

# STRATEGI DIPLOMASI PERTAHANAN INDONESIA MELALUI ASEAN ARMIES RIFLE MEET (AARM) DALAM RANGKA PROMOSI PT. PINDAD

## INDONESIAN DEFENSE DIPLOMACY STRATEGY THROUGH ASEAN ARMIES RIFLE MEET (AARM) IN THE PROMOTION PINDAD COMPANY

Ridon Manik<sup>1</sup>, Hipdizah<sup>2</sup>, Nugraha Gumilar<sup>3</sup>

Universitas Pertahanan  
(ridon.manik@gmail.com, hipdizah86@gmail.com,  
gumilarwe@gmail.com )

**Abstrak** – Keikutsertaan Indonesia Khususnya TNI-AD dalam kompetisi ASEAN Armies Rifle Meet (AARM) yang diselenggarakan dari Tahun 1991 sampai 2019 telah mencatatkan Indonesia sebagai juara sebanyak 13 kali pertandingan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa Indonesia berusaha mempertahankan posisi juaranya sebesar 46,43% dari total kejuaraan yang diikuti, namun belum kenyataannya peluang ini belum dapat dimaksimalkan untuk mendongkrak pemasaran produk alutsista Nasional. Pada penelitian ini, permasalahan yang diangkat adalah Bagaimana Strategi pemerintah dalam memanfaatkan AARM untuk melakukan diplomasi pertahanan di kawasan Asia Tenggara, serta Bagaimana Strategi pemerintah dalam memanfaatkan AARM sebagai bentuk promosi industri pertahanan dalam negeri. Tujuan penelitian yaitu menganalisis peran diplomasi pertahanan untuk kepentingan pertahanan nasional dan bagaimana memanfaatkan AARM untuk mempromosikan produk industri pertahanan nasional. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Data didapatkan melalui praktik wawancara dengan beberapa narasumber ahli Selain itu, data sekunder didapatkan dari hasil pencarian dari buku, jurnal, dokumen resmi, website resmi serta sumber- sumber lainnya yang dapat dipertanggung jawabkan. Hasil penelitian adalah pemerintah melalui industri pertahanan dalam negerinya harus mampu menunjukkan kualitas dan kehandalan produk Industri pertahanannya kepada negara lain, apalagi bila didukung dengan adanya komitmen untuk menjaga kualitas produk tetap baik melalui layanan purna jual (*service after sales*). Sehingga akan menciptakan *buying intention* sekaligus *brand awareness* yang baik kepada perwakilan dari negara-negara peserta AARM.

**Kata Kunci:** Diplomasi Pertahanan, Kerjasama Pertahanan, Promosi Pemasaran, Sinergitas, Strategi

**Abstract** – Indonesia's participation Particularly the Indonesian Army in the ASEAN Armies Rifle Meet (AARM) competition held from 1991 to 2019 has listed Indonesia as the winner 13 times. This can be interpreted that Indonesia is trying to maintain its championship position of 46.43% of the total championships that were participated in, but not yet in reality this opportunity cannot be maximized to boost the marketing of National defense equipment products. The research objective is to analyze the role of defense diplomacy for national defense and how to use AARM to promote national defense industry products. This research was conducted using a qualitative approach. Data obtained through interviews with several experts In addition, secondary data obtained from books, journals, official documents, official websites and other reliable sources. The results of this research are explaining the strategies that can be carried out by the Government by utilizing the AARM event to conduct defense diplomacy in the Southeast Asia Region and the strategies that can be used by the Government in optimizing AARM as a form of defense industry promotion. especially if supported by a commitment

---

<sup>1</sup> Program Studi Diplomasi Pertahanan, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan

<sup>2</sup> Program Studi Diplomasi Pertahanan, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan

<sup>3</sup> Program Studi Diplomasi Pertahanan, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan

to maintain good product quality through after sales service (service after sales). So that it will create buying intentions as well as good brand awareness to representatives of AARM participating countries.

**Keywords:** Diplomacy, Defense Cooperation, Marketing Promotion, Sinergy, Strategy

## Pendahuluan

**A**SEAN *Armies Rifle Meet* (AARM) merupakan kompetisi senapan, pistol dan senapan mesin tahunan antara tentara negara-negara anggota Asosiasi Bangsa-Bangsa Asia Tenggara. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan persaingan yang bersahabat dan itikat baik diantara pasukan anggota dan untuk memberi para perwira dan orang-orangnya kesempatan untuk interaksi profesional dan untuk memperkuat ikatan sosial dan persahabatan mereka<sup>4</sup>.

Pertemuan angkatan bersenjata ASEAN merupakan gagasan dari Panglima Angkatan Darat Malaysia yang membayangkan partisipasi tentara ASEAN dalam kegiatan militer bersama. Maka Kegiatan AARM ini pertama kali pada tahun 1991 dan diikutsertakan oleh negara lainnya yakni Brunei, Indonesia, Filipina, Singapura, Thailand dan Malaysia sebagai tuan rumahnya<sup>5</sup>.

Indonesia telah memenangkan kejuaraan terbanyak sejak AARM dimulai, Angkatan Darat Indonesia memiliki 13 kejuaraan yang disusul oleh Tentara Kerajaan Thailand dengan delapan kejuaraan. Malaysia dan Singapura sama-sama menang sebanyak tiga kali, Filipina hanya sekali menjuarai pada tahun 2005. Sedangkan Brunei, Vietnam, Kamboja dan Laos masih belum pernah memenangkan kejuaraan ini.

Sejak kejuaraan AARM pertama kali diadakan di tahun 1991 sampai tahun 2018. Indonesia telah menjuarai sebanyak 13 kali pertandingan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa Indonesia berusaha mempertahankan posisi kejuaraannya sebesar 46,43% dari total kejuaraan. Jika Indonesia memenangi kejuaraan di tahun 2015 (dimana periode tersebut dijuarai oleh tuan rumah Thailand), itu berarti Indonesia bisa menjadi pemenang AARM berturut-turut dari periode 2008-2018 namun demikian

---

<sup>4</sup> Wikipedia, "ASEAN Armies Rifle Meet" dalam [https://en.wikipedia.org/wiki/ASEAN\\_Armies\\_Rifle\\_Meet](https://en.wikipedia.org/wiki/ASEAN_Armies_Rifle_Meet), 23 desember 2019, diakses pada 12 februari 2020.

