



Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Bangladesh: Studi Kasus Ekspor Gerbong Kereta

Jihan Salsabilla Denura

Program Studi Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran, Universitas Padjadjaran Indonesia;
email: jihandenura18@gmail.com

Viani Puspita Sari

Program Studi Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran, Universitas Padjadjaran Indonesia;
email: v.puspita@unpad.ac.id

| Submit: 25-05-2021 | Accept: 06-08-2021 | Publish: 23-08-2021 |

Keywords

Bangladesh,
Economic
Diplomacy,
Export,
Indonesia,
Railways

ABSTRACT

Economic diplomacy is Indonesia's foreign policy priorities for the 2014-2019 period and focused on Indonesia's non-traditional markets, namely Africa, Latin America, the Middle East, Central Asia and South Asia. This research will draw on Indonesia's economic diplomacy in Bangladesh in a case study of train cars exports. In 2017, PT INKA won the tender for the procurement of 250 train cars in Bangladesh defeating China and India. This research aims to see how Indonesia's economic diplomacy plays a role in exports in the non-traditional market, namely Bangladesh. This research uses diplomacy and economic diplomacy as a knife analysis and applies Okano-Heijmans economic diplomacy framework. The method used is a qualitative research method with primary, secondary data techniques and interviews. The findings of this research are Indonesia's economic diplomacy which plays a role in the tender offer process that PT INKA participated in by providing tax facilities and Eximbank financing so that PT INKA can compete competitively with other competitors in highly price sensitive markets. This economic diplomacy also involves various state and non-state actors, namely the Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Finance, PT INKA, Biswas Construction and Eximbank Indonesia. Indonesia's economic diplomacy to Bangladesh resulted in an agreement that took care of a balance of interests.

Kata Kunci

Bangladesh,
Diplomasi
Ekonomi,
Ekspor,
Indonesia,
Kereta Api

ABSTRAK

Diplomasi ekonomi ialah prioritas kebijakan luar negeri Indonesia periode 2014-2019. Diplomasi ekonomi ini difokuskan untuk pasar nontradisional Indonesia yaitu kawasan Afrika, Amerika Latin, Timur Tengah, Asia Tengah dan Asia Selatan. Riset ini menyoroti diplomasi ekonomi Indonesia di Bangladesh dalam studi kasus ekspor gerbong kereta. Pada tahun 2017, PT INKA memenangkan tender pengadaan 250 gerbong kereta di Bangladesh mengalahkan Tiongkok dan India. Riset ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana diplomasi ekonomi Indonesia berperan dalam keberhasilan ekspor di pasar nontradisional yaitu Bangladesh. Riset ini menggunakan pendekatan diplomasi dan diplomasi ekonomi sebagai pisau analisis dan mengaplikasikan konsep diplomasi ekonomi Okano-Heijmans. Metode riset yang digunakan ialah metode riset kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer, sekunder dan wawancara. Temuan riset ini ialah diplomasi ekonomi Indonesia utamanya berperan dalam proses penawaran tender yang diikuti PT INKA dengan cara memberikan fasilitas kemudahan pajak dan pembiayaan Eximbank agar PT INKA dapat bersaing secara kompetitif dengan kompetitor lainnya di pasar yang sangat sensitif terhadap harga. Diplomasi ekonomi ini juga melibatkan berbagai aktor negara dan non-negara yaitu Kementerian Luar Negeri, Kementerian Keuangan, PT INKA, Biswas Construction dan Eximbank Indonesia. Diplomasi ekonomi Indonesia ke Bangladesh menghasilkan sebuah kesepakatan yang memenuhi *balance of interest*.

PENDAHULUAN

Hubungan Internasional selalu dinamis mengikuti perkembangan zaman. Dari awalnya hanya mengkaji *high politics*, kemudian kini juga membahas *low politics* dengan munculnya beragam aktivitas dan kerja sama dalam isu sosial, budaya dan ekonomi. Tidak hanya perkembangan isu, namun juga terdapat perkembangan aktor yang meluas melibatkan aktor non-negara seperti perusahaan-perusahaan.

Diplomasi berperan secara signifikan dalam hubungan internasional baik dalam kerja sama multilateral dan bilateral. Diplomasi dilakukan untuk mendukung kebijakan luar negeri negara dengan kesepakatan formal atau penyesuaian diam-diam (Berridge, 2010, hal. 1). Michael Mann membagi diplomasi ke dalam beberapa tipe berdasarkan sumber *social power* yaitu politik, budaya, ekonomi dan militer (Holmes & Simon, 2016, hal. 9). Diplomasi ekonomi merupakan salah satu diplomasi yang paling berkembang dalam dua dekade belakangan tidak terlepas dari peran liberalisasi perdagangan internasional yang digalakan oleh WTO dan pendahulunya GATT. Menurut Kishan S. Rana (2004), diplomasi ekonomi ialah proses negara dalam memaksimalkan keuntungan nasional dan atau domestik mereka di seluruh bidang kegiatan, yang menguntungkan secara ekonomi, yang mana negara juga dapat keunggulan komparatif (*comparative advantage*). Terdapat tiga dimensi dalam diplomasi ekonomi yaitu bilateral, regional dan multilateral (Sabaruddin, 2016, hal. 4)

Dalam perdagangan internasional terdapat beberapa hambatan yaitu tarif, non-tarif, dan juga kegagalan pasar (*market failure*). Intervensi pemerintah dalam mengatasi dan mengurangi hamabatan dalam perdagangan internasional dengan menyediakan *scoil*

*overhead*¹ dan infrastruktur (van Veenstra, Yakop, & van Bergeijk, 2010, hal. 9). Mengatasi hambatan perdagangan menjadi salah satu misi dari diplomasi ekonomi yang dilakukan negara.

Indonesia, pada masa kepemimpinan Jokowi- Jusuf Kalla (JK) 2014-2019 memiliki empat prioritas kebijakan luar negeri yaitu (1) mempromosikan identitas Indonesia sebagai negara kepulauan, (2) meningkatkan peran global dari diplomasi *middle power*, (3) memperluas keterlibatan Indonesia di Kawasan Indo-Pasifik, (4) reformasi lebih lanjut kementerian luar negeri untuk menekankan diplomasi ekonomi (Conelly, 2014). Selain didorong dengan adanya globalisasi dan liberalisasi pasar dan perdagangan Internasional memaksa Indonesia untuk turut meningkatkan daya saing ekonomi tidak hanya domestik tapi Internasional, terdapat beberapa faktor pendorong pemerintahan Jokowi-JK menggencar diplomasi ekonomi terutama perdagangan dan investasi yaitu defisit neraca perdagangan, perlambatan pertumbuhan ekonomi Tiongkok, India, Amerika Serikat, krisis Uni Eropa, dan tidak terlihatnya imbas *trade creation*² atas lima tahun implementasi *ASEAN-China Free Trade Agreement* (ACFTA) tahun 2010 (Jemadu, 2015).

Diplomasi ekonomi membutuhkan koordinasi dan sinergi antar instansi di dalam negeri yang melibatkan tidak hanya Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, Kementerian Keuangan, namun berbagai kementerian lainnya tergantung dengan subjek kerja sama dan juga aktor non-negara seperti *non-governmental organizations* (*NGOs*), bank swasta, dan *multinational corporations* (*MNCs*). Dengan melihat kondisi ekonomi secara global, Indonesia kali ini menargetkan pengoptimalan pasar nontradisional³ dan mendiversifikasi produk

¹ *Social overhead* ialah layanan dasar yang dibutuhkan seperti transportasi, komunikasi, informasi, sumber daya manusia

² *Trade creation* ialah keuntungan yang dihasilkan dari peningkatan perdagangan akibat pembentukan perjanjian perdagangan regional.

³ Pasar nontradisional ialah negara mitra dagang yang potensial secara ekonomi dan prospektif

ekspor. Indonesia telah menjalin kemitraan ekonomi dan strategis yang kuat di pasar tradisional⁴ seperti Eropa Barat, Amerika Serikat, Tiongkok, dan Jepang. Kini, Indonesia ingin mencoba untuk memperluas jangkauan pasar ke pasar nontradisional atau “untapped market” seperti Amerika Latin, Afrika, Asia Selatan, Asia Tengah dan Pasifik Selatan tergambarkan dari pernyataan pers Menteri Luar Negeri RI, Retno L.P Marsudi, tanggal 29 Oktober 2014 yang berkaitan dengan diplomasi ekonomi yang salah satunya peningkatan kapabilitas dan tenaga perwakilan RI di pasar nontradisional. Diplomasi ekonomi dibutuhkan untuk dapat membuka akses pasar ke pasar nontradisional ini.

