothing and footwear with minimum space above 5,000 meter square (CPC 6223)			
Retail Trade Services of Bread and Flour Confectionary with Minimum Space Above 1200 m2 (CPC 63105)	(1) None (2) None (3) Joint venture with foreign equity participation up to 70%.	(1) None (2) None (3) Have an obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with	

Retail Sales of Textiles, Clothing, Footwear and Leather Goods with Minimum Space 2000 m2 (CPC 6322)		due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial. Construction Services Development Board and having qualification A/Big.	
Franchising (CPC 8929) Only for franchise of wholesale trade of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5000 meter square	(1) None (2) None (3) Joint venture with foreign equity participation up to 70%.	(1) None (2) None (3) Have an obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial. Construction Services Development Board and having qualification A/Big.	
Direct Selling (Multi Level Marketing)	(1) None (2) None (3) Joint venture with foreign equity participation up to 70%.	(1) None (2) None (3) Obligation to enlist Indonesian product in their product sale.	

Perjanjian moda 4 di AFAS berada dalam perjanjian yang berbeda karena AFAS bertujuan untuk secara signifikan menghilangkan pembatasan perdagangan jasa dan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing pemasok jasa di ASEAN. Sedangkan *ASEAN Agreement on the Movement of Natural Persons* (MNP) di sisi lain dimaksudkan untuk merampingkan prosedur bisnis bagi warga negara anggota ASEAN untuk dapat bekerja di Negara Anggota ASEAN lainnya. Di dalam *ASEAN MNP Agreement*, setiap tenaga kerja asing diatur berdasarkan regulasi tenaga kerja dan imigrasi. Dalam peraturan tersebut yang diperbolehkan masuk ke Indonesia adalah *Director, Manager*, dan *Experts* dengan masa tinggal dua tahun dan dapat diperpanjang selama dua kali.

Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)

Selain komitmen sektor jasa antar negara anggota ASEAN, Indonesia juga memiliki komitmen dalam ASEAN+6 yaitu Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). RCEP ditandatangani pada 15 November 2020 oleh sepuluh negara ASEAN dengan Australia, China, Jepang, Korea, dan New Zealand. Dalam perjanjian ini, jadwal komitmen dibuat dalam bentuk *negative list*, dimana selain yang tercantum dalam jadwal komitmen ini dibuka untuk penyedia jasa dari negara ASEAN lainnya. Dalam penerapan moda 3, Indonesia menerapkan kewajiban *joint operation* atau *joint venture* ketika perusahaan asing akan masuk ke Indonesia maksimal memiliki share 51% dari total *capital*. Secara lebih jelas komitmen Indonesia di dalam RCEP dapat dilihat pada SOC di bawah ini.

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Commitments
DISTRIBUTION SERVICES			
Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 meter square (CPC 6222)	(1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture requirement with no more than 51% of the capital shall be owned by foreigners.	(1) None (2) None (3) None, except: a) License fee requirement for foreign service suppliers that may vary from that applicable to Indonesian service suppliers b) Have to obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial. c) required to appoint Indonesian trade enterprises as agent, single agent, distributor or single distributor; d) Permitted only operate in the islands of Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku and Papua e) Have to be located in the suburbs of the provincial capitals	
Wholesale Trade Services of textile, clothing and footwear with minimum space above 5,000 meter square (CPC 6223)			

	(4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	(4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	
Direct Selling (Multi Level Marketing)	(1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture requirement with no more than 51% of the capital shall be owned by foreigners. (4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	(1) None (2) None (3) None, except: a) License fee requirement for foreign service suppliers that may vary from that applicable to Indonesian service suppliers b) Have the obligation to include Indonesian product in their list of products. c) Must join in Indonesian Direct Selling Association (4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	
Franchising (CPC 8929) - Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 meter square	(1) None (2) None (3) None, except joint venture requirement with no more than 51% of the capital shall be owned by foreigners.	(1) None (2) None (3) None, except: a) License fee requirement for foreign service suppliers that may vary from that applicable to Indonesian service suppliers b) Have to obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial.	

		c) required to appoint Indonesian trade enterprises as agent, single agent, distributor or single distributor; d) Permitted only operate in the islands of Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku and Papua e) Have to be located in the suburbs of the provincial capitals	
	(4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	(4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	

Komitmen pada moda 4 adalah None, dan tidak ada syarat dan batasan tambahan selain yang tercantum dalam Horizontal Schedule. Horizontal schedule untuk moda 4 hanya dibuka kepada Business Visitors, dan Intra-Corporate Transferees untuk beberapa jabatan, seperti direktur, manajer, *technical expert* atau *advisor*.