<sup>5</sup> Cheng Wei, "Asean armies shoot for trophies - and closer defence ties - at annual rifle competition", The Straits Times. dalam <https://www.straitstimes.com/singapore/asean-armies-shoot-for-trophies-and-closer-defence-ties-at-annual-rifle-competition>, 26 November 2017, diakses pada 17 Desember 2019.

bagi prestasi tersebut belum memberikan signifikansi terhadap volume penjualan pada pemasaran produk industri pertahanan nasional kita dalam kawasan Asia Tenggara, banyak negara negara ASEAN yang masih menggunakan produk senjata buatan Eropa dan Amerika, padahal disatu sisi nIndonesia telah menawarkan produk Alutsista dengan keunggulan yang sudah tidak diragukan lagi melalui kemenangan dalam berbagai kompetisi menembak seperti dalam pertandingan AARM, ASSAM dan BISAM. Sehingga hal ini dirasa perlu menjadi perhatian khusus oleh Pemerintah dengan melakukan startegi diplomasi dalam melakukan pendekatan ke negara negara ASEAN

Tahun 2019 Indonesia menjadi tuan rumah kompetisi AARM yang keempat kalinya. Apa yang bisa dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia dari kegiatan ini dalam upaya peningkatan hubungan diplomasi dan mempromosikan produk alutsista nasional<sup>6</sup>.

Pertama: Indonesia harus dapat memanfaatkan AARM sebagai wadah

untuk melakukan diplomasi pertahanan Indonesia di kawasan Asia Tenggara. Dimana Kawasan ini merupakan kawasan yang sangat dinamis, cepat berubah dan penuh ketidakpastian<sup>7</sup>. Hal ini tentu secara langsung dapat berdampak tidak hanya pada masalah ekonomi melainkan juga dalam masalah keamanan kawasan. Sehingga peranan Diplomasi pertahanan menjadi bagian yang dirasa sangat penting dalam hubungan strategis di kawasan Asia tenggara. Hal ini dapat dilihat dari negara-negara di kawasan yang pada saat ini terus memperkuat diplomasi pertahanan mereka dengan negara-negara lain dalam berbagai bentuk aktivitas diplomasi pertahanan seperti melakukan kerjasama pertahanan baik secara bilateral maupun multilateral. Dalam pelaksanaannya prinsip Diplomasi pertahanan Indonesia diarahkan untuk membangun sikap saling percaya dan saling menghormati kemerdekaan dan kedaulatan masing-masing negara serta tidak saling mengintervensi urusan dalam negeri masing-masing<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Midriem Mirdanies, Kajian Kebijakan Alutsista Pertahanan dan Keamanan Republik Indonesia. (Jakarta: LIPI, 2013) hlm. 27.

<sup>7</sup> Parulian Simamora, Peluang dan Tantangan Diplomasi Pertahanan. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013), hlm. 28-32

<sup>8</sup> Kementerian Pertahanan RI, Buku putih pertahanan, (Jakarta: Kemhan RI, 2015), hlm. 50

Kegiatan yang dilakukan oleh Indonesia untuk dapat mendukung diplomasi pertahanan dalam promosi produk alutsista nasional adalah dengan menjadi salah satu negara peserta diajang perlombaan tembak ASEAN *Armies Rifle Meet* (AARM) di kawasan Asia Tenggara. Di dalam lomba tembak tersebut, TNI menggunakan senjata buatan dalam negeri yaitu PT Pindad (Persero) yakni senapan serbu SS2-HB (*Heavy Barrel*), senapan mesin SM-2 dan SM-3 serta pistol G2 versi *Elite* dan *Combat*<sup>9</sup>.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa TNI secara tidak langsung telah mempromosikan senjata serta menunjukkan industri pertahanan dalam negeri Indonesia untuk mampu bersaing dengan industri-industri pertahanan yang berteknologi tinggi dari negara-negara industri maju seperti Amerika Serikat, Inggris dan Perancis dalam sisi kualitas produk.

Kompetisi lomba tembak secara tidak langsung memiliki korelasi

(*correlation pearson product moment*) yang signifikan terhadap upaya negara-negara peserta untuk mempromosikan alutsista yang dihasilkan oleh industri pertahanan dalam negeri negara masing-masing<sup>10</sup>

PT. Pindad mendapat permintaan dari negara peserta dalam pemenuhan alutsistanya khususnya penyediaan senjata kecil. Selain itu, beberapa negara juga meminta PT Pindad untuk memberikan lisensi untuk pembuatan senjata kecil. Beberapa negara yang tertarik dengan senjata buatan PT Pindad berasal dari negara-negara di kawasan ASEAN, Timur Tengah dan India. Adapun produk yang banyak diminati yakni senapan serbu, senapan Runduk dan pistol. Disamping itu, Brunei, Filipina, Timur Tengah dan Yordania berencana membeli Panser Anoa dan senjata dari PT Pindad<sup>11</sup>. Saat ini per 4 April 2019, Anoa produksi PT Pindad sudah lebih dari 350

---

<sup>9</sup> Kompas.com, “gunakan.senjata.pindad.tni.ad.raih.juara.umum.kompetisi.aarm.ke-26” dalam <https://nasional.kompas.com/read/2016/12/07/14295461/gunakan.senjata.pindad.tni.ad.raih.juara.umum.kompetisi.aarm.ke-26>, 12 juli 2016, diakses pada 22 Desember 2019.

<sup>10</sup> Faisal azhar & Syaiful Anwar,” Diplomasi Pertahanan Indonesia Melalui Lomba Tembak di *Australian Army Skill at Arms Meeting*

(AASAM)”, *Jurnal Prodi Diplomasi Pertahanan*, 3(2): 2007, halaman 49-73.

<sup>11</sup> Tribunnews.com,” tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan” dalam [Http://www.jambi.tribunnews.com/2018/10/22/ketika-tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan](http://www.jambi.tribunnews.com/2018/10/22/ketika-tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan), 22 oktober 2018, diakses pada. 9 November 2019.

unit dipakai oleh PBB<sup>12</sup>. Pemerintah dalam hal ini Kementerian Pertahanan mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk membangun dan mengembangkan industri pertahanan untuk menjadi maju, kuat, mandiri dan berdaya saing melalui sinergitas terpadu dengan pengguna TNI/Polri dan industri pertahanan (BUMN/BUMS) itu sendiri. Industri pertahanan yang baik dapat terefleksikan dari adanya kinerja industri yang profesional, efektif, efisien, terintegrasi dan tentunya inovatif dengan menggunakan perkembangan teknologi dan informasi yang terkini.

Adapun manfaat yang kedua bagi Indonesia dalam mengoptimalkan kompetisi AARM tahun ini adalah mempromosikan industri pertahanan dalam negeri. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk memperkuat industri pertahanan Indonesia antara lain dengan melakukan strategi pengembangan, strategi kerjasama dan strategi promosi. Upaya ini dilakukan melalui *joint research and development* maupun *joint production*

serta kerjasama khusus dengan pihak luar melalui *transfer of technology*.