Dalam rencana ambisius Indonesia untuk perluasan dan pengoptimalan pasar nontradisionalnya dalam diplomasi ekonomi, Melakukan negosiasi *Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA), Free Trade Agreement (FTA) dan Preferential Trade Area (PTA)* ialah cara Kementerian Luar Negeri memperkuat infrastruktur kerja sama ekonomi secara bilateral dengan berbagai negara (Hadyan, 2019). Proyek-proyek bidang infrastruktur di luar negeri dan ekspansi produk industri strategis kini menjadi arah dari diplomasi ekonomi Indonesia. Beberapa dari sorotan diplomasi ekonomi periode Jokowi-JK ialah diadakannya Indonesia-Africa Forum 2018 dan Indonesia-Africa Infrastructure Dialogue 2019. Indonesia berhasil meningkatkan nilai kerja sama dengan negara-negara di Afrika dari US\$ 587 juta atau setara Rp 8,3 triliun pada tahun 2018 menjadi US\$ 822 juta atau setara Rp 11,7 triliun pada tahun 2019. Bidang kerja samanya meliputi infrastruktur, pembiayaan, pertambangan, tekstil, transportasi dan lain-lain (Wahyudi, 2019). Selain itu, yang juga menjadi sorotan ialah Indonesia juga telah menjalin PTA dengan organisasi kawasan seperti Economic Community of West African States

sebagai tujuan pasar ekspor Indonesia, pada umumnya ialah negara berkembang

(ECOWAS), Euroasian Economic Union (EAEU), dan South African Customs Union (SACU). Dalam perambahan ke pasar-pasar nontradisional ini, Indonesia ingin mengembangkan kebijakan *outbound investment* dengan salah satunya ekspansi sejumlah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Mangkuto, 2019) - seperti PT Wijaya Karya (Persero) Tbk, PT Waskita Karya (Persero) Tbk, PT Len Industri (Persero), PT Bio Farma (Persero) Tbk, PT Kimia Farma Tbk, dan PT INKA (Persero).

Terlihat bahwa dalam melakukan diplomasi ekonomi, Indonesia menargetkan pasar-pasar (negara-negara) yang sebelumnya tidak atau jarang bertransaksi ekonomi dengan Indonesia. Selain itu, hal ini menjadi menarik bagi periset dengan adanya sekaligus ekspansi sejumlah BUMN Indonesia dengan melakukan ekspor ataupun pengerjaan proyek di luar negeri. Selama ini, BUMN dikenal sebagai perusahaan yang mengandalkan permintaan dalam negeri saja. Satu di antara sekian banyak kasus diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia dalam kurun waktu pemerintahan Jokowi Jilid I (2014-2019) yang ingin periset bahas lebih dalam ialah diplomasi ekonomi Indonesia ke Bangladesh.

Kawasan Asia Selatan memang menjadi target dari perluasan pasar Indonesia dan Bangladesh dipilih Indonesia untuk bermitra dengannya. Mitra dengan Bangladesh yang dikenal sebagai negara dunia ketiga sering dipandang sebelah mata, namun nyatanya secara data memberikan imbas peningkatan yang signifikan dalam neraca perdagangan Indonesia dengan memberikan nilai surplus 91% (US\$ 1,67 miliar) Indonesia dari nilai perdagangan dengan Bangladesh per 2018 (Augesti, 2018). Perdagangan dengan Bangladesh meningkat 48% dalam kurun waktu 2014-2018 dan kedua negara bertujuan untuk meningkatkan perdagangan ini lima kali lipat

⁴ Pasar tradisional ialah negara mitra dagang yang telah lama menjadi tujuan pasar ekspor Indonesia, pada umumnya ialah negara maju

ke angka USD10 miliar dalam 10 tahun ke depan (New Age BD, 2019).

Menurut Duta Besar Luar Biasa dan Berkuasa Penuh RI (Dubes LBBP RI) untuk Bangladesh merangkap Nepal, Rina Soermarno, Singapura, Malaysia, dan Thailand sudah dahulu memasuki pasar Bangladesh. Pasar Bangladesh dinilai memiliki potensi menguntungkan untuk negara berinvestasi. Salah satu faktornya ialah Bangladesh yang selama 10 tahun terakhir stabil di angka pertumbuhan 6,5%. Hal ini tentu menjanjikan. Secara *market share* Indonesia di Bangladesh, masih tergolong kecil di angka 3,5% sebagai pengimpor nomor 1 untuk komoditas kelapa sawit dan turunannya (Augesti, 2018). Peluang bagi Indonesia semakin besar menjadi importir bagi Bangladesh melihat dari 70% konsumsi dalam negeri Bangladesh berasal dari Impor.

Dengan melihat kondisi Bangladesh yang menjanjikan, Indonesia terlihat mencoba untuk meningkatkan kerja sama dengan Bangladesh tidak hanya melalui komoditas utama (Minyak Kelapa Sawit) namun juga melalui sektor industri manufaktur. Melalui diplomasi ekonominya, Indonesia berhasil mengamankan kesepakatan untuk mengekspor 250 gerbong kereta ke Bangladesh oleh BUMN, PT Industri Gerbong kereta (INKA) (Persero). Kemenangan tender INKA tahun 2017 ini menjadi hal yang juga menarik bagi periset karena INKA berhasil mengalahkan perusahaan manufaktur kereta api asal India dan Tiongkok yang notabenenya ialah mitra yang sangat dekat dan akrab dengan Bangladesh selama puluhan tahun ketimbang Indonesia yang baru muncul. Nilai Ekspor ini ialah Rp1,4 triliun atau US\$100,89 juta (Faizal, 2019).

Ada beberapa dugaan awal mengenai hubungan antara Indonesia dan Bangladesh ini dalam kemenangan ekspor gerbong kereta oleh Indonesia, yang pertama ialah, berdasarkan kedekatan secara demografi dan sejarah antara kedua negara. Seperti yang diketahui, demografi kependudukan Bangladesh memiliki kesamaan dengan Indonesia seperti memiliki

penduduk mayoritas muslim dan juga salah satu negara terpadat di dunia menduduki peringkat ke-7. Dengan kondisi penduduk yang padat, angkutan masal merupakan pilihan bagi banyak penduduknya yang membuat perkeretaapian Bangladesh harus ditingkatkan secara kuantitas dan kualitas karena sekitar 72% lokomotif kereta sudah tidak memadai dan layak pakai dari segi kecepatan yang tergolong lamban yaitu rata-rata 23-26 km/jam dan frekuensi kereta yang sedikit sedangkan rata-rata pengguna kereta per-arah-per-hari ialah 10.000 pengguna dan mencapai 1 juta pengguna per bulan (Mamun, 2020). Kedua, rekam jejak antara Indonesia-Bangladesh telah memiliki hubungan internasional yang baik dalam hal ekonomi. Ini bukan kali pertama Bangladesh mempercayakan gerbong keretanya kepada Indonesia, sebelumnya Bangladesh sudah pernah mengimpor 50 gerbong kereta senilai US\$13,8 juta di tahun 2006 dan 150 gerbong kereta bernilai US\$79,39 juta pada 2016 (The Jakarta Post, 2019).

Oleh karena itu, periset memiliki ketertarikan dalam mengkaji dan memahami lebih jauh diplomasi ekonomi Indonesia untuk dapat menembus pasar nontradisional yaitu Bangladesh dalam hal mengekspor komoditas non-utama yaitu gerbong kereta dengan mengalahkan pesaing kuat yaitu Tiongkok dan India dalam kerangka waktu 2014-2019.

KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi

Hedley Bull (1995) mendefinisikan diplomasi sebagai pelaksanaan hubungan antara negara dan entitas lain dalam politik dunia oleh agen resmi (pejabat negara) melalui cara damai. Seperti yang sempat disinggung di bab sebelumnya, diplomasi menurut Berridge (1999) mengacu kepada aktivitas hubungan internasional yang terjadi pada level pejabat negara yang terampil untuk mencapai tujuan dari kebijakan luar negeri melalui negosiasi tanpa penggunaan kekerasan, propaganda dan hukum (Berridge G. , 2010, hal. 1). Kemudian, Jan Melissen (1999) mendefinisikan diplomasi

tidak hanya negosiasi tetapi juga mekanisme representasi dan komunikasi melalui negara dan aktor internasional lain dalam melakukan urusan mereka. Definisi ini memberikan gambaran yang lebih luas dari diplomasi dibandingkan dua definisi oleh Bull dan Berridge dikarenakan ada aspek selain negosiasi saja yaitu representasi dan komunikasi, selain itu definisi Melissen memberi ruang bagi aktor internasional selain negara untuk berperan dalam diplomasi itu (Saner & Yiu, 2006, hal. 11). Hal ini menandakan adanya selalu pergeseran atau perkembangan makna dan praktik dari diplomasi itu sendiri. Kata diplomasi sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu diploma. Diplo artinya dua kali lipat dan ma artinya sebuah objek. Pada abad ke-18, istilah *diplomate* dari bahasa Perancis muncul untuk merujuk orang yang diberikan otoritas untuk melakukan negosiasi atas nama negara (Marks & Freeman, 2019). Aktor internasional lain yang berpartisipasi dalam diplomasi ialah organisasi non-pemerintah (NGO) seperti Palang Merah Internasional (ICRC) dan organisasi internasional pemerintah (IGO) seperti PBB dan Uni Eropa. Kemudian, aktor ini yang berpartisipasi terus mengalami perkembangan dan bertambah jumlahnya seperti *Multinational Corporations* (MNC).

Fungsi utama diplomasi menurut John Hugh Adam Watson (1982) ialah mengumpulkan informasi di luar negeri, analisis informasi oleh kementerian luar negeri; mengembangkan kebijakan berdasarkan analisis informasi; dan mengkomunikasikan kebijakan tersebut. Fungsi-fungsi diplomasi juga dimuat dalam Konvensi Wina 1961 pasal 3 yaitu: (1) Mewakili negara pengirim di negara penerima; (2) Melindungi kepentingan negara pengirim di negara penerima dalam cakupan yang dibolehkan dalam hukum internasional; (3) Bernegosiasi dengan pemerintah negara penerima; (4) Memastikan situasi di negara penerima dan melaporkannya ke negara

pengirim; (5) Mendorong hubungan yang bersahabat antara negara pengirim dengan negara penerima dan mengembangkan hubungan ekonomi, budaya dan ilmiah. Kemudian Gheorghe Iacob (1997) menambahkan fungsi diplomasi yaitu perlindungan diplomatik, kerja sama internasional, dan fungsi konsuler⁵.

Diplomasi berkembang dan memiliki berbagai tipe yang menurut Michael Mann (1986) dan Mehtab Manzar (2012) tipe diplomasi sebagai berikut berdasarkan sumber power (Holmes, 2016, hal. 120): diplomasi politik, militer, ekonomi, dan budaya.

Diplomasi Ekonomi

Berridge dan James (2005) mendefinisikan diplomasi ekonomi sebagai pekerjaan diplomatik untuk mendukung sektor bisnis dan keuangan suatu negara melalui penggunaan sumber daya ekonomi seperti penghargaan atau sanksi dalam mencapai tujuan kebijakan luar negeri tertentu (Neves, 2017, hal. 92). Kemudian Okano-Heijmans (2011) menegaskan bahwa diplomasi ekonomi tidak dapat dipisahkan dari politik-ekonomi, Diplomasi ekonomi menurut Okano-Heijmans ialah sebuah praktik hubungan internasional yang melibatkan negosiasi internasional melalui penggunaan sarana politik. Menurutnya, diplomasi ekonomi memiliki tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan menggunakan arena ekonomi untuk meningkatkan stabilitas politik negara (Okano-Heijmans, 2011, hal. 11). Periset menyadari terdapat dua kata kunci tujuan utama dari diplomasi ekonomi yaitu kesejahteraan ekonomi dan stabilitas politik. Dua tujuan ini merupakan gambaran bahwa terdapat dimensi politik dan ekonomi dalam diplomasi ekonomi.

Tetapi, dimensi politik dan ekonomi tidak dapat dikategorikan sesederhana itu dikarenakan arah dimensi suatu arah kebijakan diplomasi ekonomi dapat berbeda-beda berdasarkan negara pengirim kebijakan dan

⁵ Fungsi konsuler mewakili negara dalam melaksanakan hubungan yang bersifat non-politik

seperti perekonomian, perdagangan, kebudayaan dan pengetahuan.

negara penerima. Terdapat lima turunan atau yang menjadi *tools* dari diplomasi ekonomi sebelum mengategorikannya ke dalam dimensi politik dan ekonomi yaitu (Okano-Heijmans, 2011, hal. 20):

1. Diplomasi komersial, yaitu mencakup promosi perdagangan, investasi, advokasi bisnis, promosi pariwisata, promosi investasi yang bertanggung jawab secara sosial
2. Diplomasi perdagangan, mencakup bilateral (FTA, EPA), multilateral (WTO). Isu-isunya ialah tarif, *anti-dumping*⁶, ekspor dan impor, lisensi, kuota ekspor dan impor, hambatan perdagangan dan investasi.
3. Diplomasi finansial, mencakup kebijakan nilai tukar dan mata uang, penjualan dan pembelian obligasi pemerintah, pembekuan aset, pemotongan iuran atau pembayaran.
4. Stimuli, mencakup bantuan bilateral (hibah, pinjaman, keringanan utang), bantuan kemanusiaan, memberikan akses teknologi, memberikan keanggotaan organisasi internasional.
5. Sanksi, mencakup embargo (ekspor oleh negara), boikot (impor oleh individu), penahanan bantuan, mengontrol modal, catatan hitam.

Salah satu *tools* diplomasi ekonomi yaitu diplomasi perdagangan memiliki peranan signifikan pada penghapusan hambatan perdagangan internasional. Walaupun dengan adanya rezim perdagangan bebas yang telah menghapuskan hambatan-hambatan yang bersifat tarif, negara-negara melakukan negosiasi baik secara bilateral, regional maupun plurilateral untuk menghapuskan hambatan tarif ini hingga ke level 0 ataupun hambatan non-tarif. Hambatan non-tarif terdiri atas, kuota impor, *dumping*⁷, subsidi, dan

standar teknis dan peraturan kesehatan (Ma, 2011, hal. 74-75).

Bayne dan Woolcock (2003) menjelaskan bahwa diplomasi ekonomi ialah sebuah proses. Proses yang dimaksud ialah bagaimana sebuah diplomasi ekonomi itu dibentuk dan dijalankan. Proses ini ada pada salah satunya pada negosiasi internasional. Terdapat beberapa level negosiasi dalam diplomasi ekonomi yaitu: bilateral, regional, plurilateral dan multilateral. Diplomasi ekonomi bilateral merupakan yang paling sederhana dengan sedikitnya aktor yang berpartisipasi yang diterjemahkan menjadi lebih sedikit kepentingan-kepentingan yang harus disesuaikan dan dipertimbangkan. Bilateral memiliki kelemahan karena beberapa kerja sama bilateral memberi manfaat yang tidak berimbang, yaitu negara yang memiliki *power* lebih besar mendapatkan keuntungan yang besar. Pada level bilateral juga banyak perjanjian mengenai pengaplikasian dari perjanjian-perjanjian regional dan multilateral secara spesifik untuk kedua negara. Salah satu bentuk kerja sama ekonomi bilateral itu ialah *Preferential Trade Agreement* (PTA) (Bayne & Woolcock, 2017, hal. 15).