3.2.2 Fora Bilateral

Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE CEPA)

Perjanjian IE CEPA telah ditandatangani pada tanggal 16 Desember 2018 di Jakarta. Pada sektor jasa distribusi, Indonesia memberikan komitmen pada dua subsektor, yaitu *Direct Selling (Multi Level Marketing)*, dan *Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 meter square*. Komitmen Indonesia di sektor jasa distribusi untuk moda 3, yaitu partisipasi asing diizinkan dengan partisipasi hingga 51% dalam bentuk *joint venture*.

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Commitments
DISTRIBUTION SERVICES			
Direct Selling (Multi Level Marketing)	(1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture company with foreign equity participation up to 51% (4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	(1) Unbound (2) None (3) Unbound (4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	
Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 meter square (CPC 6222)	(1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture company with foreign equity participation up to 51%	(1) None (2) None (3) None, except: a) Subject to qualification and licensing requirement and procedure including registration; b) Required to appoint Indonesian trade companies as agent, single agent, distributor or single distributor; c) Have to obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principle of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial; d) Only permitted to be located in the suburbs of the provincial capitals in the islands of	

	(4) Unbound	Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku and Papua (4) Unbound, except as indicated in the Horizontal Commitments	
--	-------------	---	--

Pada komitmen moda 4 atau orang perseorangan untuk sektor jasa distribusi di IECEPA yang diizinkan masuk hanyalah *directors, managers* dan *specialist* yang harus memiliki izin kerja dari Kementerian Ketenagakerjaan dan mematuhi peraturan imigrasi Indonesia dengan masa tinggal dua tahun dan dapat diperpanjang selama satu tahun. Persyaratan lain untuk *manager* dan *specialist (intra corporate transfer)* harus berdasarkan *economic needs test*/uji kebutuhan ekonomi. Selain itu *installers* dapat masuk hanya untuk spesialis berkualifikasi yang merupakan karyawan perusahaan di Negara EFTA yang tidak memiliki kehadiran komersial di Indonesia dalam menyediakan jasa pemasangan untuk mesin atau peralatan industri.

Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)

Salah satu perjanjian bilateral yang dimiliki Indonesia adalah Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) yang telah ditandatangani pada 2007 dan efektif berlaku sejak 1 Juli 2008. Pada sektor jasa distribusi, Indonesia memberikan komitmen pada beberapa subsektor, yaitu *Commission Agents' Services, Wholesale Trade Services, Retailing Services, Franchising Services*, dan *Other*.

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Commitments
DISTRIBUTION SERVICES			
A. Commission Agents' Services (621, 61111, 61130, 61210)	(1) None (2) None (3) None (4) None	(1) None (2) None (3) None (4) None	

<p>B. Wholesale Trade Services (622, 61111, 61130, 61210)</p> <p>C. Retailing Services (631, 632, 61112, 61130, 61210)</p> <p>D. Franchising Services (8929)</p> <p>(a) These services excluding those related to petroleum, petroleum products, alcoholic beverages, and those supplied at Public Wholesale Market¹</p>			
<p>(b) These services related to petroleum and petroleum products</p>	<p>(1) None (2) None (3) None</p> <p>(4) None</p>	<p>(1) None (2) None (3) None except that prior notification is required in accordance with the Foreign Exchange and Foreign Trade Law. (4) None</p>	
<p>(c) These services related to alcoholic</p>	<p>(1) None (2) None (3) None except that the number of licenses conferred to service suppliers may be limited.</p>	<p>(1) None (2) None (3) None</p>	

¹ Public Wholesale Market is a market established under national or local government approval for commission agents' services and wholesale trade services of fresh foods including vegetables, fruits, marine products, meats and other daily foods, and flowers, with auction or bidding hall, parking lot and other facilities necessary for trade and disposal of aforementioned goods, which is operated on a permanent basis.