Sedangkan, untuk strategi promosi, produk industri pertahanan secara langsung akan memberikan dampak psikologis eksternal dan internal dengan tujuan membangun *brand image* bahwa Indonesia serius dan memiliki komitmen yang tinggi untuk menjadi negara yang akan menjadi salah satu pemain kunci sebagai produsen peralatan pertahanan di kawasan ASEAN<sup>13</sup>.

### **Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan *Case Study analysis*<sup>14</sup>. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka didukung dengan primer berupa wawancara dengan pihak terkait. Peneliti menggunakan pendekatan Analisis deskriptif dengan pertimbangan agar dapat memusatkan perhatian secara langsung pada suatu peristiwa secara

---

<sup>12</sup> Tempo.com, "hebat-pbb-pakai-350-panser-anoa-buatan-pindad" dalam <https://bisnis.tempo.co/read/1193015/hebat-pbb-pakai-350-panser-anoa-buatan-pindad>, 6 april 2019, diakses pada. 10 Desember 2019.

<sup>13</sup> Detik.com, "pelaku bisnis industri pertahanan di asia tenggara" dalam

[Http://www.m.detik.com/news/berita/2553480/15-pelaku-bisnis-industri-pertahanan-di-asia-tenggara](http://www.m.detik.com/news/berita/2553480/15-pelaku-bisnis-industri-pertahanan-di-asia-tenggara), 3 juli 2018, diakses pada 23 oktober 2019.

<sup>14</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.45.

intensif dan rinci<sup>15</sup>. Objek dari penelitian ini Upaya Diplomasi pemerintah dalam memanfaatkan AARM untuk melakukan diplomasi pertahanan di kawasan Asia Tenggara sekaligus bentuk kebijakan yang di implementasikan tentang upaya pemerintah dalam mempromosikan industri pertahanan dalam negeri pada negara-negara peserta kompetisi AARM.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara adalah wawancara dengan para informan dan studi dokumentasi terhadap buku, laporan dan literatur. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan uji *credibility* (uji kepercayaan data hasil penelitian yang disajikan peneliti agar hasil penelitian tidak diragukan sebagai karya ilmiah) dengan triangulasi teknik dan triangulasi sumber<sup>16</sup>.

Informan dalam penelitian ini adalah Slamet Irianto, Staf Ahli Dirut PT.Pindad, Zainal Aripin Kepala layanan purna jual PT.Pindad, Sri Kukuh harjanto Kasubdir Pengembangan Produk Lokal Ditjen Kemendag RI, Kolonel Inf bangun Nawako Paband II/Binlat Sopsad

Mabesad, dan Kolonel Cpl Ahmad Imron selaku Analis Madya Bidang Nir Militer, Subdit Inhan – Direktorat teknologi industri, Ditjen Pothan Kemhan RI.

Peneliti melakukan fokus penelitian sampai dengan pembuatan laporan penelitian selesai melalui proses analisis data. Adapun teknik analisis data yang dipakai menggunakan model Miles dan Huberman<sup>17</sup>, saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu, dimana aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pelaksanaannya proses penelitian dimulai dari tahap reduksi data, tahap penyajian data, tahap verifikasi hingga pada tahap penarikan kesimpulan yang didapat, sehingga menjawab fokus penelitian yang sudah dirancang sejak awal penelitian.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Strategi Pemerintah dalam upaya mengembangkan Industri Pertahanan.**

---

<sup>15</sup> Toto statori dan Ghozali, Metode Penelitian Kuantitatif, (Bandung: Pustaka Setia, 2012.), hlm. 31.

<sup>16</sup> Agustinus Bondur, Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain dan Teknik Analisis Data, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm.49.

<sup>17</sup> Matthew Miles., Huberman., Saldana, *Qualitative Data Analysis - A Methods Sourcebook*, (United State of America: SAGE Publications, Inc. Edition 3, 2014) hlm. 33.

Industri pertahanan merupakan industri strategis, sehingga diperlukan dukungan dari pemerintah agar tercipta industri pertahanan yang mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan juga dalam perdagangan internasional<sup>18</sup>. Pemerintah dapat berperan sebagai *planner, supporter, investor, regulator, dan sekaligus sebagai customer*<sup>19</sup>. Pemerintah berperan dalam pengembangan dan inovasi teknologi, efektivitas dan efisiensi industri, menarik minat pasar baik domestik maupun internasional, juga sebagai regulator dalam kebijakan-kebijakan yang memproteksi industri.

Wujud peran Pemerintah Indonesia dalam industri pertahanan salah satunya direalisasikan dengan membentuk Komite Kebijakan Industri Pertahanan (KKIP) pada tahun 2010 dimana menteri Pertahanan sebagai ketua Harian KKIP yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang pertahanan<sup>20</sup>, KKIP merupakan sebuah Komite yang mewakili pemerintah untuk mengkoordinasikan kebijakan nasional

dalam perencanaan, perumusan, pelaksanaan, pengendalian, sinkronisasi dan evaluasi industri pertahanan, yang diharapkan dapat melakukan revitalisasi industri pertahanan di Indonesia.

Alokasi anggaran belanja pertahanan yang semakin meningkat juga menjadi salah satu concern pemerintah dalam memajukan industri pertahanan, yang dibarengi dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2012 tentang Industri Pertahanan. Undang-Undang Industri Pertahanan ini memberikan keberpihakan pada berkembangnya industri pertahanan dalam negeri sehingga diharapkan dapat kembali bangkit dan bersaing dengan pasar internasional.

Dalam memajukan Industri pertahanan pemerintah Berperan sebagai investor, pemerintah dituntut untuk dapat memberikan penyertaan modal negara sebagai modal kerja bagi industri pertahanan. Investasi pemerintah ini dapat digunakan untuk litbang industri maupun pengadaan modal berupa mesin produksi, juga

---

<sup>18</sup> Angga Nurdin, "Tantangan dan Peluang Perkembangan Teknologi Pertahanan Global Bagi Pembangunan Kekuatan Pertahanan Indonesia", Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Ahmad Yani, Bandung, Vol 1. No 2. Juni 2016, hlm. 39.

<sup>19</sup> Purnomo Yusgiantoro, Ekonomi pertahanan, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014), hlm.102.