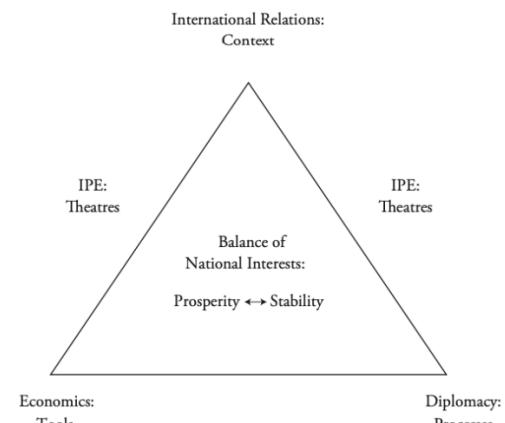
Setelah Bayne dan Woolcock (2003) menegaskan bahwa diplomasi ekonomi ialah proses, Okano-Heijmans melengkapi bahwa diplomasi ekonomi memiliki 4 elemen penting lain selain proses yaitu konteks, *tools*, *proses* dan *theatre* yang digambarkan hubungannya dalam gambar 1. Empat elemen ini terpisah namun saling bergantung dan melengkapi untuk mencapai keseimbangan kepentingan nasional yaitu dua tujuan utama diplomasi ekonomi (kesejahteraan dan stabilitas). Aktor dalam diplomasi ekonomi ialah subjek dan objek analisis di masing-masing elemen. Keterhubungan antara elemen satu dengan yang lainnya bisa dengan berbagai arah, tidak ada urutan, salah satu contoh keterhubungan yaitu seperti negara (pembuat kebijakan)

⁶ *Anti-dumping* ialah tarif proteksionis yang diberlakukan oleh pemerintah domestik pada impor asing yang diyakini dihargai di bawah nilai pasar wajar

⁷ Menurut Perjanjian Pelaksanaan Pasal VI GATT 1994, *dumping* adalah situasi ketika negara mengekspor produk ke negara lain di bawah harga wajar produk

mempertimbangkan bagaimana kondisi internasional terkini terutama bagaimana posisi unik negara di hubungan internasional ini (konteks), lalu dengan mengetahui konteks ini, negara akan dapat memilih *tools* diplomasi ekonomi yang paling efektif dan memilih moda praktik yang seperti apa atau forum negosiasi mana yang akan ditempuh (*theatre*) dan bagaimana diplomasi ekonomi ini dilakukan (proses).

Gambar 1. Kerangka Analisis untuk Studi Diplomasi Ekonomi



Sumber: Okano-Heijmans, 2011

Negara bisa melakukan satu atau lebih dari satu moda praktik atau *threatre* dalam melakukan diplomasinya. Moda praktik utama terdiri atas diplomasi bilateral, diplomasi multilateral. Moda praktik lainnya terdapat diplomasi konferensi, diplomasi komisi, KTT yang dilembagakan (*internationalized summity*), diplomasi kemanusiaan, dan diplomasi pertahanan (Cooper, Heine, & Thakur, 2013).

Pada tahap proses, terdapat negosiasi. Menurut Hampson dan Zartman (2012), negosiasi ialah mendapatkan sesuatu dengan memberikan sesuatu, dan merupakan pencarian solusi ketika ada konflik kepentingan antar negara yang memenuhi tujuan politik luar negeri suatu negara sekaligus memberi cukup kepada negara lain untuk memotivasi agar menepati janjinya. Negosiator dalam hubungan internasional dulunya hanya Kementerian Luar Negeri dan departemen pemerintahan terkait, namun kini di berbagai studi menunjukkan

bahwa dalam proses negosiasi internasional sekarang memiliki aktor baru (agensi) yang mengambil peran khusus dan menggunakan strategi dan teknik tawar-menawar khusus yang mengurangi kompleksitas dan mengatur kepentingan dan masalah sedemikian rupa sehingga kemungkinan kesepakatan ditingkatkan (Hampson, Crocker, & Aall, 2013, hal. 268). Umumnya, proses negosiasi harus dimulai dengan dialog informal —disebut sebagai *pra-negosiasi* yang memungkinkan pihak untuk mengembangkan hubungan pribadi sebelum mereka benar-benar mulai membahas berbagai dimensi isu. Hubungan ini sangat penting untuk membangun dasar bagi kepercayaan yang pada akhirnya akan membantu mempertahankan proses negosiasi (Hampson, Crocker, & Aall, 2013, hal. 267).

Diplomasi Ekonomi dilakukan oleh negara, dibentuk dan dipengaruhi oleh beragam aktor domestik dan aktor non-negara. Diplomasi ekonomi yang berkembang dan modern memiliki pengaruh besar terhadap jejaring yang luas dan koalisi yang bertumbuh sehingga memunculkan aktor-aktor baru di diplomasi. Aktor-aktor tersebut ialah Kementerian Luar Negeri (Kemlu), departemen urusan luar negeri di kementerian lain atau institusi pusat, perusahaan multinasional, organisasi non pemerintah (NGO), kedutaan, konsulat, dan Agensi Promosi Ekspor (EPA).

METODE RISET

Metode riset yang digunakan periset ialah metode riset kualitatif untuk memahami pendalam makna atau proses dengan mengumpulkan data melalui riset berbasis dokumen dan arsip, wawancara, dan riset berbasis internet (Lamont, 2015, hal. 79-88). Periset melakukan triangulasi data untuk memvalidasi data. Triangulasi data mendorong agar periset mengonfirmasi sebuah temuan dari tiga cara yang berbeda.

Teknik analisis data yang dilakukan periset ialah mengumpulkan dan mengorganisir data, mengkodifikasi data, mengsegmentasikan data ke dalam kategori, mendeskripsikan kategori-kategori tersebut, meningkatkan

deskripsi tersebut agar menjadi analisis temuan dalam narasi kualitatif dengan memberikan informasi deskriptif mengenai informasi, dan menginterpretasi data untuk menghasilkan sebuah analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, periset akan membagi ke dalam tiga subbab yang masing-masingnya akan menjelaskan penjabaran dari konsep yang periset pinjam dari Okano-Heijmans yang telah dijelaskan pada bab 2. Pada subbab pertama, periset akan menjelaskan mengenai *theatre* atau mode praktik hubungan internasional di antara kedua pihak (Indonesia dan Bangladesh). Subbab kedua akan membahas konteks kepentingan Indonesia dan Bangladesh dalam mendorong kerja sama ekspor-impor 2014-2019. Subbab terakhir, akan membahas *tools* dan proses diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Bangladesh dalam ekspor gerbong kereta.

***Theatre* atau Moda Praktik Hubungan Indonesia dan Bangladesh**

Indonesia dan Bangladesh memiliki banyak kesamaan yang mendorong hubungan bilateral di antara kedua negara yaitu negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam dan tergabung dalam beberapa forum yang sama yaitu PBB, Konferensi Asia Afrika (KAA), GNB, Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), D-8⁸, G77⁹, ASEAN Regional Forum, dan sebagainya. Kesamaan lainnya Indonesia dan Bangladesh sama-sama diprediksi akan menjadi dua negara yang memiliki perekonomian meningkat dari tahun ke tahun dan menjadi yang terbesar di dunia dan juga memiliki status kependudukan salah satu terpadat di dunia. Memiliki banyak kesamaan pastinya mendorong sebuah hubungan internasional.

Mode praktik atau *theatre* pertama antara Indonesia dan Bangladesh ialah melalui multilateral. Diplomasi Ekonomi Indonesia untuk mengekspor 250 gerbong kereta ke Bangladesh berawal dari momentum KTT IORA (Indian Ocean Rim Association) yang digelar pada 5-7 Maret 2017 di Jakarta, Indonesia. Indonesia dan Bangladesh sama-sama tergabung dalam IORA. Sejak 20 tahun pendiriannya, KTT IORA tahun 2017 merupakan pertama kali bertemu tingkat kepala negara/pemerintahan (Wardani, 2017).

KTT IORA memfasilitasi pertemuan formal dan informal antar Menteri dan pejabat, *Business Summit* untuk memfasilitasi delegasi-delegasi bisnis negara anggota IORA termasuk Indonesia, juga *networking* di sela-sela KTT IORA (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2017). Pada sela-sela KTT IORA ini Bangladesh, Mozambik, Yaman, Iran dan India merupakan negara-negara yang mengadakan sesi bilateral dengan Indonesia. Delegasi Indonesia yang dipimpin oleh Jokowi ditemani juga oleh Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita, Wakil Menteri Luar Negeri AM Fachir, Menteri Sekretariat Negara Pratikno, dan Menteri Koordinator Perekonomian Darmin Nasution (Tempo.co, 2017).

Pertemuan multilateral dalam KTT IORA mengarah kepada mode praktik atau *theatre* yaitu bilateral. Sesi bilateral dilakukan oleh Jokowi dengan ketua delegasi Bangladesh yaitu Sheikh Hasina. Pada pertemuan inilah, Bangladesh mengungkapkan keinginan untuk memesan gerbong kereta sebanyak 200. Walaupun PT INKA sudah mengetahui tentang pengadaan gerbong kereta dari *Railways Master Plan Bangladesh*, agen lokal dan *Bangladesh Railways* sendiri. Bangladesh juga menawarkan kerja sama dalam industri farmasi. Pada kesempatan ini, Indonesia sebagai bentuk diplomasi ekonominya menekankan kerja sama

⁸ D-8 (*Developing Eight*) ialah Organisasi untuk kerja sama ekonomi dengan anggota Indonesia, Bangladesh, Pakistan, Iran, Mesir, Malaysia, Nigeria dan Turki

⁹ Organisasi kerja sama ekonomi yang awalnya berisikan 77 negara berkembang, kini telah beranggotakan 134 negara berkembang

B2B¹⁰ baik antara BUMN ataupun antara perusahaan swasta. Perdagangan Indonesia dengan Bangladesh memberikan surplus besar kepada Indonesia sebesar US\$ 1,9 miliar menutup tahun 2016 (Kusuma, 2017).