	(4) None except that the number of licenses conferred to service suppliers may be limited.	(4) None	
(d) These services supplied at Public Wholesale Market	<p>(1) Unbound*</p> <p>(2) Unbound*</p> <p>(3) None except that: the number of licenses conferred to service suppliers may be limited; and services must be supplied by a juridical person established under Japanese law, at the Central Public Wholesale Market, in accordance with the Public Wholesale Market Law (Law No. 35 of 1971).</p> <p>(4) None except that: the number of licenses conferred to service suppliers may be limited; and services must be supplied by a juridical person established under Japanese law, at the Central Public Wholesale Market, in accordance with the Public Wholesale Market Law.</p>	<p>(1) Unbound*</p> <p>(2) Unbound*</p> <p>(3) None</p> <p>(4) None</p>	
E. Other (a) Retail sales of motor fuel (613)	<p>(1) None</p> <p>(2) None</p> <p>(3) None</p> <p>(4) None</p>	<p>(1) None</p> <p>(2) None</p> <p>(3) None except that prior notification is required in accordance with the Foreign Exchange and Foreign Trade Law.</p> <p>(4) None</p>	

(b) Wholesale trade and retailing services of steam and hot water	(1) None (2) None (3) None (4) None	(1) None (2) None (3) None except that prior notification is required in accordance with the Foreign Exchange and Foreign Trade Law. (4) None	
---	--	--	--

Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA)

IA-CEPA ditandatangani oleh Menteri Perdagangan RI dan Menteri Perdagangan, Pariwisata dan Investasi Australia di Jakarta, pada 4 Maret 2019. IA-CEPA telah disahkan oleh DPR dan Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 pada 28 Februari 2020. Perundingan IA-CEPA diluncurkan pada 2 November 2010 dan setelah melalui 12 putaran perundingan dan 5 pertemuan tingkat Ketua Perunding, kedua negara berhasil menyelesaikan perundingan secara substansial pada 31 Agustus 2018. Lebih lanjut, Indonesia memberikan beberapa komitmen di sektor jasa distribusi untuk tiga subsektor, yaitu *Whole Trade Services*, *Direct Selling (Multi Level Marketing)*, dan *Franchising*. Pada moed 3, Indonesia memberikan komitmen yaitu mengizinkan *joint venture* dengan *capital share* maksimal sebesar 51%.

Sector or Subsector	Limitation on Market Access	Limitation on National Treatment	Additional Commitments
DISTRIBUTION SERVICES			
Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with minimum space above 5,000 square meters (CPC 6222)	(1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture requirement.	(1) None (2) None (3) None, except: a) No more than 51 per cent of the capital share in a joint venture shall be owned by foreigners; b) Subject to qualification and licensing requirements and procedures including registration;	
Wholesale Trade Services of textile, clothing and footwear with minimum			

space above 5,000 square meter (CPC 6223)		<ul style="list-style-type: none"> c) Required to appoint Indonesian trade enterprises as agent, single agent, distributor or single distributor; d) Obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principles of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial; and e) Only permitted to be located in the suburbs of the provincial capitals in the islands of Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku and Papua. 	
Direct Selling (Multi Level Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> (1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture requirement. 	<ul style="list-style-type: none"> (1) None (2) None (3) None, except: <ul style="list-style-type: none"> a) No more than 51 per cent of the capital share in a joint venture shall be owned by foreigners; b) Subject to qualification and licensing requirements and procedures including registration; c) Have the obligation to include Indonesian products in their list of products; and d) Must join the Indonesian Direct Selling Association. 	
Franchising - Wholesale Trade Services of food, beverages, and tobacco with	<ul style="list-style-type: none"> (1) Unbound (2) None (3) None, except joint venture requirement. 	<ul style="list-style-type: none"> (1) None (2) None (3) None, except: <ul style="list-style-type: none"> a) No more than 51 per cent of the capital share in a joint venture shall be owned by foreigners; 	

<p>minimum space above 5,000 meter square</p>		<ul style="list-style-type: none"> b) Subject to qualification and licensing requirements and procedures including registration; c) Required to appoint Indonesian trade enterprises as agent, single agent, distributor or single distributor; d) Obligation to cooperate with at least 100 Indonesian Small and Medium Enterprises yearly as a supplier and retailer, along with training and development with due regard to the principles of mutual need, mutually reinforcing and mutually beneficial; and e) Only permitted to be located in the suburbs of the provincial capitals in the islands of Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku and Papua. 	
---	--	--	--

Pada komitmen moda 4 di IACEPA, Indonesia memberikan komitmen pada *intra corporate transfer untuk jabatan directors, managers and technical experts/advisors*, serta harus memiliki izin kerja dari Kementerian Ketenagakerjaan dan mematuhi peraturan imigrasi Indonesia dengan masa tinggal dua tahun dan dapat diperpanjang sebanyak dua kali dengan masing-masing perpanjangan dua tahun. Adapun persyaratan lain untuk jabatan manager dan *technical experts/advisors*, yaitu wajib dilakukan *economic needs test*/uji kebutuhan ekonomi.