<sup>20</sup> Undang-Undang Republik Indonesia, Industri Pertahanan, Nomor 16 Tahun 2012, (Jakarta: 2015), Hlm. 10.

pengembangan sumber daya manusia<sup>21</sup>. Selain itu, Pemerintah sebagai customer juga diharapkan mau membeli hasil produksi pertahanan dari industri pertahanan nasional untuk memenuhi kebutuhan pelaksanaan tugas dan fungsi pertahanan negara. Sebagai *regulator* sekaligus *supporter*, Pemerintah Indonesia telah menetapkan tingkat kandungan dalam negeri.

Dari uraian diatas sangat jelas sekali bahwa Upaya ambil andil pemerintah sangat besar sekali dalam membangun dan memajukan industri startegis nasional di bidang pertahanan ini, karena tanpa penyertaan modal, dukungan pembelian produk serta kebijakan yang berpihak pada pembangunan industri pertahanan nasional, maka akan sangat sulit bagi Industri pertahanan untuk tumbuh kembang seperti saat ini<sup>22</sup>. Seiring dengan itu Sesuai Inpres Nomor 2 Tahun 2009, jika suatu produk nasional berteknologi tinggi mempunyai tingkat kandungan dalam negeri (TKDN) 40 persen, maka produk asing sejenis tidak boleh masuk ke Indonesia, terutama

untuk pembelanjaan yang menggunakan uang negara (APBN)<sup>23</sup>. hal ini tentunya salah satu cara kongkrit pemerintah untuk menjaga eksistensi dari industri pertahanan nasional sehingga tetap eksis dalam proses perkembangannya.

Selain itu Peraturan Menperin Nomor 11 Tahun 2006 juga mempertegas bahwa penggunaan produksi dalam negeri menjadi wajib bila di dalam negeri sudah ada perusahaan yang memiliki barang/jasa dengan jumlah TKDN dan nilai BMP (bobot manfaat perusahaan) minimal 40 persen.

Strategi diplomasi memajukan industri pertahanan Kementerian Pertahanan Indonesia tentunya menghadapi tantangan yang sangat kompleks, baik berupa persaingan ketat antar negara dalam merebut pangsa pasar (*market share*) maupun kemampuan dan daya saing (*competitive advantage*). Untuk menghadapi tantangan tersebut diperlukan strategi yang jitu serta kerjasama yang erat diantara ketiga pilar industri pertahanan

---

<sup>21</sup> Juwono Sudarsono, Politik ekonomi dan pertahanan, (jakarta: Erlangga Kids, 2009) hlm. 77.

<sup>22</sup> Dollygrareo Stelix, "Dampak Pengadaan Alutsista Dalam Pertahanan di Indonesia Dikaitkan Dengan Politik Hukum di Indonesia",

jurnal Hukum, Fakultas Hukum Program Studi Magister Kenotariatan, Universitas Padjadjaran Bandung, Vol 2. No. 3. Maret 2017.

<sup>23</sup> Instruksi Presiden Nomor 2 tahun 2009, tentang, Penggunaan produksi dalam negeri, (Jakarta: 2009)

yaitu pemerintah, pengguna dan industri pertahanan<sup>24</sup>.

Ketiga pilar industri pertahanan harus dapat merumuskan suatu kebijakan strategis yang sinkron dan bersinergi serta memiliki komitmen dan konsistensi yang kuat dalam membangun dan mengembangkan industri pertahanan. Sejak ditetapkannya Undang-Undang Nomor 16 tahun 2012 tentang Industri Pertahanan, telah ditetapkan berbagai kebijakan strategis terkait industri pertahanan. Sehingga telah dicapai berbagai kemajuan antara lain dalam penguasaan teknologi *manufacturing* kapal selam, kapal PKR, tank *medium*, roket nasional dan peningkatan kapasitas produksi munisi<sup>25</sup>.

Hal ini tentunya tidak lepas dari peranan Kementerian Pertahanan sebagai *leading sector* yang memiliki peranan penting dalam mensinergikan antara pemerintah, pengguna dan Industri pertahanan dalam negeri. Pada Kementerian Pertahanan sendiri, kebijakan pembangunan industri pertahanan dibawah oleh KKIP dan DirtekIn yang telah banyak menghasilkan terobosan yang sudah dilaksanakan,

termasuk mensinergikan sebelas Kementerian/Lembaga anggota KKIP dalam membangun industri pertahanan dalam negeri yang ditekankan untuk membangun sinergitas dan sinkronisasi sesuai tupoksi masing-masing, melalui koordinasi yang lebih intensif dan efektif.

### **Strategi Pemerintah dalam Mengoptimalkan AARM Sebagai Bentuk Promosi Industri Pertahanan Nasional**

AARM merupakan ajang kompetisi menembak yang diikuti oleh negara-negara ASEAN dan pelaksanaannya diadakan setiap setahun sekali. Sehingga, sayang jika pemerintah tidak mengoptimalkan AARM ini sebagai sarana dalam mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh industri pertahanan dalam negeri. Apalagi jika mengingat bahwa Indonesia berhasil menjadi juara utama hingga tiga belas kali. Pada kompetisi menembak ini, Indonesia menggunakan senapan yang diproduksi langsung oleh industri pertahanan dalam negeri. Hal ini menunjukkan bahwa senjata atau senapan yang dibuat oleh industri pertahanan dalam negeri secara tidak

---

<sup>24</sup> Syarifuddin Tipe, Ilmu pertahanan sejarah konsep teori dan implementasi, (Jakarta: salembah Indonesia, 2017), hlm.65.

<sup>25</sup> Brigjen TNI Doetoyo, " Tentang Modernisasi Alutsista TNI AD", Jurnal Yudhagama. No. 2. Vol. 36, Edisi Juni 2016, hlm. 11.

langsung menunjukkan bahwa produk alutsista Indonesia memiliki kualitas yang baik.

Langkah langkah untuk mengoptimalkan AARM dalam promosi Alutsista sangat ditunggu-tunggu oleh Indonesia, baik dari pelaku usaha industri pertahanan dalam negeri, para atlet petembak TNI AD maupun *stakeholder* lain yang memiliki kepentingan dalam ajang tersebut. Sebelum menguraikan upaya pengoptimalan AARM dalam mempromosikan industri pertahanan dalam negeri, berikut adalah beberapa asas yang ada dalam penyelenggaraan industri pertahanan dalam negeri yang merujuk pada Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2015 tentang Industri Pertahanan.

Adapun beberapa asas tersebut diantaranya yaitu, penyelenggaraan industri pertahanan dilaksanakan berdasarkan asas prioritas, keterpaduan, berkesinambungan, efektif dan efisien berkeadilan, akuntabilitas, visioner, prima, profesional, kualitas, kerahasiaan, tepat waktu, tepat sasaran, tepat guna, pemberdayaan sumber daya manusia nasional dan kemandirian<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Muradi, *Dinamika Politik Pertahanan dan Keamanan di Indonesia*, (Jakarta: widya padjajaran, 2012).