Mode praktik bilateral dengan Bangladesh tidak hanya dilakukan oleh Jokowi dan Hasina, Duta Besar Luar Biasa dan Berkuasa Penuh Republik Indonesia (Dubes LBBP RI) untuk Bangladesh merangkap Nepal, Rina P. Soemarno, juga mengadakan pertemuan bilateral dengan Presiden Bangladesh, H.E Mr. Md. Abdul Hamid Bangabhaban, di Dhaka pada 18 Juli 2017 dalam rangka menyerahkan *Letter of Credence*. Pada pertemuan bilateral ini, Rina P. Soermarno tidak lepas juga dari perbincangan kerja sama bidang farmasi dan perfilman. Rina menekankan persamaan antara Indonesia dan Bangladesh dalam berbagai aspek sosial, politik, ekonomi, dan budaya akan menumbuhkan banyak kerja sama (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2017).

Pada awal 2018 mendatang Indonesia serius memandang penting Bangladesh sebagai mitra dagang dengan peluncuran secara resmi perundingan Indonesia-Bangladesh *Preferential Trade Agreement* (IB-PTA). IB-PTA ini akan difokuskan untuk pengurangan tarif untuk produk unggulan dan potensial Indonesia yang masuk ke Bangladesh sehingga ekspor dapat meningkat, begitu juga sebaliknya.

Kepentingan Indonesia dan Bangladesh

Dari perspektif Indonesia, Indonesia sendiri memang melakukan penekanan pada diplomasi ekonominya, terutama terhadap pasar-pasar baru. Pasar-pasar baru yang disebut juga pasar nontradisional merupakan negara yang pasarnya belum terpenetrasi oleh Indonesia namun memiliki potensi yang besar, didominasi negara dunia ketiga. Hal ini merupakan perubahan haluan Indonesia yang sebelumnya berfokus kepada pembangunan

kemitraan atau kerja sama dengan seluruh negara-negara besar di dunia seperti Uni Eropa, Amerika Serikat, Tiongkok dan sebagainya. Selain perubahan target pasar, Indonesia juga menggencarkan ekspansi BUMN dan swasta di pasar global, tujuannya untuk dapat mendiversifikasi pasar ekspor Indonesia yang memiliki ketergantungan kepada komoditas.

Faktor-faktor yang mendorong penguatan diplomasi ekonomi Indonesia di pasar nontradisional dalam kasus ini, Bangladesh ialah (1) terjadinya tren penurunan nilai ekspor Indonesia tahun 2011-2014 dari US\$ 203,49 miliar menjadi US\$ 176,29 miliar, (2) kondisi mitra dagang utama Indonesia yang rentan terhadap krisis. Krisis yang terjadi pada mitra dagang utama sangat berpengaruh kepada melemahnya perekonomian global dan Indonesia seperti krisis 2008-2009 di Amerika Serikat, krisis 2011-2013 di kawasan Uni Eropa dan sekarang perang dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat. Kasus yang biasanya terjadi ialah ketika krisis di negara-negara besar dan mitra dagang utama maka permintaan dari negara tersebut berkurang, kemudian terjadi penurunan ekspor dari Indonesia, dan berimbas kepada penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2012, Indonesia mendapat neraca perdagangan luar negeri defisit senilai US\$ 1,6 miliar, (3) polemik dan diskriminasi terhadap komoditas Indonesia di pasar Uni Eropa yang sudah berlangsung sejak lama. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia dan ketika harga komoditas ini turun atau anjlok, maka akan terjadi perlambatan ekonomi, (4) Bangladesh masuk ke dalam 20 negara teratas tujuan ekspor Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 1% (Wibowo, 2019).

Tabel 1 Neraca Perdagangan Indonesia Total (2015-2019) dalam juta US\$

Uraian	2015	2016	2017	2018	2019
Total					
Perdagangan	293,061.1	280,839.0	325,813.7	368,724.0	338,958.7
Ekspor	150,366.3	145,186.2	168,828.2	180,012.7	167,683.0

¹⁰ B2B ialah *business-to-business*, antara bisnis dengan bisnis lainnya (level perusahaan)

Impor	142,694.8	135,652.8	156,985.6	188,711.4	171,275.7
Neraca Perdagangan	7,671.5	9,533.4	11,842.6	-8,698.7	-3,592.7

Sumber: BPS diolah Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Perdagangan, 2021

Dari perspektif Bangladesh, dalam satu dekade belakangan di bawah pimpinan Perdana Menteri, Sheikh Hasina, Bangladesh berada di bawah pertumbuhan ekonomi yang fantastis, dengan peningkatan PDB sebesar 199 persen (2008-2018). Seiring dengan kenaikan PDB ini, Bangladesh menyadari pasarnya yang menarik yaitu peningkatan masyarakat kelas menengah dengan 30% dari 160 juta penduduknya. Hal ini merupakan usaha konsisten pemerintahan Bangladesh dalam membangun ekonomi dalam negerinya (Islam, Interpreting Sheikh Hasina's Foreign Policy, 2020).

Tabel 2 Indikator Perekonomian Bangladesh (2015-2019)

Indikator	2015	2016	2017	2018	2019
Neraca Perdagangan (miliar US\$)	-6,12	-6,24	-12,9	-16,9	-15,6
Pertumbuhan PDB (%)	6,6	7,1	7,3	7,9	8,2

Sumber: diolah oleh periset, data WTO dan Bank Dunia, 2021

Faktor-faktor yang mendorong Bangladesh untuk menjalin kerja sama perdagangan dengan negara lain termasuk Indonesia ialah, (1) saat ini Bangladesh berada di fase perpindahan menjadi negara berkembang yang membutuhkan banyak peningkatan secara internal dan eksternal. Terutama, Bangladesh harus mengintensifkan negosiasi dan finalisasi kerja sama dengan negara-negara di dunia karena ia akan melepas hak istimewanya, GSP¹¹, dalam perdagangan internasional melalui intensif diplomasi ekonomi (Ministry Foreign Affairs, 2019, hal. 126-129), (2) kebijakan luar negeri Bangladesh yang tertuang dalam Konstitusi Bangladesh pasal 25 ayat 2

¹¹ GSP (*Generalised System of Preferences*) merupakan skema dalam perdagangan internasional yang memberikan akses pasar bebas bea dan bebas kuota dari negara berkembang dan maju. Skema ini berlaku tidak timbal balik dalam arti bahwa

Bangladesh memperkuat hubungan antar negara Muslim sebagai bentuk solidaritas Islam dan Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk Islam, (3) ambisi Bangladesh untuk menjadi penghubung antara Asia Selatan dan Asia Tenggara karena posisi geopolitiknya yang strategis. Oleh karenanya, penting bagi Bangladesh untuk menjalin dan meningkatkan kerja sama internasional (baik PTA maupun CEPA dalam level yang lebih tinggi) dengan negara-negara di dua kawasan tersebut (Ministry Foreign Affairs, 2019, hal. 62-81), (4) kondisi neraca perdagangan Bangladesh yang defisit sehingga harus meningkatkan eksport, (5) diskriminasi *major power* yaitu Amerika Serikat (AS) kepada Bangladesh dengan tidak memberikan GSP sedangkan negara (*Least Developing Countries*) LDC Asia Selatan lainnya mendapat GSP. Sehingga menghambat laju pertumbuhan Bangladesh khususnya eksport RMG¹² ke AS.

Eksport Gerbong Kereta Indonesia ke Bangladesh

Proses dan Mekanisme Eksport

Pada tahun Mei 2017, PT INKA mendapatkan pengadaan gerbong kereta *Bangladesh Railways* yaitu 250 gerbong dengan rincian 200 gerbong bertipe *Meter Gauge* (MG) dan 50 gerbong bertipe *Board Gauge* (BG). Eksport gerbong kereta ini bernilai US\$100,89 juta atau Rp1,4 triliun (CNN Indonesia, 2019). Menurut PT INKA, eksport gerbong kereta atau produk Kereta Api buatan PT INKA sebenarnya sudah berlangsung jauh sebelum adanya penguatan diplomasi ekonomi pada masa Jokowi (2014-2019). Eksport sudah dilakukan sejak tahun 1991 ke berbagai negara ASEAN seperti Malaysia, Filipina, Thailand, Singapura, bahkan ke Australia dan juga Bangladesh (Rahma, 2020).