BAB IV POTENSI DAN OPTIMALISASI PERUNDINGAN DI SEKTOR JASA DISTRIBUSI

Strategi penetrasi jasa distribusi dapat dilakukan pada pasar ekspor jasa yang telah ada maupun pengembangan pasar baru seperti pembukaan akses pasar ke negara-negara non tradisional. Strategi ini perlu dilakukan mengingat hasil penelitian memprediksi adanya potensi *benefit* apabila dilakukan penurunan hambatan perdagangan sektor jasa dan peningkatan efisiensi sektor jasa distribusi Indonesia melalui implementasi *National Logistik System* (NLE).

Pembukaan akses pasar bagi pelaku usaha asing dan upaya untuk melakukan penetrasi pasar ke negara mitra perlu mempertimbangkan dan mengukur kesiapan sektor jasa distribusi domestik. Hal tersebut mengingat terdapat potensi pengaruh negatif akibat liberalisasi perdagangan yang ditunjukkan defisit neraca perdagangan. Oleh karena itu, perlu adanya kesiapan dari penyedia jasa distribusi domestik demi penguatan daya saing jasa distribusi domestik di Indonesia.

Mengingat hambatan sektor jasa berbeda dengan barang, di mana hambatan perdagangan jasa lebih pada aspek regulasi, informasi mengenai regulasi di negara tujuan sangat diperlukan. Oleh karena itu, perlu untuk melakukan pemetaan regulasi yang menghambat akses pasar jasa distribusi negara tujuan. Seringkali komitmen negara tujuan untuk perdagangan jasa adalah bebas masuk, namun ada berbagai regulasi seringkali menghambat akses pasar ke negara tujuan, seperti akses pasar berdasarkan zona wilayah tertentu, persyaratan *joint venture*, persyaratan menggunakan produk dan SDM lokal, dan lain-lain. Pemahaman akan regulasi, bahasa serta budaya masing-masing negara destinasi ekspor jasa sangat diperlukan untuk penguatan daya saing penyedia jasa distribusi domestik Indonesia. Upaya yang dapat dilakukan adalah peningkatan akses pasar bagi sektor jasa melalui disepakatinya nota sepemahaman antara Indonesia dengan mitra serta upaya pemanfaatan dan inklusi FTA/CEPA yang telah disepakati oleh Indonesia dengan mitra dagangnya.

Pemanfaatan berbagai komitmen Indonesia di perdagangan jasa distribusi melalui FDI (Foreign Direct Investment) dapat dilakukan agar *benefit* terkait *spillover FDI* dapat diperoleh Indonesia. Untuk itu perlu pemetaan regulasi domestik untuk menjamin iklim bisnis yang kondusif bagi struktur persaingan industri agar Indonesia mampu menarik FDI negara mitra ke domestik. Struktur persaingan industri jasa distribusi yang menjamin harga jasa yang kompetitif sangat diperlukan mengingat sektor jasa distribusi sebagai input bagi sektor lain. Hal ini juga berpotensi akan meningkatkan peran jasa pada sektor manufaktur (servisifikasi) agar *gain from trade* semakin meningkat.

BAB V PENUTUP

Sektor jasa distribusi memiliki peran vital bagi fasilitasi perdagangan dalam negeri (intra dan inter island karena Indonesia sebagai negara kepulauan) untuk meningkatkan kinerja perekonomian. Peningkatan daya saing penting karena kinerja perdagangan jasa yang mengalami defisit walaupun memiliki tren yang relatif menurun. Lebih lanjut, rasionalisasi pentingnya sektor jasa distribusi adalah karena sektor ini berperan dalam menghubungkan ekonomi ke dalam pasar global, baik melalui partisipasinya dalam mendistribusikan barang maupun jasa kepada konsumen global. Peran ini akan signifikan meningkat mengingat Indonesia memiliki berbagai kerja sama perdagangan barang dan jasa. Bahkan melihat pentingnya peran sektor jasa distribusi dalam perekonomian, sektor ini termasuk sektor yang diperjuangkan Indonesia di berbagai fora perundingan perdagangan jasa dunia, baik melalui perundingan bilateral maupun regional.