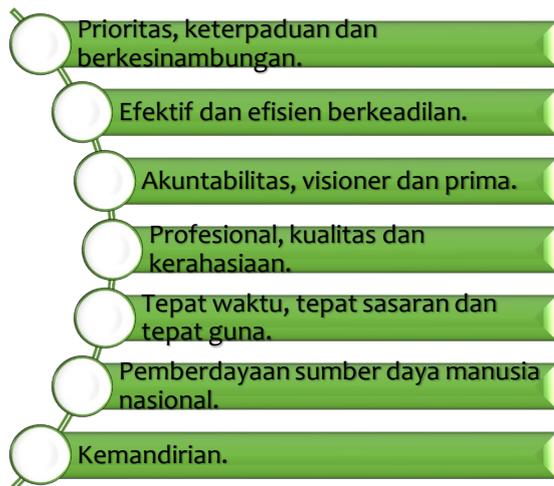
<sup>27</sup> Detiknews, "4 Tahun Jokowi-JK dan Realisasi Nawacita", dalam

Salah satu nawacita Pemerintah saat ini adalah penguatan industri pertahanan dalam negeri. Sehingga Pemerintah perlu berkomitmen untuk dapat menguatkan industri pertahanan dalam negeri melalui penguatan penyelenggaraan industri pertahanan nasional agar mampu memenuhi kebutuhan alaphankam dan kebutuhan operasional TNI. Hal ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan persenjataan dan amunisi dari negara lain<sup>27</sup>. serta diharapkan mampu menghasilkan devisa bagi negara melalui upaya ekspor produk industri pertahanan keluar negeri.

Berikut adalah Upaya Pemerintah dalam penguatan Industri pertahanan Nasional melalui mekanisme asas asas penyelenggaraan industri pertahanan melalui regulasi kebijakan yang diatur dalam Undang undang tentang industri pertahanan tahun 2012.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa sebelum pemerintah mempromosikan produk-produk yang

<https://news.detik.com/berita/d-4265140/4-tahun-jokowi-jk-dan-realisasi-nawacita>, 20 oktober 2018, diakses pada 24 November 2019.



**Gambar 1.** Asas Penyelenggaraan Industri Pertahanan

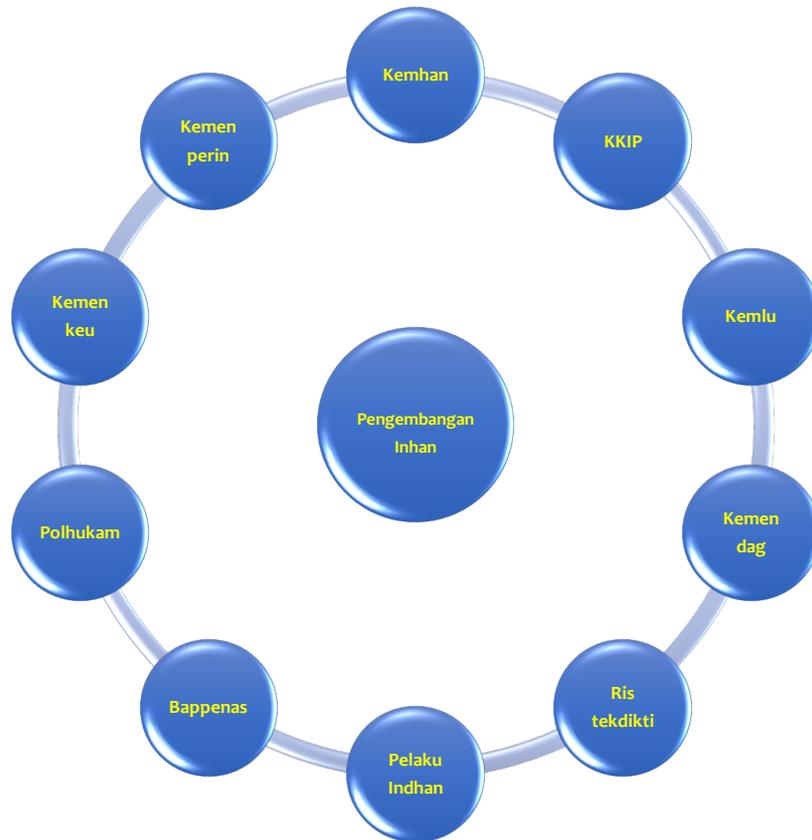
Sumber: Undang-Undang No.16 Tahun 2012, tentang Industri Pertahanan, 2012.

dihasilkan oleh industri-industri pertahanan dalam negeri, sebaiknya industri pertahanan dalam negeri dan *stakeholder* lainnya harus dapat menguatkan manajemen internalnya terlebih dahulu. Sehingga, ketika manajemen pengelolaan internal industri sudah baik, maka akan tercermin dari kualitas produk yang dihasilkannya. Ketika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, maka pasar akan merespon untuk melakukan keputusan pembelian, minimal pasar memiliki *buying intention* yang baik terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh industri pertahanan dalam negeri.

Selain itu, industri pertahanan dalam negeri juga harus dapat mengerti dan memahami tentang keinginan dan kebutuhan pasar dari negara potensial yang akan menjadi pembelinya. Artinya dengan memahami dua hal tersebut, maka secara tidak langsung industri pertahanan telah menjalankan asas tepat waktu, tepat sasaran dan tepat guna. Dalam buku *principle of marketing* karangan Philip kotler mengatakan bahwa ada beberapa bentuk strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh industri pertahanan dalam negeri untuk mempromosikan produknya diantaranya yaitu *strategi advertising, sales promotion, event & experience, public relation & publicity, online & social media marketing, direct & database marketing* maupun *personal selling*<sup>28</sup>.

Pemerintah selalu berupaya untuk mendorong kemajuan industri pertahanan, karena industri pertahanan dalam negeri merupakan salah satu penghasil devisa yang besar ke negara. Dimana dalam membangun industri pertahanan, pemerintah melalui KKIP, Kementerian Pertahanan, Kementerian Perindustrian, Kementerian

<sup>28</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Principle of Marketing (Global Edition) 17<sup>th</sup>*, (United Kingdom: Pearson Education, 2018), hlm.34.



**Gambar 2.** Integrasi Strategi Pengembangan Industri Pertahanan  
 Sumber: Undang-Undang No.16 Tahun 2012 tentang Industri Pertahanan, 2012.