Bangladesh tidak diharapkan menawarkan akses preferensial ke produk yang berasal dari negara lain.

¹² RMG, *Ready-Made Garment* ialah komoditi utama eksport Bangladesh.

Mekanisme ekspor yang dilakukan PT INKA saat ekspor ke Bangladesh tender tahun 2017 ini ialah sebagai kontraktor utama dan bekerja sama dengan agen lokal di tiap negara yang ingin disasar, fungsi agen lokal ini ialah menjembatani keinginan dari pembeli, contohnya pemerintah negara tersebut, mulai dari harga hingga spesifikasi dengan PT INKA. Berdasarkan keterangan wawancara periset dengan PT INKA, Biswas Construction merupakan agen lokal yang menjembatani dan menghubungkan PT INKA untuk ekspor 250 gerbong kereta dengan Bangladesh tahun 2017.

Menurut Direktur Pemasaran PT INKA, Wai Wahdan, dalam wawancara dengan periset, pada awalnya, ekspansi PT INKA ke luar negeri merupakan atas inisiatif dari PT INKA sendiri untuk mendapatkan pemasukan. Namun sejak tahun 2017-an, pemerintah mulai memberikan dorongan untuk ekspor termasuk ekspor 250 gerbong kereta ke Bangladesh tahun 2017. Dorongan pemerintah ini diperlihatkan berupa fasilitas yaitu: (1) dukungan Kementerian Luar Negeri dan KBRI sebagai agen pemasaran bagi PT INKA di luar negeri, (2) pemberian fasilitas KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) untuk pembebasan bea masuk komponen impor, (3) dukungan kredit modal kerja melalui Eximbank Indonesia (di bawah Kementerian Keuangan).

Dukungan dalam hal pembiayaan dari Indonesia Eximbank (Lembaga Pembiayaan Ekspor Impor) kepada PT INKA ialah agar dapat bersaing dengan harga yang kompetitif. Indonesia Eximbank memang ditujukan untuk menunjang ekspor Indonesia dengan memberikan pembiayaan, penjaminan dan asuransi ekspor berdasarkan Undang-undang No.2/2009 (Indonesia Eximbank, 2017). Skema Eximbank ini ialah *National Interest Account* (NIA) atau penugasan khusus oleh pemerintah untuk membiayai ekspor atau transaksi dan proyek penting dan perlu namun sulit secara komersial berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 134/PMK.08/2015. Nilai

yang dikucurkan oleh Eximbank kepada PT INKA ialah Rp775,6 miliar berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan (KMK) No.513/KMK.08/2018 (IPOTNEWS, 2019).

Pada ekspor 2017 ke Bangladesh, PT INKA mengetahui pengadaan gerbong kereta dari *Railway Master Plan* Bangladesh dan juga dari pihak *Bangladesh Railway* langsung. PT INKA memenangkan tender ini melawan perusahaan India dan dua perusahaan Tiongkok (tabel 3). Strategi yang PT INKA lakukan untuk memenangkan tender ini ialah (1) pendekatan pra-tender tidak hanya dilakukan kepada calon pelanggan tetapi juga pemangku kepentingan terlibat seperti *vendor* dan *forwarder*¹³ untuk mendapatkan harga yang kompetitif, (2) melakukan analisis pasar untuk mengetahui pesaing dan menetapkan harga jual yang kompetitif, (3) memberikan *feedback* maksimal saat evaluasi dokumen tender terutama masa klarifikasi, (4) memonitor dan melakukan upaya meminimalkan intervensi pesaing selama masa evaluasi dokumen tender.

Tabel 3. Bidder Pengadaan Kereta Api Bangladesh 2017

No	Nama	Negara
1	Rites Ltd.	India
2	PT INKA	Indonesia
3	Norinco International Cooperation Ltd.	Tiongkok
4.	CRRC Corporation	Tiongkok

Sumber: PT INKA

Untuk proyek ekspor ke Bangladesh tahun 2017, faktor utama kemenangan ialah harga terendah selagi bisa memenuhi spesifikasi teknis yang diharapkan. Karena dalam tender terdapat dua tahap evaluasi yaitu pertama spesifikasi, kedua harga termurah. Namun selain dua faktor di atas terdapat satu faktor pendorong lain yaitu dukungan langsung dari KBRI di Dhaka, Bangladesh. Menurut Wai Wahdan, Duta Besar Indonesia yang menjabat secara langsung menemui Menteri Kereta Api Bangladesh untuk memohon dukungan terhadap Indonesia dalam pemenangan tender.

¹³ Forwarder ialah perusahaan yang melakukan pengantaran barang ekspor, mulai dari pengumpulan

muatan, menyelenggarakan pengemasan sampai membukukan barang yang diperdagangkan

Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Ekspor Gerbong Kereta

Diplomasi ekonomi muncul memang setelah tahun 1990-an ketika negara-negara sepakat untuk menghilangkan hambatan-hambatan dalam perdagangan yang memungkinkan negara untuk membantu perekonomian domestik untuk ekspansi ke negara lain. Dalam prosesnya diplomasi ekonomi dipengaruhi oleh berbagai hal baik dari profil negara (termasuk agama, ideologi, politik, lokasi geografis, dan lain-lain), dan dalam konteks spesifik perdagangan internasional, keberhasilan diplomasi ekonomi juga dipengaruhi oleh kondisi pasar (permintaan dan penawaran). Melanjutkan analisis di subbab sebelumnya mengenai kepentingan Indonesia dalam melakukan diplomasi ekonomi di pasar nontradisional terutama di Bangladesh, pada subbab ini akan secara spesifik membahas diplomasi ekonomi Indonesia dalam studi kasus ekspor gerbong kereta tahun 2017.

Dalam diplomasi ekonomi, negosiasi merupakan tahapan yang penting. Negosiasi dalam hubungan bilateral antar negara dilakukan oleh diplomat dan dibantu oleh teknokrat dari departemen khusus pemerintah yang dipercaya untuk menegosiasikan kesepakatan tentang banyak hal. Dalam negosiasi, kemampuan untuk dapat melakukan konsiliasi dan menjembatani perbedaan ialah yang wajib dimiliki negosiator, juga yang terpenting dapat mengetahui batas negosiasi pihak lawan. Dalam studi kasus ekspor gerbong kereta, PT INKA sendiri menggunakan agensi lokal dari negara tersebut untuk menjembatani kedua belah pihak (*Bangladesh Railways* dan PT INKA). Setelahnya, proses negosiasi melibatkan pemerintah kedua negara yaitu pada KTT IORA yang mana Bangladesh mendorong Indonesia untuk bekerja sama dengan industri farmasi Bangladesh dan Bangladesh berencana membeli gerbong kereta dari Indonesia. Juga disusul oleh kunjungan duta besar Indonesia untuk Bangladesh merangkup Nepal menemui Menteri Kereta Api Bangladesh.

Proses negosiasi internasional menjadi semakin penting adanya terlepas dari besar kecilnya *power* negara tersebut karena kini negara-negara kecil memiliki posisi tawar yang tinggi dikarenakan bukan kapasitas negaranya yang besar melainkan karena ada banyak alternatif untuk satu produk yang sama. Oleh karenanya kesepakatan yang didapatkan oleh negara-negara kecil akan lebih baik dengan posisi tawar yang luas. Untuk produk kereta api, ada berbagai produsen yang dapat menjadi alternatif Bangladesh, seperti dari India, Tiongkok, Amerika Serikat, Korea Selatan dan Jepang. Oleh karenanya, Indonesia bersaing dalam segi spesifikasi, harga dan juga diplomasinya untuk mendapatkan sebuah kesepakatan. Dapat dikatakan diplomasi ekonomi berperan bukan dalam pembukaan pasar baru atau meningkatkan permintaan akan produk kereta api Indonesia melainkan dalam memperlancar proses penawaran dan mendapatkan kesepakatan.

