

Pemahaman Masyarakat Terhadap AEC Perlu Ditingkatkan

Kamis, 20-04-2017

MUHAMMADIYAH.OR.ID, BANTUL - Sebagian besar masyarakat Indonesia belum tahu dan paham betul apa itu ASEAN Economic Community (AEC). Hal ini dikarenakan penyebaran informasi kebijakan ASEAN selama ini masih menggunakan top-down process. Artinya kebijakan diambil melalui level tertinggi yaitu pejabat negara anggota dan dibagikan ke level terbawah yaitu masyarakat. Maka, hal ini yang membuat masyarakat tidak tertarik dan diakui sosialisasi ASEAN khususnya AEC perlu digencarkan kembali.

Hal ini dinyatakan oleh Jed Sutoyo, dari Direktorate of ASEAN Economic Community dalam seminar dan simulasi sidang ASEAN bertajuk "Development of ASEAN Economic Cooperation Toward ASEAN 2025" di Ruang Sidang AR. Fachruddin A Lt.5 pada Kamis (20/4). Acara ini merupakan hasil kerjasama dari jurusan Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dengan Dirjen Kerjasama ASEAN Kementerian Luar Negeri RI. Selain seminar, terdapat juga simulasi sidang ASEAN yang ditujukan kepada mahasiswa Hubungan International untuk konsentrasi diplomasi.

Jed melanjutkan bahwa ketidaktahuan masyarakat Indonesia saat ini juga yang memunculkan ketakutan masyarakat terhadap AEC terutama soal isu tenaga kerja asing yang masuk Indonesia. Dengan adanya AEC, ada anggapan tenaga kerja Indonesia harus bersaing dengan tenaga asing Negara ASEAN yang bisa bebas masuk ke ASEAN. "Yang terjadi sebenarnya tidak demikian. Perpindahan kerja di ASEAN belum seterbuka itu. Kerjasama dengan ASEAN baru sekedar penyamaan sertifikasi untuk beberapa profesi di semua Negara anggota ASEAN. Masuknya Tenaga Kerja Asing masih diatur oleh masing-masing Negara,"ungkapnya.

Jed juga menyayangkan kurangnya pemanfaatan AEC yang dilakukan masyarakat Indonesia. Padahal, di sisi lain kekuatan media sosial di Indonesia sangat besar untuk menjangkau wilayah ASEAN. "Masyarakat Indonesia belum memanfaatkan AEC. Bahkan Pengusaha Indonesia pun belum banyak menggarap pasar ASEAN karena kewalahan dengan pasar domestik. Padahal kalau dimaksimalkan, pasar ASEAN juga menguntungkan. Kita mesti optimis, pengusaha juga bisa menggunakan media sosial sebagai kekuatan untuk menjangkau ASEAN,"ungkapnya lagi.

AEC yang diinisiasi pada tahun 2015 oleh ASEAN, dapat diartikan sebagai cara untuk mempromosikan kerjasama ekonomi, politik, sosial dan budaya di seluruh wilayah ASEAN. Ide pokoknya adalah untuk menggerakkan kawasan Asia Tenggara menuju pasar tunggal dan basis produksi yang kompetitif secara global, dengan arus barang, layanan, tenaga kerja, investasi dan modal yang bebas di 10 negara anggota.

Sumber: BHP UMY/bagas