Perdagangan dan *stakeholder* lainnya melakukan kerjasama untuk menyiapkan segala sesuatunya terkait sarana dan prasana yang dapat menunjang pembangunan maupun kemajuan industri pertahanan dalam negeri.

Upaya untuk mengoptimalkan AARM dalam mempromosikan industri pertahanan dalam negeri, memang diakui tidak akan optimal jika tidak adanya integrasi yang baik antar Kementerian/Lembaga terkait yang lainnya. Oleh karena itu, perlu adanya suatu integrasi program/ kegiatan antar Kementerian/ Lembaga terkait dengan

pengembangan industri pertahanan dalam negeri<sup>29</sup>.

Sehingga, masing-masing Kementerian/Lembaga dapat saling berkoordinasi dengan baik, sekaligus untuk meminimalisir terjadinya bias atau *overlapping* program/kegiatan. Model pengintegrasian program/kegiatan Kementerian/Lembaga terkait dengan pengembangan industri pertahanan dalam negeri dapat dilihat pada Gambar 2.

Dapat dijelaskan bahwa perlunya integritas yang baik antar Kementerian/Lembaga dalam

<sup>29</sup> Suryanto Suryokusumo, Konsep sistem pertahanan non militer, (jakarta: yayasan putra obor Indonesia, 2013), hlm. 55.

mengembangkan industri pertahanan dalam negeri sangat diperlukan. Jika K/L dapat mengintegrasikan program/kegiatannya terkait dengan pengembangan industri pertahanan dalam negeri, maka tujuan pengembangan industri pertahanan dapat tercapai yakni terpadunya perencanaan strategis pengelolaan sumber daya nasional untuk kepentingan pertahanan dan keamanan negara (Undang-undang RI No 16 Tahun 2012 tentang Industri Pertahanan).

Kementerian Pertahanan RI melalui Mabes TNI AD selaku pembuat kebijakan juga dapat melakukan perannya untuk menguji kualitas tiap-tiap produk persenjataan, amunisi dan produk lainnya yang dihasilkan oleh industri-industri pertahanan. KKIP menyelenggarakan fungsi merumuskan dan mengevaluasi kebijakan mengenai pengembangan dan pemanfaatan industri pertahanan. Kemenlu RI dapat menugaskan setiap Atase Pertahanan di negara-negara yang ditempati dalam mempromosikan produk-produk industri pertahanan.

Kemendag RI dapat memberikan fasilitas sarana dan prasana bagi para

pelaku industri pertahanan dalam negeri untuk mempromosikan produknya baik dalam bentuk *expo defence* nasional maupun skala internasional<sup>30</sup>. Kemenristekdikti RI dapat melakukan uji dan riset terdahulu tentang produk-produk yang dihasilkan oleh industri pertahanan mulai pada tahap *prototype* hingga *first article*. Para pelaku industri pertahanan dalam negeri dapat memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah terkait dengan *transfer of technology, joint production, joint development* dan sebagainya.

Bappenas RI membantu K/L terkait dalam menyusun rencana jangka pendek dan panjang terkait pengembangan industri pertahanan dalam negeri maupun membantu merumuskan kebijakan-kebijakan terkait industri pertahanan dalam negeri. Kemenkopohukam RI sebagai kementerian koordinator dapat memerankan fungsi untuk mengkoordinasikan, mensinkronisasikan dan mengendalikan. Kemenkeu RI dapat memiliki peran membantu para pelaku industri pertahanan dalam negeri yang membutuhkan suntikan dana

---

<sup>30</sup> Ibrahim Saladuddin, Memahami kebijakan kebijakan impor: dalam perdagangan luar

negeri indonesia, (Jakarta: Puspita, 2010), hlm.89.

operasional agar para pelaku industri tidak mengalami kerugian di tengah proses produksi dan sekaligus untuk memastikan survival usahanya. Terakhir, Kemenperin RI dapat menyediakan sarana dan prasana untuk membantu industri pertahanan dalam negeri terkait dengan pengelolaan dan pengembangan manajemen produksi alutsista.

Kementerian Perdagangan RI selalu berupaya untuk mendorong kemajuan industri pertahanan, karena industri pertahanan dalam negeri ini merupakan salah satu penghasil devisa yang besar ke negara. Salah satunya adalah melalui KKIP, Kementerian Pertahanan RI, Kementerian Perindustrian RI, Kementerian Perdagangan RI dan stakeholder lainnya melakukan kerja sama untuk menyiapkan segala sesuatunya terkait sarana dan prasarana yang dapat menunjang pembangunan maupun kemajuan industri pertahanan dalam negeri.

Sebagai contoh integrasi K/L adalah pengadaan besi atau baja oleh Kementerian Perindustrian RI, pembuatan rangka teknologi yang disematkan pada alutsista oleh

Kemenristekdikti RI dalam pembuatan senjata, tank, kapal, kapal perang dan sebagainya. Peranan Kementerian Luar Negeri RI dalam membantu pelaksanaan *lobby* dan pemasaran, Kementerian Pertahanan RI melalui Mabes TNI, untuk menguji kualitas senjata tersebut dan yang paling utama adalah bantuan dana untuk membangun industri pertahanan yang dilakukan oleh Pemerintah.

Hingga saat ini kita bisa mandiri dalam hal pengadaan alutsista maupun memiliki kemampuan untuk menjual ke negara lain. Kementerian Perdagangan RI, dalam hal ini mendorong industri pertahanan, melakukan kolaborasi dengan Kementerian Luar Negeri RI dan Lembaga terkait lainnya, melalui *expo* atau pun pameran-pameran internasional dimana pada *event* tersebut bertujuan untuk memasarkan produk-produk industri pertahanan dalam negeri.