Dalam diplomasi ekonomi Indonesia ke Bangladesh dalam studi kasus ekspor gerbong kereta ini melibatkan berbagai pihak yaitu, **pertama** PT INKA. PT INKA sebagai aktor yang melakukan ekspor gerbong kereta baik dari tahap tender hingga purna jual. **Kedua**, agen lokal, Biswas Construction, yang menjembatani PT INKA dengan Bangladesh Railways. **Ketiga**, Kemlu. Kemlu berfungsi sebagai aktor yang melakukan diplomasi baik *diplomatic mission* Indonesia yang berada di Bangladesh, dan Kemlu Direktorat Jenderal Asia Selatan dan Tengah yang berlaku sebagai agen pemasaran bagi PT INKA. **Keempat**, Kementerian Keuangan. Kemenkeu berperan dalam memberikan fasilitas pendanaan bagi PT INKA untuk melakukan ekspor melalui Eximbank dan juga KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) untuk pembebasan bea masuk komponen impor. Hal ini menaikkan tingkat kompetitif PT INKA saat melakukan tender. **Kelima**, Eximbank Indonesia mendorong ekspor industri strategis Indonesia dengan memberikan bantuan pendanaan sebesar Rp.775,6 miliar yang tergolong ke dalam

bentuk *buyer's credit*, penjaminan dan/atau asuransi.

Pemilihan Bangladesh sebagai Target Ekspor Produk Kereta Api

Selain sudah memiliki riwayat order sebelumnya, pemilihan Bangladesh menjadi target ekspor produk kereta api Indonesia didasari atas potensi pesanan besar dari Bangladesh yang semakin banyak di masa yang akan datang. Bangladesh sudah memulai rencana ambisiusnya untuk menjadi penghubung kawasan Asia Selatan dan Asia Tenggara sejak Hasina menjabat pada tahun 2009. Secara eksternal, Bangladesh menjadi bagian dari jaringan kereta Trans-Asia yang digarap oleh *China Railway Design Corporation* yang akan menghubungkan dua kawasan tersebut dengan Tiongkok. Secara internal, pengembangan kereta api semakin intensif mengacu kepada *Railway Master Plan* yang akan menyelesaikan total 230 proyek dengan periode pengerjaan jangka panjang yaitu 2016-2045 (Logistic Capacity Assesment (LCA), 2019, hal. 9). Selain pembangunan infrastruktur fisik, proyek ini juga mencakup pengadaan berbagai macam produk perkeretaapian. Hal ini menandakan potensi permintaan produk kereta api yang sangat besar dari Bangladesh. Ini terbukti dengan PT INKA yang akan mengikuti tender pengadaan 300 gerbong kereta jenis BG tahun 2021. Selain potensi kerja sama yang dapat berkelanjutan, juga proyek perkeretaapiannya didukung oleh Asian Development Bank (ADB).

Pertimbangan Bangladesh Memilih Produk Kereta Api Indonesia

Secara spesifik dalam kasus tender tahun 2017, Bangladesh memilih Indonesia ketimbang Tiongkok atau India disebabkan oleh beberapa hal. Walaupun tidak dapat dipungkiri kedekatan geografis dan politik Tiongkok dan India dengan Bangladesh bukan hal yang dapat diasingkan begitu saja. Bangladesh sejatinya ingin menyeimbangkan pengaruh yang ada di negaranya baik itu dari India dan Tiongkok.

India telah mendapatkan proyek ekspor untuk 120 gerbong kereta jenis BG tahun 2016 dan merupakan ekspor terbesar dari RITES India ke Bangladesh. Sedangkan Tiongkok mendapatkan tender ekspor wagon tahun 2019. Bangladesh juga menyuplai perkeretaapiannya dari Jepang dan Korea Selatan. Selain itu, terlepas dari politik, secara kualitas produk, pelayanan purna jual kereta Indonesia tergolong sangat baik.

Bagi Bangladesh dan negara non-blok lainnya, melakukan sebuah transaksi dengan *major power* itu memiliki pesan politik, dan bisa juga kontroversial (jika tidak sesuai dengan nilai negaranya). Seperti membeli kereta dari Tiongkok, maka ada pesan politik bahwa Bangladesh memiliki kecenderungan politik terhadap Tiongkok, dan jika membeli kereta dari Amerika Serikat, maka dapat diartikan politik yang cenderung terhadap Amerika Serikat. Sehingga jikalau membeli produk Indonesia yang memiliki citra cenderung netral, maka transaksi ini hanya terlihat seperti hanya sebuah transaksi dan tidak memiliki pesan politik yang besar.

Terakhir, Bangladesh memilih Indonesia bukan cuma-cuma, Bangladesh memiliki niatan untuk juga mendiversifikasi produk dan pasar eksportnya yang didominasi oleh produk RMG yang menguasai 80% ekspor Bangladesh dan pasar utamanya negara-negara Eropa (The Asia Foundation, n.d.). Dalam usaha diversifikasi ini, Bangladesh mengekspor produk industri farmasi ke berbagai negara. Perluasan kepada pasar Indonesia dengan penduduk yang padat dan membutuhkan produk farmasi murah dan berkualitas akan menjanjikan bagi Bangladesh. Hal ini terlihat dengan dorongan Sheikh Hasina ketika bertemu Presiden Jokowi di KTT IORA 2017 yang mendorong Indonesia untuk bekerja sama dengan industri farmasi Bangladesh. Pada tahun 2018, industri farmasi Bangladesh sudah mengekspor ke 125 negara termasuk Uni Eropa dan AS, juga memenuhi 98% permintaan domestik (Ministry Foreign Affairs, 2019).

KESIMPULAN

Perdagangan internasional, ekspor-impor, merupakan sebuah peristiwa yang melibatkan berbagai proses dan pihak. Pihak yang terlibat dalam hal ini ialah PT INKA, Biswas Construction, Kementerian Luar Negeri RI, Kementerian Keuangan RI, dan Eximbank. Sederhananya, proses ini terdiri atas permintaan dan penawaran. Permintaan datang dari calon pembeli (Bangladesh) dan penawaran datang dari calon penjual (Indonesia). Kereta api merupakan komoditas yang dikategorikan sekunder dan *diversified* sehingga permintaannya pun juga sangat bergantung pada kondisi internal negara pembeli seperti kebutuhan akan komoditas tersebut, kesanggupan membeli, dan spesifikasi teknis perkeretaapian. Oleh karenanya, ada sangat sedikit hampir tidak ada peran diplomasi ekonomi Indonesia untuk memunculkan permintaan akan komoditas ini, atau seperti hipotesis awal bahwa diplomasi ekonomi Indonesia membuka pasar baru.

Temuan riset ini ialah bahwa diplomasi ekonomi Indonesia dalam ekspor gerbang kereta berperan dalam tahap penawaran. Dalam tahap ini diplomasi ekonomi dilihat periset melalui konsep diplomasi ekonomi Okano-Heijmans yang terdiri atas empat bagian utama yaitu moda praktik atau *theatre*, konteks hubungan internasional, *tools* dan proses diplomasi ekonomi. Yang mana keempat hal ini menciptakan gambaran *balance of interest*. Indonesia dan Bangladesh memiliki banyak kesamaan baik dari segi demografi dan pandangan. Oleh karenanya, sering bertemu dalam forum internasional yang terutama KTT IORA yang menjadi moda praktik atau *theatre* riset ini, kemudian juga memanfaatkan pertemuan bilateral antarnegara. Setelah diriset, kedua negara sama-sama memiliki kondisi domestik dan internasional yang memang mengarah kepada kesepakatan ekspor ini. Kemudian dalam proses diplomasinya pun terdapat berbagai aktor dalam dan luar negeri yang bekerja sama untuk mewujudkan ekspor ini.