Adanya perjanjian perdagangan internasional memberikan kepercayaan pada investor-investor asing untuk melakukan investasi di Indonesia. Investasi tersebut dapat berdampak positif pada efisiensi jasa distribusi untuk kelancaran arus barang dan jasa antar wilayah di seluruh Indonesia.

Pengembangan akses pasar baru maupun pembukaan akses pasar bagi pelaku usaha asing harus dilihat dari perspektif geoekonomi yaitu negara hadir dalam setiap negosiasi sektor jasa. Pemerintah juga harus mengawasi dampak dari implementasi berbagai FTA, serta perlu mencari informasi tentang kesiapan setiap pelaku usaha untuk menghadapi FTA seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Oleh karena itu, dialog, kolaborasi, dan koordinasi dengan *stakeholder* diperlukan tidak hanya Kementerian dan Lembaga, namun juga penyedia jasa distribusi domestik yang akan memanfaatkan terbukanya akses pasar. Hal ini penting tidak hanya terkait dengan proses perundingan, namun juga dalam rangka memperbaiki daya saing sektor jasa distribusi dalam negeri.

Minimnya ketersediaan data dan informasi sektor jasa merupakan masalah yang belum dapat diselesaikan sampai saat ini. Data ini sangat dibutuhkan dalam liberalisasi perdagangan jasa di forum bilateral, regional dan multilateral. Data juga sangat penting dalam penentuan posisi pemerintah dalam perundingan perdagangan internasional. Pemerintah diharapkan dapat memperkuat sistem jasa distribusi nasional sehingga data gambaran riil dari jasa distribusi dalam negeri dapat tersedia secara memadai.

Peran pemerintah menjadi penting dalam melakukan koordinasi dan sosialisasi kebijakan sektor jasa dan perdagangan untuk memanfaatkan berbagai komitmen dan menyusun strategi baik strategi jangka pendek, panjang bahkan strategi prioritas. Strategi jangka pendek diperlukan mengingat sektor-sektor ini merupakan sektor yang mengalami kontraksi yang mendalam di masa pasca pandemi Covid-19, strategi jangka menengah

diperlukan agar sejalan RPJMN, dan strategi prioritas terkait dengan sektor krusial (*back bone* perekonomian) maupun sektor pendukung.

Seluruh *stakeholder* perlu terlibat secara aktif dalam implementasi dari adanya perundingan perdagangan internasional, khususnya di sektor jasa distribusi. Pemerintah perlu melakukan sejumlah inisiatif dalam *review* maupun penyebaran informasi terkait adanya FTA dan CEPA bagi masyarakat Indonesia sehingga perjanjian perdagangan internasional dapat dimanfaatkan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Distribusi PDB Triwulanan Seri 2010 Atas Dasar Harga Berlaku (Persen)*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/11/106/1/-seri-2010-distribusi-pdb-triwulanan-seri-2010-atas-dasar-harga-berlaku.html>
- Badan Pusat Statistik (BSP). (2021). *Penduduk 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja menurut Lapangan Pekerjaan Utama 2011 - 2021*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/16/970/penduduk-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-lapangan-pekerjaan-utama-1986---2021.html>
- Kearney. (2021). *The 2021 Global Retail Development Index*. Retrieved from [kearney.com: https://www.kearney.com/global-retail-development-index](https://www.kearney.com/global-retail-development-index)
- Manning, C., & Aswicahyono, H. (2012). *Perdagangan dan Pekerjaan di Sektor Jasa di Indonesia: Ringkasan Kebijakan*. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/--ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_185239.pdf
- Pilat, D. (1997). Regulation and Performance in the Distribution Sector. *OECD Economics Department Working Paper*, No. 180, OCDE/GD (97)145.
- World Bank. (2021). *Indonesia Service exports, in BoP, current US\$ 2015-2020*. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.NFSV.CD?locations=ID>
- World Bank. (2021). *Indonesia Service imports, in BoP, current US\$ 2015-2020*. Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/BM.GSR.NFSV.CD>
- World Trade Organization (WTO). (1998). *Council for Trade in Services - Distribution Services - Background Note by the Secretariat*. Switzerland: WTO.
- Zhuang, J. (2010). Inclusive Growth toward a Harmonious Society in the People's Republic of Cina: Policy Implications. *Asian Development Review*, vol. 25, nos. 1 and 2, pp. 22–33.