Perlu diketahui bahwa senjata dan amunisi yang digunakan dalam ajang kompetisi AARM ini sebagian besar menggunakan produk dari salah satu industri pertahanan dalam negeri yaitu PT. Pindad<sup>31</sup> Sehingga, ajang ini

---

<sup>31</sup> Pindad.com, “Menhan Sebut Amunisi Buatan Indonesia Banyak Diminati Negara Lain” dalam <https://www.pindad.com/menhan-sebut->

[amunisi-buatan-indonesia-banyak-diminati-negara-lain](https://www.pindad.com/menhan-sebut-amunisi-buatan-indonesia-banyak-diminati-negara-lain), 20 desember 2016, diakses pada 23 November 2019.

merupakan ajang yang sangat tepat untuk mempromosikan produk-produk industri pertahanan dalam negeri kepada negara-negara peserta di Kawasan ASEAN. Jelas sekali hal ini memberikan gambaran bahwa, ajang kompetisi menembak AARM secara signifikan dapat memberikan peluang ekonomis bagi Indonesia untuk mempromosikan produk dari industri-industri pertahanan dalam negeri yang dimiliki. Selain itu, semakin banyak negara yang membeli dan menggunakan produk senapan dan amunisi yang dibeli dari PT. Pindad yang secara tidak langsung dapat merefleksikan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Dengan demikian, hal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk memasarkan produk-produk industri pertahanan di Kawasan ASEAN sebagai bentuk apresiasi dan dukungan Pemerintah melalui Kementerian Pertahanan RI kepada perkembangan industri pertahanan dalam negeri adalah membuat kebijakan tentang kewajiban untuk menggunakan produk dalam negeri, khususnya untuk TNI termasuk dalam menembaknya adalah suatu dukungan dari Pemerintah agar TNI AD dapat secara terus menerus menggunakan senjata yang baik.

## **Kesimpulan      Rekomendasi      dan Pembatasan**

Strategi Yang Dapat Dilakukan Oleh Pemerintah Dalam Memanfaatkan Ajang AARM Untuk Melakukan Diplomasi Pertahanan Di Kawasan Asia Tenggara dapat berupa menunjukkan kemampuan profesionalisme prajurit TNI AD dalam teknik menembak dengan memperkuat diplomasi militer Indonesia secara langsung dapat menciptakan *deterrence effect* kepada negara-negara anggota ASEAN lainnya. Semakin kuat eksistensi kemampuan militer Indonesia dimata negara anggota ASEAN lainnya, maka secara tidak langsung akan semakin memperkuat diplomasi Indonesia di Kawasan ASEAN. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan rasa saling percaya serta terciptanya komunikasi yang baik diantara negara anggota ASEAN yakni menjalin hubungan kerja sama berupa penugasan-penugasan dan pengamanan di wilayah Kawasan ASEAN. Hal ini tentu mengingat bahwa Indonesia merupakan salah satu

negara inisiator sekaligus pelopor terbentuknya organisasi ASEAN<sup>32</sup>.

Baik tidaknya Indonesia dalam melakukan diplomasi pertahanan dengan negara-negara anggota ASEAN melalui ajang ini, dapat diukur dengan seberapa banyak hubungan kerja sama yang terjalin dan terbentuk antar Indonesia dengan negara-negara anggota ASEAN lainnya yang menjadi peserta dalam ajang AARM. Diplomasi pertahanan terkait hal ini dapat berupa, terjalinnya hubungan kerja sama untuk mengirimkan pelatih petembak dari Indonesia ke negara lain, meningkatnya permintaan atas pembelian produk senjata dan amunisi dari industri pertahanan dalam negeri ke negara lain atau bahkan meningkatnya hubungan kerja sama pertahanan terkait dengan pengembangan industri dalam negeri, seperti *joint production* maupun *joint development*. Selain itu, strategi yang paling penting untuk pengembangan industri pertahanan dalam negeri adalah adanya upaya pemerintah untuk melakukan hubungan kerja sama diplomasi terkait dengan *transfer*

*of technology*. Hal ini diharapkan agar industri pertahanan dalam negeri mampu mengembangkan kualitas produk senjata dan amunisi serta produk-produk pertahanan lainnya.

Adapun strategi yang digunakan Pemerintah dalam hal ini adalah merevitalisasi kembali asas-asas penyelenggaraan industri pertahanan dalam negeri sesuai dengan undang-undang nomor 16 tahun 2012 tentang industri pertahanan. Selain itu juga diperlukan adanya integrasi program/kegiatan antar Kementerian/Lembaga terkait tentang pengembangan industri pertahanan dalam negeri. Karena untuk mengembangkan industri pertahanan dalam negeri diperlukan kerja sama yang baik antar berbagai pihak terkait. Ketika pengelolaan manajemen industri pertahanan dalam negeri terintegrasi dengan baik, maka upaya untuk mempromosikan produk-produk industri pertahanan ke negara lain akan lebih efektif dan efisien. Pemerintah dapat mengoptimalkan ajang kompetisi AARM untuk mempromosikan produk-produk

---

<sup>32</sup> Setnas-ASEAN.id, “Tujuan ASEAN, Lengkap dengan Sejarah Berdirinya dan Pembentukan Komunitas ASEAN” dalam <http://setnas-asean.id/news/read/tujuan-asean-lengkap->

[dengan-sejarah-berdirinya-dan-pembentukan-komunitas-asean](http://setnas-asean.id/news/read/tujuan-asean-lengkap-) 12 desember 2017, diakses pada 16 januari 2019.

industri pertahanan dalam negeri, baik dengan media paparan sesi tanya jawab, maupun dengan media lainnya. Promosi akan semakin efektif, jika pemerintah melalui industri pertahanan dalam negerinya mampu menunjukkan kualitas dan kehandalan produk pertahanannya kepada negara lain, apalagi bila didukung dengan adanya komitmen untuk menjaga kualitas produk tetap baik melalui layanan purna jual (*service after sales*). Sehingga akan menciptakan *buying intention* sekaligus *brand awareness* yang baik kepada perwakilan dari negara-negara peserta AARM.

Berikut rekomendasi dari penelitian ini:

1. Perlu adanya integrasi program/kegiatan antar Kementerian/Lembaga terkait tentang pengembangan industri pertahanan dalam negeri melalui pemanfaatan ajang kompetisi AARM tahun ini serta Pemerintah Pusat, Kementerian/Lembaga terkait, para pelaku industri pertahanan dalam negeri maupun stakeholder lainnya agar dapat kembali merevitalisasi asas-asas

penyelenggaraan industri pertahanan dalam negeri. Dengan demikian, diharapkan manajemen pengelolaan industri pertahanan dalam negeri dapat berjalan secara efektif dan efektif.

2. Perlu adanya *soft diplomacy* untuk mempromosikan produk industri pertahanan dalam negeri kepada negara anggota ASEAN lainnya. Kemudian dilanjutkan dengan diplomasi kerjasama yang saling menguntungkan terkait dengan pengembangan industri pertahanan, Adapun bentuk hubungan kerjasama tersebut dapat berupa *joint production*, *joint development* maupun *transfer of technology*.
3. Pemerintah Pusat dan Kementerian/Lembaga terkait agar lebih dapat lagi memperhatikan pengembangan industri pertahanan agar tidak sampai merugi di tengah produksi, salah satunya dengan cara memberikan suntikan dana dengan skema yang tidak

memberatkan pada pelaku industri pertahanan

4. Perlu adanya upaya perbaikan secara terus menerus (*continuous improvement*) baik dalam pengembangan dan pelatihan kemampuan perajurit TNI AD yang akan mengikuti perlombaan ajang AARM yang meliputi standarisasi materi, waktu pelatihan, pelatih, bentuk apresiasi bagi mereka yang dapat memenangkan atau menjuari AARM dan perbaikan sistem rekrutmen dan seleksi peserta.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Miles, Matthew., Huberman., Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis - A Methods Sourcebook*. United State of America: SAGE Publications, Inc. Edition.
- Kotler Philip & Amstrong Gary, 2018. *Principle of Marketing (Global Edition) 17<sup>th</sup>*. United Kingdom: Pearson Education.
- Sudarsono, Juwono. 2009. Politik ekonomi dan pertahanan. Jakarta: Erlangga Kids, 2009.
- Mirdanies, Midriem. 2013 *Kajian Kebijakan Alutsista Pertahanan dan Keamanan Republik Indonesia*. Jakarta: LIPI.

Simamora, Parulian. 2013. *Peluang dan Tantangan Diplomasi Pertahanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryokusumo, Suryanto. 2013. *Konsep sistem pertahanan non militer*, Jakarta: yayasan putra obor Indonesia.

Saaduddin, Ibrahim. 2010. *Memahami kebijakan impor dalam perdagangan luar negeri Indonesia*. Jakarta: Puspita.

Yusgiantoro, Purnomo. 2014. *Ekonomi Pertahanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tipe, Syarifuddin. 2017. *Ilmu pertahanan sejarah konsep teori dan implementasi*. Jakarta: salembah Indonesia.

karim, Silmi. 2014. *Membangun kemandirian Industri pertahanan Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Starori, Toto & Ghozali. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Bondur, Agustinus. 2016. *Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

### Jurnal

Doetoyo Brigjen TNI. 2016." Tentang Modernisasi Alutsista TNI AD". *Jurnal Yudhagama*. No. 2. Vol. 36, Edisi Juni

Azhar, Faisal., Syaiful Anwar., Agus Reksoprodjo. 2007. "Diplomasi Pertahanan Indonesia Melalui Lomba Tembak di *Australian Army*

*Skill at Arms Meeting (AASAM)*”, *Jurnal Prodi Diplomasi Pertahanan*. Vol. 3 No. 2 Oktober.

Nurdin, Angga. 2016.” Tantangan dan Peluang Perkembangan Teknologi Pertahanan Global Bagi Pembangunan Kekuatan Pertahanan Indonesia”, *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Ahmad Yani, Bandung. Vol 1. No 2. Juni.

Stelix, Dollygrareo. 2017. “Dampak Pengadaan Alutsista Dalam Pertahanan di Indonesia Dikaitkan Dengan Politik Hukum di Indonesia”, *Jurnal Hukum*, Fakultas Hukum Program Studi Magister Kenotariatan, Universitas Padjadjaran Bandung. Vol 2. No. 3. Maret.

### **Perundang-Undangan**

Undang-Undang Republik Indonesia. 2012. Tentang Industri Pertahanan. Nomor 16 Tahun 2012. Jakarta.

Kementerian Pertahanan RI. 2015. Buku putih pertahanan. Jakarta: Kemhan RI.

Instruksi Presiden. 2009. nomor 2 tahun 2009 tentang Penggunaan produksi dalam negeri. Jakarta.

### **Website**

Wikipedia. 2019. ASEAN Armies Rifle Meet. Diambil dari [https://en.wikipedia.org/wiki/ASEAN\\_Armies\\_Rifle\\_Meet](https://en.wikipedia.org/wiki/ASEAN_Armies_Rifle_Meet). pada tanggal 12 februari 2020.

Wei, Cheng. 2017. Asean armies shoot for trophies - and closer defence ties - at annual rifle competition. *The Straits Times*. Diambil dari <https://www.straitstimes.com/singapore/asean-armies-shoot-for-trophies-and-closer-defence-ties-at>

annual-rifle-competition. pada tanggal 17 Desember 2019.

Ayobandung.com. 2019. Menteri PPN apresiasi Alutsista produk Pindad. diambil dari <https://www.ayobandung.com/read/2019/11/08/69624/menteri-ppn-apresiasi-alutsista-produk-pindad>. pada tanggal 10 Desember 2019.

Tribunnews.com. 2018. tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan. Diambil dari [Http://www.jambi.tribunnews.com/2018/10/22/ketika-tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan](http://www.jambi.tribunnews.com/2018/10/22/ketika-tentara-negara-asing-berebut-ingin-beli-senjata-indonesia-yang-buat-tni-menang-dikejuaraan). pada tanggal 9 November 2019.

Tempo.com. 2019. hebat-pbb-pakai-350-panser-anoa-buatan-pindad. Diambil dari <https://bisnis.tempo.co/read/1193015/hebat-pbb-pakai-350-panser-anoa-buatan-pindad>. pada tanggal 6 april 2019.

Kompas.com. 2016. gunakan senjata pindad tni ad raih juara umum kompetisi aarm ke- 26. Diambil dari <https://nasional.kompas.com/read/2016/12/07/14295461/gunakan.senjata.pindad.tni.ad.raih.juara.umum.kompetisi.aarm.ke-26>. Pada tanggal 22 Desember 2019.

Detik.com. 2018. pelaku bisnis industri pertahanan di asia tenggara. Diambil dari [Http://www.m.detik.com/news/berita/2553480/15-pelaku-bisnis-industri-pertahanan-di-asia](http://www.m.detik.com/news/berita/2553480/15-pelaku-bisnis-industri-pertahanan-di-asia). Pada tanggal 23 oktober 2019.

Setnas-ASEAN.id. 2017. Tujuan ASEAN, Lengkap dengan Sejarah Berdirinya dan Pembentukan Komunitas ASEAN” diambil dari [http://setnas-asean](http://setnas-asean.id/news/read/tujuan-asean)

lengkap-dengan-sejarah-berdirinya-dan-pembentukan-komunitas-asean. Pada tanggal 16 januari 2019.

Pindad.com. 2016. Menhan Sebut Amunisi Buatan Indonesia Banyak Diminati Negara Lain. Diambil dari <https://www.pindad.com/menhan-sebut-amunisi-buatan-indonesia-banyak-diminati-negara-lain>. Pada tanggal 23 November 2019.

Detiknews. 2018. 4 Tahun Jokowi-JK dan Realisasi Nawacita. Diambil dari <https://news.detik.com/berita/d-4265140/4-tahun-jokowi-jk-dan-realisasi-nawacita>. Pada tanggal 24 November 2019.