Diplomasi ekonomi hanya bisa dilakukan jika negara yang dituju terbuka akan hal tersebut, terbuka tentunya dengan tidak cuma-cuma, tetapi ada hal yang dinegosiasikan dan dikerja samakan. Diplomasi ekonomi yang baik tidak hanya berperan dalam proses penawaran (mendapatkan dan mengamankan sebuah kesepakatan) namun juga membuat sebuah kesepakatan menjadi berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Augesti, A. (2018, November 26). *Jadi Penyumbang Surplus Perdagangan Terbesar, Dubes Indonesia Ajak Berinvestasi di Bangladesh*. Diambil kembali dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/global/read/3737452/jadi-penyumbang-surplus-perdagangan-terbesar-dubes-indonesia-ajak-berinvestasi-di-bangladesh>
- Bayne, N., & Woolcock, S. (2017). What is Economic Diplomacy? Dalam N. Bayne, & S. Woolcock, *The New Economic Diplomacy: Decision-making and negotiation in international economic relations* (Vol. IV, hal. 1-15). London: Routledge.
- Berridge, G. (2010). *Diplomacy: Theory and Practice*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- CNN Indonesia. (2019, Januari 21). INKA Ekspor 250 Kereta Bernilai Rp1,4 Triliun ke Bangladesh. Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190121103743-92-362418/inka-ekspor-250-kereta-bernilai-rp14-triliun-ke-bangladesh>
- Connally, A. L. (2014). Indonesian foreign policy under President Jokowi. Lowy Institute for International Policy.
- Cooper, A. F., Heine, J., & Thakur, R. (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Faizal, A. (2019, Januari 20). Lagi, PT INKA Kirim 250 Gerbang Kereta Ke Bangladesh. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/20/19121552/lagi-pt-inka-kirim-250-gerbang-kereta-ke-bangladesh>
- Hadyan, R. (2019, Januari 09). Ini capaian diplomasi ekonomi Indonesia selama

- empat tahun terakhir. Retrieved from Kontan:
<https://nasional.kontan.co.id/news/ini-capaihan-diplomasi-ekonomi-indonesia-selama-empat-tahun-terakhir>
- Hampson, F. O., Crocker, C. A., & Aall, P. (2013). Negotiation. Dalam A. F. Cooper, J. Heine, & R. Thakur, The Oxford Handbook of Modern Diplomacy (hal. 261-273). Oxford: Oxford Press University.
- Holmes, A. (2016). Types of Diplomacy and Diplomacies of Place. Dalam A. Holmes, & J. S. Rofe, GLOBAL DIPLOMACY Theories, Types, and Models (hal. 114-124). Boulder: Westview Press.
- Indonesia Eximbank. (2017, September 15). BANGLADESH RAILWAY TUNJUK KEMBALI PT INDUSTRI KERETA API (PERSERO) UNTUK PRODUKSI 200 UNIT KERETA PENUMPANG. Retrieved from Indonesia Eximbank: <https://www.indonesiaeximbank.go.id/news/detail/bangladesh-railway-tunjuk-kembali-pt-industri-kereta-api-persero-untuk-produksi-200-unit-kereta-penumpang>
- IPOTNEWS. (2019, Januari 21). Eximbank Fasilitasi INKA Untuk Eksport Kereta Ke Bangladesh. Retrieved from IPOTNEWS: https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Eximbank_Fasilitasi_INKA_Untuk_Eksport_Kereta_Ke_Bangladesh&news_id=100608&group_news=IPOT_NEWS&news_date=&taging_subtype=BANKING&name=&search=y_general&q=Indonesia%20eximbank,INKA&halaman=1
- Islam, S. (2020, September 27). Interpreting Sheikh Hasina's Foreign Policy. Retrieved from Modern Diplomacy: <https://moderndiplomacy.eu/2020/09/27/interpreting-sheikh-hasinas-foreign-policy/>
- Jemadu, A. d. (2015). Kinerja Diplomasi Ekonomi: Evaluasi atas Perjanjian Perdagangan dan Investasi. (F. Cassidy, Penyunt.) Jakarta Pusat: Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2017, Juli 18). Dubes RI untuk Bangladesh Rina Soemarno Serahkan Surat Kepercayaan kepada Presiden Bangladesh. Retrieved from Kedutaan Besar Republik Indonesia di Dhaka, Republik Rakyat Bangladesh Merangkap Nepal: <https://kemlu.go.id/dhaka/id/news/472/dubes-ri-untuk-bangladesh-rina-soemarno-serahkan-surat-surat-kepercayaan-kepada-presiden-bangladesh>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2017, Maret 7). Pidato Presiden Republik Indonesia Joko Widodo Pada Penutupan KTT Indian Ocean Rim Association (IORA 2017). Diambil kembali dari <https://kemlu.go.id/portal/id/read/276/pidato/penutupan-ktt-indian-ocean-rim-association-iora-2017-di-assembly-hall-jcc-jakarta>
- Kusuma, H. (2017, Maret 7). Banyak Kerja Sama Ekonomi dari Pertemuan Negara Samudera Hindia. Retrieved from detikcom: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3440872/banyak-kerja-sama-ekonomi-dari-pertemuan-negara-samudera-hindia>
- Lamont, C. (2015). Research Methods in International Relations. Dorchester: SAGE.
- Logistic Capacity Assessment (LCA). (2019). Bangladesh Railway Assessment. Logistics Cluster.
- Ma, J. (2011, April). Free Trade or Protection: A Literature Review on Trade Barriers. Research in World Economy, 2(1), 69-76.
- Mamun, S. (2020, July 26). 72% of Bangladesh Railway locomotives outdated. Retrieved from Dhaka Tribune: <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/2020/07/26/72-of-bangladesh-railway-locomotives-outdated>
- Mangkuto, W. S. (2019, Oktober 29). Diplomasi Ekonomi Menlu: dari 'Jualan' Penduduk Hingga Eksport. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191029202437-4-111167/diplomasi-ekonomi-menlu-dari-jualan-penduduk-hingga-ekspor>
- Marks, S., & Freeman, C. W. (2019, January). Diplomacy. Diambil kembali dari Encyclopædia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>
- Ministry Foreign Affairs. (2019). Selected Speeches of Prime Minister Sheikh Hasina During Official Visit (2009-2018). External Publicity Wing, Ministry of Foreign Affairs Government of the People's Republic of Bangladesh.

- Neves, M. S. (2017). Economic Diplomacy, Geo-Economics and The External Strategy of Portugal. JANUS.NET, 8(1), 88-118.
- New Age BD. (2019, April 26). Bangladesh-Indonesia trade to expand fivefold in ten years: experts. Retrieved from New Age BD:
<https://www.newagebd.net/article/70891/bangladesh-indonesia-trade-to-expand-fivefold-in-ten-years-experts>
- Okano-Heijmans, M. (2011). Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies. Dalam P. A. van Bergeijk, M. Okano-Heijmans, & J. Melissen, Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives (hal. 7-36). Leiden: Koninklijke Brill NV.
- Rahma, A. (2020, November 19). *Negara-Negara Ini Gunakan Kereta Api Produksi PT INKA*. Diambil kembali dari Liputan6:
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4412386/negara-negara-ini-gunakan-kereta-api-produksi-pt-inka>
- Sabaruddin, S. S. (2016). Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Nontradisional. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional.
- Saner, R., & Yiu, L. (2006). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times. Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 11.
- Tempo.co. (2017, Maret 8). KTT IORA, RI Buka Kerjasama dengan 5 Negara Ini. Diambil kembali dari TEMPO:
<https://bisnis.tempo.co/read/853659/ktt-iora-ri-buka-kerjasama-dengan-5-negara-ini/full&view=ok>
- The Asia Foundation. (n.d.). Bangladesh’s Garment Workers. Retrieved from <https://asiafoundation.org/slideshow/bangladeshs-garment-workers/>
- The Jakarta Post. (2019, Januari 21). Indonesia to deliver 250 train cars to Bangladesh in 2019. Retrieved from The Jakarta Post:
<https://www.thejakartapost.com/news/2019/01/21/indonesia-to-deliver-250-train-cars-to-bangladesh-in-2019.html>
- van Bergeijk, P. A., Okano-Heijmans, M., & Melissen, J. (2011). Economic Diplomacy: The Issues. Dalam P. A. van Bergeijk, M. Okano-Heijmans, & J. Melissen, Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives. Leiden: Martinus Nijhoff.
- van Veenstra, M.-L. E., Yakop, M., & van Bergeijk, P. A. (2010). Economic Diplomacy, the Level of Development and Trade. Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’.
- Wahyudi, E. (2019, Agustus 21). Nilai Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Afrika Naik Rp 3,4 Triliun. Retrieved from Tempo.co:
<https://bisnis.tempo.co/read/1238550/nilai-kerja-sama-ekonomi-indonesia-afrika-naik-rp-34-triliun>
- Wardani, H. L. (2017, Maret 06). Presiden Jokowi Buka KTT IORA 2017 . Diambil kembali dari Detiknews:
<https://news.detik.com/berita/d-3439366/presiden-jokowi-buka-ktt-iora-2017>

BIOGRAFI

Jihan Salsabilla Denura, adalah mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran angkatan 2017. Periset tertarik mengenai ekonomi politik global, termasuk diplomasi ekonomi Indonesia di pasar nontradisional.

Viani Puspitasari adalah dosen Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran.