



Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Tiongkok pada Masa Kabinet Kerja 2014-2019

Iasya Mardhiyyah

Universitas Padjadjaran, Indonesia; email: iasya18001@mail.unpad.ac.id

Dadan Suryadipura

Program Studi Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran;

email: dadan.suryadipura@unpad.ac.id

| Submit: 31-05-2022

| Accept: 27-01-2023

| Publish: 31-01-2023

Keywords

Economic Diplomacy, Joko Widodo Administration, Xi-Li Administration.

ABSTRACT

This research aims to explain Indonesia's economic diplomacy towards China during the 2014-2019 President Joko Widodo administration. The model used is the stages of development of economic diplomacy according to Kishan Rana. This research uses qualitative research methods with data collection methods sourced from literature studies and interviews. The results of this study are that Indonesia during the 2014-2019 President Joko Widodo Administration had a foreign policy of making Indonesia the World Maritime Axis. Therefore, Indonesia is aggressively carrying out economic diplomacy to maximize economic benefits and achieve political goals. China is Indonesia's destination country because of its capability as the country with the largest economy in the world. Indonesia went through four phases in conducting economic diplomacy against China. First, economic salesmanship. Second, economic networking and advocacy. Third, image building. Fourth, regulatory management and resource mobilization. Based on the analysis of researchers, Indonesia has gone through four phases of economic diplomacy in the 5 year period of President Joko Widodo's administration. Overall, Indonesia's economic and infrastructure growth targets have been achieved despite several obstacles in the development process. However, with cooperation between ministries, state and non-state institutions, as well as individuals, in 2019 Indonesia's economic growth increased from 2014.

Kata Kunci

Diplomasi Ekonomi, Pemerintahan Joko Widodo, Pemerintahan Xi-Li

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk menjelaskan diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Tiongkok pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo tahun 2014-2019. Model yang digunakan adalah fase-fase perkembangan diplomasi ekonomi menurut Kishan Rana. Riset ini menggunakan metode riset kualitatif dengan metode pengumpulan data bersumber dari studi literatur dan wawancara. Hasil riset ini yaitu Indonesia di masa pemerintahan Presiden Joko Widodo tahun 2014-2019 memiliki politik luar negeri yaitu menjadikan Indonesia sebagai Poros Maritim Dunia. Salah satu yang dilakukan untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan diplomasi ekonomi kepada Tiongkok sebagai negara dengan perekonomian terbesar di dunia. Indonesia melalui empat fase dalam melakukan diplomasi ekonomi terhadap Tiongkok yaitu *economic salesmanship*, *economic networking and advocacy*, *image building*, dan *regulatory management and resources mobilization*. Berdasarkan analisis periset, Indonesia telah melalui empat fase diplomasi ekonomi dalam periode 5 tahun Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Secara keseluruhan, target pertumbuhan ekonomi dan pembangunan infrastruktur Indonesia telah tercapai meskipun dalam prosesnya terdapat beberapa hambatan. Namun, dengan kerja sama antar kementerian, lembaga negara dan non-negara, serta individu, pada tahun 2019 pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat dari tahun 2014.

PENDAHULUAN

Diplomasi semakin berkembang dengan ditandainya kemajuan globalisasi Pasca Perang Dingin yang sejalan dengan multiplikasi isu. Isu diplomasi global dapat dibagi ke dalam enam area diantaranya perang dan damai, pembangunan, lingkungan, migrasi, kesehatan, dan ekonomi (Bjola & Kornprobst, 2013). Ekonomi merupakan salah satu bidang kehidupan yang mengalami perubahan akibat adanya globalisasi. Fenomena ini dicirikan dengan konektivitas dan ketergantungan antar negara dengan peningkatan jumlah aktor diplomasi ekonomi yang ingin mendapatkan keuntungan dalam hubungan internasional. Meningkatnya aktivitas diplomasi ekonomi juga disebabkan adanya peluang komersial di pasar luar yang dapat meningkatkan dan menstabilkan perekonomian dalam negeri dalam jangka panjang. Oleh karenanya, diplomasi ekonomi untuk mencari peluang baru ekonomi khususnya melalui kerja sama multilateral dan bilateral gencar dilakukan negara-negara di dunia termasuk negara berkembang.

Indonesia menjadi salah satu negara berkembang yang memperkuat pertumbuhan ekonomi melalui diplomasi ekonomi. Di masa Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), Indonesia telah melakukan berbagai praktik diplomasi. Praktik diplomasi yang khas di era Presiden SBY adalah diplomasi internasional yang bertujuan untuk menampilkan Indonesia di berbagai forum internasional (*outward looking*). Salah satu strategi diplomasi SBY adalah dengan melakukan diskusi panel di berbagai pertemuan seperti World Forum Economic East Asia (WEF-EA) ke-11. Indonesia juga memanfaatkan momentum sebagai tuan rumah dalam berbagai forum multilateral lainnya seperti KTT ASEAN dan KTT Asia Timur pada tahun 2011, dan lainnya. Strategi tersebut bertujuan agar dapat meningkatkan *trust building* dan membangun citra positif di dunia internasional demi kemajuan diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi secara bilateral juga gencar dilakukan seperti pada rangkaian

turnamen Ceko Downhill Bike Cup 2011 untuk meningkatkan ekspor Indonesia yang dilakukan oleh Duta Besar Indonesia untuk Praha (RI, 2011).

Pada tahun 2014, Presiden Joko Widodo atau sering disapa dengan Presiden Joko Widodo, yang menggantikan posisi Presiden SBY pada periode berikutnya, menjadikan diplomasi ekonomi menjadi bagian dari prioritas kebijakan luar negerinya. Prioritas kebijakan luar negeri tersebut didasarkan pada salah satu visi dan misi Presiden Joko Widodo yaitu membangun infrastruktur dan konektivitas maritim sehingga diplomasi ekonomi berorientasi pada pembangunan khususnya pada program infrastruktur. Infrastruktur menjadi kunci utama dalam pembangunan dikarenakan sangat berdampak langsung bagi berbagai sektor ekonomi yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Seperti halnya kurangnya pembangunan infrastruktur menyebabkan tingginya biaya perjalanan produk sehingga harga produk yang dijual di pasar dapat meningkat hingga 25%. Hal tersebut menyebabkan produk di Indonesia tidak dapat berkompetisi dengan produk luar negeri. Masyarakat semakin banyak yang mengimpor produk yang kemudian menyebabkan inflasi perdagangan.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), Presiden Joko Widodo menargetkan pembangunan jalur kereta api, jalan tol, jalan raya, bendungan, pelabuhan, dan pembangkit listrik. Berdasarkan perhitungan Bappenas, untuk mewujudkan rencana pembangunan yang akan dilaksanakan pada tahun 2015-2019, Indonesia memerlukan US\$356 miliar (Salim & Negara, 2018). Namun, negara memiliki keterbatasan dana untuk mewujudkan pembangunan tersebut sehingga memerlukan investor agar dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kementerian Luar Negeri (Kemlu) yang menjadi ujung tombak praktik diplomasi Indonesia, menetapkan diplomasi ekonomi difokuskan pada pembangunan dan penguatan hubungan bilateral dan multilateral untuk

membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Meskipun diplomasi ekonomi merupakan corak baru dalam prioritas kebijakan luar negeri Indonesia, namun diplomasi ekonomi memiliki peluang yang besar dalam menyelesaikan permasalahan dalam negeri karena diplomasi ekonomi memberikan manfaat politik bagi Indonesia. Manfaat politik ini dapat dijadikan peluang untuk meraih keuntungan ekonomi, baik dalam meningkatkan ekspor produk berupa barang atau jasa, memperluas pasar, meningkatkan arus investasi, serta meningkatkan pariwisata. Pada praktiknya, duta besar dan diplomat tidak hanya melaksanakan tugas representasi sebagai perwakilan negara, tetapi juga diperintahkan Presiden Joko Widodo untuk menjadi *marketers* dalam upaya mencari peluang ekonomi. Dalam menjalankan tugas tersebut, duta besar dan diplomat melakukan berbagai strategi untuk memperkuat diplomasi ekonomi salah satunya membuka akses pasar secara luas untuk produk dan jasa Indonesia, mendorong investasi, dan menarik wisatawan asing untuk masuk ke Indonesia.

Meningkatkan ekspor komoditas dan produk unggulan Indonesia dan menarik investor dalam negeri merupakan tujuan utama diplomasi ekonomi Indonesia pada politik luar negeri Kabinet Kerja Joko Widodo. Ekspor merupakan salah satu sumber pendapatan negara Indonesia karena berdampak langsung pada pemasukan devisa negara dan membantu untuk menghindari defisit neraca perdagangan. Selain itu, kegiatan ekspor dapat memperluas pasar untuk menumbuhkan investasi dalam negeri. Sementara itu, pariwisata tidak kalah penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pariwisata dapat menjadi salah satu cara untuk menampilkan citra Indonesia yaitu dengan keindahan alam, wisata, infrastruktur, dan fasilitas lainnya karena pariwisata menjadi salah satu tujuan wisatawan asing ke Indonesia. Dengan demikian, upaya peningkatan citra ini dapat membantu mendorong investasi dalam negeri dan

penjualan produk karena citra sangat berkaitan erat dengan merek nasional (Rana, 2007).

Untuk mewujudkan visi dan misi Presiden Joko Widodo dalam Kabinet Kerja 2014-2019, strategi diplomasi ekonomi difokuskan pada tiga sektor utama yaitu perdagangan, pariwisata, dan investasi. Diplomasi ekonomi dilakukan baik dengan negara yang dekat secara geografis maupun dengan kemitraan strategis seperti Tiongkok. Hubungan Indonesia-Tiongkok mengalami peningkatan yang semula di tingkat *strategic partnership* dan meningkat pada tahun 2013 menjadi *comprehensive strategic partnership*. Hubungan bilateral kedua negara khususnya di tiga sektor utama tersebut cukup membuktikan kemitraan yang erat antara Indonesia dan Tiongkok. Hal ini menunjukkan adanya keseriusan dan pertumbuhan yang cepat dari hubungan bilateral pada bidang ekonomi. Total ekspor Indonesia ke Tiongkok meningkat sebesar US\$102 juta (BPS) dari tahun 2005 menjadi US\$1,48 miliar tahun 2013 ((BPS), 2013).

Keberhasilan pemerintahan sebelumnya dalam meningkatkan hubungan ekonomi Indonesia-Tiongkok memberikan keuntungan bagi Presiden Joko Widodo. Hubungan Indonesia-Tiongkok yang semakin erat ditujukan ketika Presiden Joko Widodo pertama kali mengunjungi Tiongkok pada tanggal 8 November tahun 2014 (Andika & Aisyah, 2017). Presiden Joko Widodo melakukan kunjungan bilateral dengan Presiden Tiongkok untuk membahas kerja sama lebih lanjut dalam berbagai kemitraan strategis seperti infrastruktur. Kunjungan tersebut merupakan pembuka jalan diplomasi ekonomi Indonesia kepada Tiongkok untuk kedepannya.

Tiongkok merupakan negara dengan pertumbuhan ekonomi yang cepat selama kurang lebih 40 tahun terakhir ini. Pada tahun 2015 Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita Tiongkok mencapai US\$796 (Lin, 2017). Hingga tahun 2018, pertumbuhan PDB rata-rata tahunan negara Tiongkok mencapai 9.5%. Selain itu, Tiongkok Pada Masa Pemerintahan

Xi-Li Administration, memiliki kebijakan One Belt One Road (OBOR) yang berganti istilah menjadi Belt and Road Initiative (BRI), bertujuan untuk mempromosikan pembangunan infrastruktur dan konektivitas antara Tiongkok dan negara-negara di Afrika, Eropa, juga termasuk di Asia. Kebijakan tersebut ditujukan agar Tiongkok dapat memperkuat pengaruhnya terutama di bidang ekonomi dan politik.

Kebijakan ini dapat dimanfaatkan Indonesia untuk menjalankan pembangunan infrastruktur yang menjadi target capaian Kabinet Joko Widodo. Tujuan perwujudan diplomasi ekonomi Indonesia di masa Kabinet Kerja ini sejalan dengan tujuan diplomasi ekonomi yang dikemukakan oleh Kishan S. Rana. Rana menjelaskan bahwa tujuan diplomasi ekonomi adalah untuk dapat mendapatkan keuntungan ekonomi nasional dengan maksimal pada semua bidang kegiatan ekonomi yang mencakup perdagangan, investasi, dan bentuk pertukaran lainnya (Rana, 2007).

Riset ini merujuk pada studi terdahulu yang relevan dengan topik riset. Dari sejumlah artikel yang telah diulas oleh periset, periset menemukan adanya kesamaan tema pada artikel-artikel tersebut. Oleh karenanya, periset mengelompokkan studi-studi terdahulu ke dalam lima tema. (1) Konseptualisasi diplomasi ekonomi terkait aktor diplomasi ekonomi terdapat pada artikel yang ditulis oleh Rana (2013), Bergeijk, Groot, & Yakop (2011), dan Lee & Hocking (2010), (2) diplomasi ekonomi Indonesia pada masa Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019) dikemukakan oleh Evasari (2018), dan Delanova (2019), (3) Diplomasi ekonomi oleh Rana sebagai alat bantu analisis dapat ditemukan pada tulisan Killian (2012), dan Setiawan, Sulastri, Aprianto, & Maulana (2020), (4) diplomasi ekonomi Indonesia yang ditujukan kepada Tiongkok mengacu pada karya Ansharullah, Destandi, & Rifky (2020) dan Mursitama, Hadi, Abdullah, & Dewanto (2013). dan (5) dinamika hubungan Indonesia-Tiongkok periset merujuk pada artikel-artikel yang ditulis oleh Hamilton-Hart & McRae (2015) dan Yacob (2019).

Secara keseluruhan, riset terdahulu yang telah disajikan oleh periset memberikan dasar dan referensi dalam pembuatan riset ini. Untuk menghindari repetisi dan memberikan kebaruan dalam riset yang bertema diplomasi ekonomi

pada Pemerintahan Joko Widodo tahun 2014-2019, riset ini difokuskan pada upaya Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan memaksimalkan keuntungan ekonomi pada bidang perdagangan, investasi, dan pariwisata. Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, maka periset mengajukan judul “Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Tiongkok pada Masa Kabinet Kerja 2014-2019”

KERANGKA KONSEPTUAL

Diplomasi

Diplomasi merupakan aktivitas politik yang menggunakan sumber daya dan kemampuan suatu negara serta merupakan unsur yang utama dari kekuasaan (*power*) (Berridge, 2010). Suatu negara melakukan diplomasi bertujuan untuk memajukan kepentingan nasional tanpa menggunakan cara-cara kekerasan, propaganda, ataupun hukum. Diplomasi juga dapat dilakukan untuk menghindari konflik dan menyelesaikan perselisihan antar negara dengan cara damai,

Diplomasi dapat dipahami sebagai pengaturan hubungan antar negara serta hubungan negara dan aktor lainnya (Barston, 1988, hal. 1). Negara mengamankan kepentingan tertentu melalui perwakilan formal yaitu kedutaan, konsulat, atau aktor lainnya. Diplomasi merupakan salah satu alat untuk melaksanakan kebijakan luar negeri suatu negara. Untuk mewujudkan kebijakan luar negeri, diplomasi memerlukan komunikasi baik melalui kesepakatan formal atau dengan penyesuaian lainnya yang dilakukan secara diam-diam.

Pada awalnya diplomasi erat kaitannya dengan perang dan masalah perdagangan. Namun, Pasca Perang Dunia-II, diplomasi mengalami perkembangan yang ditandai dengan kemunculan aktor-aktor baru dan isu yang semakin kompleks. Multiplikasi aktor dan isu menjadi karakteristik utama diplomasi saat ini. Hal tersebut mengakibatkan adanya pergeseran aktor yang semula diplomasi dilakukan oleh aktor utama dan satu-satunya, saat ini aktor non-negara. Diplomasi global memiliki enam bidang isu utama, yakni perang dan perdamaian, lingkungan, pembangunan, kesehatan, migrasi, dan ekonomi (Bjola & Kornprobst, 2013).

Ekonomi menjadi bidang yang sangat penting dibandingkan masalah lainnya. Hal tersebut disebabkan adanya kemungkinan

konflik antar negara yang berakibat perang jauh lebih kecil dibandingkan era sebelum berakhirnya Perang Dunia II. Isu-isu seperti perdagangan, investasi, dan keuangan internasional semakin kompleks sehingga menciptakan tantangan bagi negara-negara dalam melakukan hubungan ekonomi. Oleh karenanya, diplomasi ekonomi saat ini menjadi instrumen penting bagi seluruh negara dalam menjalin hubungan dengan negara lain.

Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi merupakan upaya yang dilakukan negara di dunia luar untuk memaksimalkan keuntungan nasional di segala bidang kegiatan ekonomi diantaranya perdagangan, investasi, serta bentuk lainnya dari kegiatan pertukaran yang menguntungkan secara ekonomi (Rana, 2007, hal. 1). Diplomasi ekonomi tidak terbatas hanya pada aktivitas ekonomi umum seperti masalah ekonomi, struktur ekonomi, dan lainnya. Tetapi, diplomasi ekonomi dapat menjadi sarana ekonomi dan sarana politik untuk mencapai tujuan tertentu.

Perkembangan diplomasi ekonomi dapat dirasakan oleh hampir seluruh negara di dunia tidak terkecuali negara berkembang. Bagi negara berkembang, globalisasi mengakibatkan ketidakmerataan. Di satu sisi, negara-negara yang sudah dapat berinteraksi dengan dunia luar, menunjukkan bahwa negara tersebut menyikapi globalisasi sebagai kemudahan dalam keterlibatan mereka di berbagai forum dan organisasi ekonomi internasional. Di sisi lain, negara-negara berkembang yang masih menghadapi konflik internal, pemerintahan yang buruk, serta kurangnya sumber daya, masih belum dapat memaksimalkan diplomasi ekonomi. Negara-negara tersebut cenderung mengandalkan bantuan asing dari negara-negara maju.

Kishan S. Rana merupakan salah satu peneliti yang menemukan keunikan dalam praktik diplomasi di negara berkembang. Berdasarkan pengalaman-pengalaman di negara berkembang, Rana membuat sebuah model yang menggambarkan fase-fase diplomasi ekonomi yang dialami oleh negara berkembang. Perkembangan diplomasi ekonomi terbagi ke dalam tiga fase (Rana, 2007, hal. 6-11), diantaranya:

1. Economic Salesmanship

Economic salesmanship dilakukan oleh lembaga resmi dalam hal ini adalah kementerian luar negeri. Dalam melakukan fase ini, sebuah negara mengirim para duta besar dan diplomat sebagai utusan di negara tujuan. Rana menggunakan istilah *salesmanship* yang dapat dipahami sebagai orang yang melakukan upaya penawaran produk ataupun menjual produk kepada masyarakat tertentu. Pada fase ini menunjukkan bahwa kegiatan perdagangan dan investasi merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan diplomasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam negeri melalui devisa.

Kegiatan memperkenalkan produk unggulan dalam negeri yang dilakukan oleh duta besar dan diplomat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan koneksi politik dengan para pembuat kebijakan. Fase ini menjadi awal yang penting bagi praktik diplomasi ekonomi karena dapat membuka peluang ekonomi baru terutama dalam perdagangan dan investasi.

2. Economic Networking and Advocacy

Negara berkembang cenderung masih melakukan “promosi dan penjualan” yang dilakukan pada fase pertama. Namun, fase kedua ini menekankan kontributor diplomasi ekonomi yang lebih luas. Jaringan ekonomi dan advokasi dapat dilakukan oleh badan swasta, *thinktank*, individu, maupun mitra lembaga lainnya. Hal ini dilakukan agar penjangkauan promosi perdagangan dan investasi, akuisisi teknologi, dan kegiatan ekonomi lainnya dapat dilakukan melalui jaringan aktor yang terlibat dalam diplomasi ekonomi.

3. Regulatory Management and Resource Mobilization

Fase ketiga diplomasi ekonomi menekankan dua hal utama yaitu pengaturan regulasi dan citra negara. Praktik diplomasi ekonomi yang melibatkan berbagai aktor membutuhkan regulasi yang mengatur kegiatan ekonomi di tingkat bilateral, regional, dan multinasional. Negosiasi perdagangan bebas/*Free Trade Area*

(FTA), perjanjian akses energi, serta diplomasi regional melalui pengelompokan baru merupakan kegiatan dari fase ketiga diplomasi ekonomi. Pemerintah bertugas melakukan negosiasi dalam pembentukan peraturan untuk memajukan kepentingan ekonomi di luar negeri. Dengan demikian, diharapkan adanya kemudahan dalam melakukan diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh aktor negara maupun aktor non-negara.

Pada riset ini, teori diplomasi ekonomi yang dikemukakan Rana akan digunakan sebagai konsep untuk menjelaskan diplomasi ekonomi Indonesia di Masa Kabinet Kerja 2014-2019 terhadap Tiongkok. Model diplomasi ekonomi Rana sesuai dengan tujuan riset ini karena konsep yang ditawarkan ditujukan secara khusus pada negara berkembang. Periset memfokuskan penggunaan diplomasi ekonomi Rana sebagai unit analisis khususnya pada konsep yang menjelaskan definisi, aktor, fase-fase perkembangan, dan faktor pendorong keberhasilan diplomasi ekonomi.

METODE RISET

Metode riset yang digunakan adalah metode riset kualitatif. Metode riset kualitatif yang digunakan berpedoman pada buku karya Christopher Lamont. Dalam membuat desain riset ini, periset terlebih dahulu menentukan topik dan tujuan. Riset ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dan memahami representasi, wacana, dan makna fenomena sosial yang dilakukan melalui studi terhadap peristiwa, wilayah, individu, negara, maupun organisasi tertentu. Dari data yang diperoleh, kemudian periset melakukan analisis agar menghasilkan pemahaman dari suatu pola tertentu yang dapat disajikan dalam bentuk deskriptif. Berdasarkan tujuan tersebut, maka periset menggunakan metode riset kualitatif dengan desain riset interpretif dan teknik analisis isi. Dalam rangkaian selanjutnya periset melakukan beberapa langkah-langkah riset, diantaranya membingkai pertanyaan riset (*research question*), menentukan desain riset, menentukan metode riset, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

POLITIK LUAR NEGERI INDONESIA PADA PEMERINTAH JOKO WIDODO 2014-2019

Indonesia memasuki periode ketiga pembangunan jangka menengah nasional pada periode tahun 2015-2019. Presiden terpilih pada tahun 2014, Presiden Joko Widodo, bersama dengan kabinetnya menyusun Rencana Pembangunan Menengah Nasional III. Penyusunan RPJMN III disusun berdasarkan visi, misi, dan strategi yang dibentuk oleh Presiden Joko Widodo. Di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo, Indonesia, memiliki visi pembangunan yaitu “Mewujudkan Indonesia yang Berdaulat secara Politik, Mandiri dalam Bidang Ekonomi, dan Berkepribadian dalam Kebudayaan” (Kominfo, 2015).

Tahun 2016 ditetapkan Presiden Joko Widodo sebagai tahun “percepatan” pembangunan nasional yang berfokus pada tiga pilar utama yaitu infrastruktur, pembangunan manusia, dan kebijakan deregulasi ekonomi. Percepatan pembangunan nasional sangat berkaitan erat dengan kesejahteraan rakyat sebagai subjek utama yang menerima manfaat terbesar pembangunan. Percepatan pembangunan merupakan salah satu indikator yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Demi mendorong pertumbuhan Indonesia, Pemerintah mencoba mendorong ketertinggalan pembangunan infrastruktur yang cukup jauh dengan melakukan upaya penataan infrastruktur diplomasi yang merupakan bagian dari penyelenggaraan politik luar negeri.

Di bidang perdagangan, Kementerian Luar Negeri mendorong ekspor dan meningkatkan *untapped market*. Dalam hal ini, para pejabat diplomat ditugaskan untuk lebih aktif mempromosikan keunggulan kompetitif Indonesia secara ekonomi. Tidak hanya mempromosikan tetapi turun langsung ke lapangan untuk menjual produk dalam negeri serta mencari peluang di berbagai bidang sehingga dapat mendorong ekspor, menarik investasi masuk, serta memahami karakter pasar.

Di bidang investasi, Pemerintah membuat kebijakan deregulasi dan debirokratisasi untuk mempercepat dan mempermudah kegiatan usaha dengan meningkatkan keselarasan kebijakan Pemerintah Pusat dan Daerah, simplifikasi prosedur perizinan, dan

kemudahan proses bisnis. Adanya kebijakan dalam perbaikan iklim investasi, percepatan pembangunan infrastruktur, dan reformasi struktural dinilai dapat menjadi tren positif dalam mendorong pertumbuhan investasi.

Sementara untuk di bidang pariwisata, Indonesia menargetkan sebanyak 19 negara menjadi fokus utama pariwisata Indonesia (Triyono, 2016). Hingga tahun 2019, target tersebut diproyeksikan untuk berkontribusi pada PDB nasional sebesar 8% dengan devisa yang dihasilkan sebesar RP 240 triliun sekaligus menciptakan lapangan kerja sebanyak 13 juta lapangan kerja. Pencapaian target tersebut perlu ditunjang oleh pembangunan infrastruktur dan konektivitas yang memadai sehingga tempat-tempat yang berpotensi wisata mudah untuk diakses. Pemerintah mengeluarkan kebijakan Bebas Visa Kunjungan Singkat (BVKS) kepada lima negara diantaranya Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, Rusia, dan Australia yang diterapkan sejak tahun 2015 untuk menjadi trigger bagi meningkatnya wisatawan dari negara tersebut.

Untuk dapat mewujudkan target-target capaian yang telah ditentukan, Indonesia perlu mendorong upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan di berbagai forum. Dalam hal ini, Indonesia memfokuskan pada forum bilateral.

PERKEMBANGAN HUBUNGAN DIPLOMATIK INDONESIA TIONGKOK

Indonesia merupakan negara di Asia Tenggara yang pertama kali menjalin hubungan diplomatik dengan Tiongkok secara resmi pada tahun 1950. Hubungan diplomatik tersebut tidak berjalan dengan baik, melainkan mengalami pasang-surut selama 15 tahun pertama. Hingga akhirnya kedua negara memutuskan untuk membekukan hubungan diplomatik pada tahun 1967. Butuh 23 tahun untuk kedua negara memperbaiki hubungannya kembali. Melalui penandatanganan MoU on the Resumption of Diplomatic Relations RI-RRT pada 8 Agustus 1990 di Jakarta, hubungan kedua negara kembali dinormalisasikan (Laurensius, 2022). Perkembangan hubungan kedua negara ditandai dengan adanya beberapa kesepakatan tentang kerja sama di berbagai bidang yang ditandatangani kedua pihak.

Momentum perkembangan Indonesia-Tiongkok berada di masa Pemerintahan SBY. Pada 25 April 2005, Presiden SBY dan Presiden

Hu Jintao memutuskan untuk membangun kemitraan strategis kedua negara. Kunjungan Presiden SBY ke Tiongkok pasca kesepakatan kemitraan, kedua negara menyimpulkan kesepakatan besar yang diantaranya mencakup perdagangan, investasi, dan pertahanan. Pada tahun 2013, hubungan bilateral Indonesia dan Tiongkok dijalin antara Presiden Xi Jinping dan Presiden SBY antara lain dengan meneken beberapa perjanjian di bidang ekonomi, perdagangan, keuangan, perikanan, pariwisata, dan ruang angkasa. Pada pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, muncul perspektif baru dalam politik Indonesia. Pada Pemerintahan Kabinet-Kerja, Presiden dan Wakil Presiden merumuskan pembangunan ekonomi sebagai indikator utama yang berfokus pada infrastruktur. Kebutuhan investasi yang tinggi membuat Indonesia perlu memperkuat kerja sama ekonomi. Mengingat jalinan kemitraan strategis yang komprehensif antara Indonesia-Tiongkok pada tahun 2013, Tiongkok berkomitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur Indonesia sehingga Presiden Joko Widodo memaksimalkan kerja sama tersebut untuk menutupi gap pendanaan.

Pasca kesepakatan *Comprehensive Strategic Partnership*, terdapat berbagai kesepakatan kerja sama yang disepakati Indonesia dan Tiongkok. Namun, hubungan kedua negara menguat secara signifikan pasca keduanya menandatangani kesepakatan penting selama tahun 2018. Kesepakatan tersebut meliputi MoU on Promoting Cooperation on The Development Regional Comprehensive Economic Corridors pada 7 Mei 2018 serta penandatanganan MoU on Jointly Promoting Cooperation within the Framework of the Global Maritime Fulcrum Vision (GMF) and the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road Initiative (BRI) yang ditandatangani pada 23 Oktober 2018 (Laurensius, 2022).

Melalui penguatan kesepakatan-kesepakatan di atas, performa hubungan bilateral kedua negara berjalan dengan sangat baik dan bahkan mengalami peningkatan di segala bidang. Salah satu faktor pendorong perkembangan hubungan kedua negara yaitu upaya yang dilakukan Indonesia dalam melakukan diplomasi ekonomi terhadap Tiongkok.

ECONOMIC SALESMANSHIP

Kegiatan economic salesmanship yang dilakukan oleh Indonesia selama periode 2014-2019 mendapatkan perhatian khusus dari Presiden Joko Widodo. Dalam beberapa pidato pada masa awal jabatannya, Presiden Joko Widodo menekankan bahwa perwakilan Indonesia di luar negeri harus berperan sebagai salesperson. Artinya, dalam melakukan diplomasi, para diplomat dan duta besar didorong untuk memfokuskan diplomasi pada kegiatan promosi keunggulan sumber daya Indonesia. Baik itu produk atau komoditas unggulan maupun potensi-potensi investasi bagi perusahaan-perusahaan asing.

Menurut pelaksana fungsi ekonomi KBRI Beijing, Krisa P. Laurensius, mengatakan bahwa kegiatan promosi perdagangan Indonesia di Tiongkok tidak terdapat banyak perubahan format kegiatan. Kegiatan promosi perdagangan masih tetap dilakukan melalui dua kegiatan utama yaitu melalui pameran perdagangan dan forum bisnis, baik yang diselenggarakan oleh KBRI maupun kementerian-kementerian terkait seperti Kementerian Perdagangan, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), maupun lembaga-lembaga negara lainnya. Pada dasarnya, economic salesmanship yang dilakukan Indonesia bertujuan untuk mempromosikan peluang ekonomi di luar negeri. Peluang yang dimaksud baik dapat berupa transaksi perdagangan, ekspansi perusahaan dalam negeri di Tiongkok, dan investasi dalam negeri yang dapat mendorong percepatan pembangunan infrastruktur serta membuka lapangan pekerjaan.

Kegiatan promosi ekspor dan investasi Indonesia terhadap Tiongkok pada diawali dengan kunjungan kenegaraan pertama Presiden Joko Widodo ke Beijing pada tanggal 8 November 2014. Dalam kesempatan ini, Presiden Joko Widodo mengagendakan pertemuan bilateral dengan Presiden Xi Jinping sebagai tuan rumah penyelenggara APEC ke-22. Namun, sebelum pertemuan bilateral bersama Presiden Xi-Jinping, Presiden Joko Widodo dijadwalkan untuk menghadiri forum bisnis Indonesia-Tiongkok. Indonesia menginisiasi Forum Bisnis "Indonesia-China Trade, Investment, and Economic Forum" pada 9 November 2014 yang bertujuan untuk mempertemukan para pelaku usaha Indonesia dan Tiongkok (Setkab, Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2014). Presiden Joko

Widodo membuka forum bisnis dengan sambutan sekaligus menyampaikan peluang kerja sama Indonesia dan Tiongkok yang menguntungkan bagi kedua pihak. Peluang kerja sama yang dipaparkan diantaranya proyek Indonesia di bidang transportasi khususnya di wilayah luar Pulau Jawa dengan tujuan untuk meratakan pembangunan serta mempermudah mobilisasi barang maupun perjalanan masyarakat dengan harga yang terjangkau.

Forum bisnis ini dapat dikatakan peluang yang besar untuk meningkatkan kemanfaatan kerja sama Indonesia dan Tiongkok yang belum terpenuhi. Dalam forum bisnis tersebut, telah ditandatangani sebanyak 12 Memorandum of Understanding (MoU) di berbagai sektor. Diantaranya sektor logistik, pertambangan, kawasan industri, energi, transportasi, dan industri gula tebu.

Di tahun awal 2015 hingga 2016, kerja sama Indonesia dan Tiongkok khususnya di bidang perdagangan dan investasi mengalami beberapa hambatan. Indonesia bukan termasuk negara yang mudah bagi investor asing berinvestasi. Hal tersebut didukung data dari World Bank's Doing Business 2014 index, bahwa Indonesia menempati peringkat ke-120 berdasarkan tingkat kemudahan berinvestasi. Dalam pelaksanaan forum bisnis pada Bulan Mei 2015 di Beijing, para pengusaha Tiongkok mengungkapkan sejumlah hambatan yang menyebabkan penundaan investasi mereka di Indonesia.

Dalam forum bisnis ini, para pengusaha Tiongkok mengungkapkan bahwa kendala yang mereka hadapi dalam berinvestasi di Indonesia adalah birokrasi yang rumit baik dalam penerbitan sertifikat amdal maupun izin pembukaan lahan. Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah belum benar-benar merealisasikan komitmen yang telah disampaikan oleh Presiden Joko Widodo ketika mengunjungi rangkaian penyelenggaraan APEC di Tiongkok tahun lalu. Selain itu, mereka juga terkendala fasilitas infrastruktur yang buruk di kawasan industri yang menyebabkan tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam berinvestasi di Indonesia.

Dari segi informasi, Duta Besar Indonesia untuk Tiongkok, Soegeng Rahardjo mengungkapkan bahwa terhambatnya investasi yang masuk ke Indonesia juga dapat disebabkan oleh kurangnya informasi bagi pihak Tiongkok maupun Indonesia. Pemangku kebijakan di Indonesia belum sepenuhnya memahami

mengenai dampak positif dari perkembangan ekonomi Tiongkok terhadap masyarakat dan kawasan. Sementara dari pihak Tiongkok itu sendiri, sebagian besar masyarakat hanya mengenal Indonesia sebagai negara kepulauan dan bukan sebagai negara dengan perekonomian terbesar pada lingkup Asia Tenggara dan G-20. Sangat disayangkan jika permasalahan hambatan investasi ini tidak ditanggapi dengan serius karena Indonesia dan Tiongkok berada di fase penting dalam pembangunan sehingga membutuhkan kerja sama dan komunikasi yang erat. Hambatan ini menjadi perhatian serius bagi pemerintah dikarenakan realisasi investasi khususnya infrastruktur merupakan faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi negara di tahun 2016.

Oleh karenanya, Indonesia semakin giat dalam memanfaatkan pelaksanaan forum bisnis di berbagai kesempatan tidak hanya sebagai ajang mempromosikan kerja sama tetapi juga menginformasikan kebijakan Indonesia terkait perdagangan internasional dan investasi asing. Pada Bulan September tahun 2018, KBRI Beijing bekerjasama dengan Kemenko Maritim, Kemenpar, BKPM, INACHAM, serta mengundang pihak swasta seperti Kapal Api, Indofood, Mayora, Alibaba, Iflytek, dan Gezhouba pada Indonesia-China Business Forum on Investment and Trade dengan mengambil tema “Doing Business with Wonderful Indonesia” di Beijing (Ilmie, 2018). Dihadiri oleh Duta Besar Indonesia untuk Tiongkok merangkap Mongolia, Djauhari Oratmangun, membuka forum ini dengan mendorong kerja sama konkret antara kedua negara di bidang perdagangan dan investasi. Meskipun kondisi ekonomi dunia sedang tidak kondusif, tetapi potensi investasi di Indonesia dinilai baik oleh International Rating Agencies on Stable and Healthy Growth of Economy, Investment, Tourism and Trade.

Forum bisnis yang dihadiri oleh 200 pengusaha asal Indonesia dan Tiongkok ini membahas mengenai potensi kerja sama di berbagai bidang. Selain itu juga, melalui BKPM, Indonesia menjelaskan peraturan investasi dan perdagangan. Pemerintah berupaya memperbaiki sistem birokrasi perjanjian dengan pengembangan *Online Single Submission* (OSS) agar dapat mempermudah investor. Sementara untuk potensi investasi, Deputy Bidang Infrastruktur

Kemenko Maritim menjelaskan proyek-proyek di Indonesia serta pembangunan 10 Bali baru.

Forum bisnis ini menghasilkan dua kesepakatan rencana kerja sama (Beijing, KBRI Beijing Dorong Kerja Sama Bisnis melalui Indonesia-China Business Forum on Investment and Trade, 2018):

1. Proyek pembangunan pabrik furnitur baja di Indonesia. Dilaksanakan oleh PT Tangshan Jin Hendong Bicycle Parts dengan PT Terang Dunia Internusa. Proyek tersebut bernilai \$15 juta.
2. Pembangunan pabrik energi sampah. Kerja sama antara Zhengde Waste Technology AG, CRCC Investment Group Limited, dan Indonesia – China Business Council (ICBC) bernilai \$5 miliar.

Selain di bidang infrastruktur, kinerja ekspor di Indonesia mengalami peningkatan. Produk Sarang Burung Walet Indonesia banyak diminati oleh masyarakat Tiongkok. Dalam forum bisnis yang berlangsung di sela-sela kegiatan The 2nd China International Import Expo (CIIE) 2019, Indonesia berhasil mencapai nilai transaksi sebesar 4,1 miliar dolar (Kemendag, 2019). Nilai transaksi tersebut salah satunya berasal dari MoU yang disepakati PT Anugerah Citra Burung Walet dan Tiongkok. Selain produk burung walet, dalam forum bisnis tersebut juga memperkenalkan produk unggulan ekspor Indonesia lainnya seperti minyak kelapa sawit, batu bara, gas bumi, dan bubur kayu. Produk-produk tersebut menciptakan nilai ekspor Indonesia terhadap Tiongkok sebesar \$27,1 miliar pada tahun 2018.

Dapat disimpulkan bahwa selain untuk mempromosikan kerja sama dan menghasilkan sejumlah kesepakatan pengusaha-pengusaha Indonesia dan Tiongkok, forum bisnis juga dimanfaatkan sebagai forum berdiskusi untuk menyampaikan hambatan, pemaparan peluang kerja sama, serta mempertemukan pengusaha Indonesia dan pengusaha Tiongkok yang berkomitmen untuk melanjutkan kerja sama dan melakukan kesepakatan kerja sama.

Selain forum bisnis, *economic salesmanship* atau upaya mempromosikan ekspor dan investasi dilakukan Indonesia melalui Promosi Perdagangan pada China-ASEAN Expo 2015-2019. Promosi yang dilakukan Indonesia sebagai bentuk diplomasi

ekonomi Indonesia juga dilakukan melalui kegiatan promosi perdagangan. Salah satu pameran dagang terbesar yang diikuti Indonesia adalah China ASEAN Expo (CAEXPO). CAEXPO merupakan acara ekonomi dan perdagangan internasional yang pembentukannya telah disepakati dan didukung bersama oleh pemimpin China dan pemimpin negara-negara ASEAN.

Pada tahun 2015, Indonesia telah berpartisipasi dalam kegiatan CAEXPO selama 12 kali. CAEXPO ke-12 diselenggarakan pada 18 hingga 21 September tahun 2015 di Nanning, Guangxi, Tiongkok. Adapun peserta yang hadir diantaranya PT RAPP, PT Duta Graha Invesindo, PT Qwords Company, PT Natural Indowood, PT Liany, PT Cahaya Mas Global Kopi, dan lainnya (BAPPEDA, 2015). Di tahun ini, produk Indonesia yang mendapatkan peminat terbanyak yaitu produk sabun herbal dari Susindo Bangun Kresna. Produk tersebut berhasil mendapat transaksi diluar pameran dagang sebanyak delapan kontainer dan telah menjangkau supermarket besar di Tiongkok. Selain sabun, produk unggulan Indonesia lainnya yang mendapat banyak permintaan yaitu sarang burung walet dan furnitur kayu. Keseluruhan nilai transaksi Indonesia pada CAEXPO tahun ini mencapai \$3 juta.

Kementerian Perdagangan sebagai lembaga yang memfasilitasi kegiatan pameran dagang CAEXPO, terus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang akan dipromosikan dalam pameran tersebut. Pada tahun 2016, perusahaan seperti Kapal Api Group, Tri Pilar Sejahtera, Monde, Khong Guan, Surya Abadi Furniture, Diraja Surya Furniture, Kirana Mas Home, Valentino Mutiara, dan lainnya turut menjadi peserta perhelatan CAEXPO ke-13 mewakili Indonesia. Produk unggulan Indonesia yang ditampilkan semakin beragam mulai dari produk kelapa sawit, karet, *wood pulp*, mineral olahan, kopi, wafer, ikan, udang, furniture, hingga produk busana dan kosmetik. Hasil transaksi yang diperoleh Indonesia mencapai \$3 juta dan berpotensi meningkat karena banyaknya tindak lanjut inquiry dari peserta pameran (Falah, 2016).

Penyelenggaraan CAEXPO berikutnya terdapat dua paviliun berbeda untuk mempromosikan produk bahan makanan, kerajinan tangan, barang konsumen serta produk ekspor peralatan kelas atas yang mengandung teknologi dengan nilai tambah

berbeda. Selain itu, pameran kali ini mencakup berbagai macam bidang seperti pendidikan, budaya, pariwisata, lingkungan, pertanian, teknologi, dan *e-commerce*. Kontribusi Indonesia kali ini selain difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan dan didukung oleh Indonesia Eximbank. Kontribusi Indonesia Eximbank merupakan wujud komitmen institusi untuk mendukung program promosi dagang pemerintah. Indonesia Eximbank berkesempatan untuk memperkenalkan peran institusi dan fasilitas yang diberikan, yakni produk pembiayaan, pinjaman, dan asuransi ekspor kepada para pengusaha Tiongkok.

Selain Indonesia Eximbank, Pemerintah juga mengikutsertakan 53 UKM Indonesia. Produk-produk yang dipasarkan diantaranya *furniture*, makanan ringan, kopi, perhiasan, tas kulit, dan pakaian batik. Produk yang banyak diminati tahun ini yaitu *furniture*, makanan ringan, dan kopi. Tidak sedikit dari pengusaha Indonesia yang menjual habis produknya seperti Kopi Kapal Api, Kopi Luwak Global, dan Mayora. Sementara sebagian besar lainnya berhasil menjual sebanyak 50-98% dari stok yang disediakan. Secara keseluruhan, Indonesia berhasil mencapai nilai transaksi sebesar \$2,1 juta (Guangzhou, 2017).

Peningkatan nilai transaksi Indonesia di CAEXPO terjadi pada tahun 2018. Indonesia berhasil meraih nilai transaksi dagang secara retail sebesar \$5,8 juta. Nilai tersebut berpotensi meningkat karena potensi pesanan dari pengusaha yang berminat untuk membeli produk Indonesia di luar pameran. Seperti halnya produk sabut kelapa menarik minat buyer untuk mendatangi Sulawesi Utara dan melakukan kesepakatan pada penyelenggaraan Trade Expo Indonesia tahun 2018. Selain itu, tas anyaman rotan produksi CV Prima Lestari mendapat permintaan produksi sebanyak 2000 tas untuk kemasan kosmetik. Jumlah nilai transaksi tersebut meningkat 190% dari tahun sebelumnya.

Selain berhasil menjual banyaknya produk Indonesia, terjadi kesepakatan kerja sama investasi antara Pacific Construction Group dan PT Farmindo Internasional Teknologi senilai \$5 miliar yang ditandai dengan penandatanganan Letter of Intent (LoI) (Waluyo, 2018). Kesepakatan tersebut merupakan hasil dari penyelenggaraan Indonesia Trade and Investment Forum yang diselenggarakan oleh Kemendag pada hari kedua CAEXPO ke-15. Forum tersebut

bertujuan untuk memperkenalkan lebih dekat potensi ekspor, investasi, dan pariwisata di Indonesia kepada para pengunjung. Potensi yang ditawarkan mulai dari wisata bahari, wisata lingkungan, dan wisata budaya. Selain potensi wisata, terdapat kuliner khas Indonesia seperti rendang untuk menarik perhatian para pengunjung.

Peluang besar Indonesia untuk meningkatkan ekspor, investasi, dan pariwisata yaitu pada momentum CAEXPO tahun 2019. Di tahun ini, Indonesia diberikan kesempatan untuk menjadi *Charms of Honor*, dimana Indonesia akan diistimewakan dengan mendapatkan booth di posisi nomor satu sehingga dapat menjadi fokus perhatian dalam pameran. Momentum ini tentunya dapat mendatangkan kesempatan besar bagi Indonesia. Indonesia akan menempati dua paviliun seluas 2.910 m² untuk komoditas dan 304 m² untuk pagelaran *City of Charm*. Paviliun komoditas diisi dengan 114 stan yang menampilkan produk furniture, makanan dan minuman, perhiasan, dekorasi rumah serta barang-barang konsumsi lainnya. Sedangkan paviliun *City of Charm* menampilkan konsep Rumah Sawit yang akan menampilkan produk sawit serta produk unggulan lainnya dari setiap lembaga/provinsi yang mewakili Indonesia. Selain itu terdapat juga pagelaran kesenian sebagai representasi kekayaan budaya Indonesia (Kemendag B. H., 2019).

Delegasi Indonesia yang hadir diantaranya Menko Kemaritiman Luhut Binsar Panjaitan, Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita dan Direktur Utama Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPDPKS) Dono Boestami. Para delegasi Indonesia mengawal jalannya peningkatan hubungan kerja sama perdagangan dan investasi antara Indonesia dengan Tiongkok dan Negara ASEAN lainnya. Melalui penyelenggaraan Trade and Investment Forum yang bersifat Business to Business (B2B) di tengah rangkaian CAEXPO, antara lain:

1. Penandatanganan Joint Venture Agreement PT Daya Barus dengan State Power Investment Corporation (SPIC) untuk kerja sama pembangunan hydroelectric di Kabupaten Sigi, Sulawesi Tengah,
2. Penandatanganan MoU PT TAN Indo Sukses dengan Fuzhou Tremendous

International Trading Co Ltd untuk PE Recycle Pallet and Film Products.

Gambar 1.



Sumber: Data diolah oleh Penulis (2022)

ECONOMIC NETWORKING MELALUI KERJA SAMA PEOPLE TO PEOPLE EXCHANGE MECHANISM

Kerja sama Bilateral Indonesia-Tiongkok melalui *People to People Exchange Mechanism* berasal dari gagasan politik luar negeri Tiongkok. Pertukaran ini bertujuan untuk menyediakan forum untuk bertukar informasi, mengidentifikasi, dan mensinergikan strategi bersama di bidang pertukaran orang-ke-orang yang lebih luas. Dalam hal ini, *People to People Exchange* mendorong peran publik dalam mengimplementasikan kebijakan luar negeri secara umum dan dalam menjalankan misi nasional baik dalam jangka panjang maupun menengah.

Dalam bidang pendidikan, pada tahun 2014 Presiden Joko Widodo dan Perdana Menteri Li Keqiang memperkuat kerja sama *People to People Exchange* agar dapat meningkatkan hubungan kedua bangsa serta memberikan dorongan berkelanjutan terhadap hubungan persahabatan Indonesia-Tiongkok (iGCU, 2021). Kedua Pemerintah mendorong konsolidasi berbasis publik dan meningkatkan promosi kerja sama di sektor rakyat baik melalui kontak resmi maupun tidak resmi. Salah satu cakupan *People to People Exchange* adalah bidang pendidikan tinggi.

Dalam kerangka kerja sama di bawah koordinasi Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan

(Kemenko PMK) Tiongkok dan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, telah ditandatangani nota kesepahaman kerja sama bidang pendidikan secara resmi tahun 2015 yang kemudian ditindaklanjuti pada tahun 2016 dengan penandatanganan dua Nota kesepahaman tentang program beasiswa dan “Mutual Recognition in Academic Higher Education Qualification” (BRIN, 2017). Dimulai dari kesepakatan kerja sama ini, Indonesia dan Tiongkok berkomitmen untuk memperkenalkan lebih luas terkait program-program pendidikan di Indonesia dan Tiongkok.

Sebagai upaya merealisasikan kerja sama ini, Pemerintah Tiongkok mengadakan “The Indonesia-China Higher Education Networking and Exhibition pada 26 November 2017. Acara ini merupakan pameran pendidikan tinggi yang bertujuan untuk memperkenalkan pendidikan tinggi di Tiongkok kepada masyarakat Indonesia serta meningkatkan kerja sama pendidikan dengan perguruan tinggi di Indonesia. Indonesia yang diwakili oleh Kemristekdikti menyambut baik penyelenggaraan acara ini.

Acara ini merupakan kesempatan besar untuk mendapatkan beasiswa penuh yang diberikan perguruan tinggi Tiongkok. Sebanyak 35 perguruan tinggi negeri dan swasta di Indonesia mengikuti perhelatan ini, diantaranya ITB, UI, UGM, Undip, Unair, ISBI Bandung, Universitas Muhammadiyah Malang, dan lainnya. Sementara Tiongkok sendiri mengundang 29 perguruan tinggi seperti Beijing Institute of Technology, Zhejiang University, Tsinghua University dan South China University of Technology. Kerja sama ini merupakan upaya meningkatkan *networking* antara perguruan tinggi Indonesia dan perguruan tinggi Tiongkok dalam melakukan berbagai program seperti pertukaran informasi, riset, program *mobility* serta *mutual recognition*.

Program-program tersebut telah banyak diimplementasikan oleh kedua pihak. Salah satunya pertukaran informasi melalui Kuliah Umum tentang pertukaran budaya Indonesia-Tiongkok di Hebei Normal University, Tiongkok. Kuliah Umum tersebut mengundang Dr. Yi Ying, S.S., M.Lit., M.Pd untuk menyampaikan materi dalam kuliah umum tersebut. Kuliah umum ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa

Tiongkok terkait budaya Indonesia. Kuliah umum yang bertema “Similarities and Differences Between Indonesia-China Culture” menjelaskan berbagai kendala yang dihadapi masyarakat Indonesia dan Tiongkok dalam berkomunikasi.

Dr. Yi Ying memaparkan bahwa terdapat perbedaan budaya dalam berkomunikasi antara Indonesia dan Tiongkok (University, 2019). Seperti halnya citra masyarakat Indonesia yang dikenal ramah sehingga tidak menyinggung pertanyaan terkait umur kepada orang lain yang tujuannya hanya basa-basi. Selain itu anggapan bahwa memegang kepala orang lain merupakan tindakan yang tidak sopan merupakan budaya kesantunan Indonesia. Dengan diberikannya informasi terkait budaya Indonesia, diharapkan kedua negara dapat saling menghargai sehingga komunikasi keduanya akan berjalan lancar.

Selain itu, penjarangan melalui bidang pendidikan juga dapat dilihat pada peningkatan minat pelajar Tiongkok untuk mempelajari Bahasa Indonesia. Oleh karenanya semakin banyak perguruan tinggi di Tiongkok yang mengadakan jurusan Bahasa Indonesia. Seperti halnya Guangdong University of Foreign Studies (GDUFS) menyediakan Jurusan Bahasa Indonesia dan Sastra Indonesia untuk tingkat S1. GDUFS merupakan universitas berbasis pembinaan SDM yang mempunyai visi internasional, tidak hanya berfokus pada pembelajaran bahasa dan budaya tetapi juga perdagangan luar negeri serta strategi internasional. Khususnya pada Jurusan Bahasa Indonesia, GDUFS menyelenggarakan kegiatan akulturasi budaya.

Akulturasi budaya yang merupakan bagian dari Program Studi Bahasa Indonesia di GDUFS merupakan implementasi dari kerja sama pendidikan Indonesia-Tiongkok pada tahun 2016. Pengadaan pembelajaran Bahasa dan Budaya Indonesia di perguruan tinggi di Tiongkok menjadi bagian dari pembentukan koalisi di dalam negeri. Dikarenakan tenaga pengajar, dalam hal ini dosen merupakan aktor yang dapat menceritakan kondisi dalam negeri. Meskipun tidak sepenuhnya secara langsung menceritakan potensi perekonomian dalam negeri, namun melalui pendidikan kebudayaan merupakan investasi bagi Indonesia di masa mendatang.

Seperti halnya keragaman budaya Indonesia dapat menarik minat mahasiswa di Tiongkok untuk berkunjung ke Indonesia. Dengan demikian, mereka akan mencari destinasi

wisata Indonesia yang sesuai dengan tujuan mereka. Selain itu, dengan adanya pendidikan budaya, maka akan menambah pengetahuan bagi mahasiswa terkait potensi Indonesia di berbagai bidang seperti perdagangan, investasi, dan turisme. Dapat disimpulkan bahwa kebudayaan dapat mendorong kemajuan perekonomian Indonesia melalui jaringan pendidikan di luar negeri.

Networking melalui pendidikan juga dapat ditinjau dari mahasiswa Indonesia yang menempuh pendidikan di Tiongkok. Mahasiswa Indonesia dibebaskan untuk memilih jurusan sesuai dengan minat masing-masing. Dalam proses pembelajaran, mahasiswa akan diberikan pengetahuan-pengetahuan baru yang tidak akan mereka dapatkan dari Indonesia. Dalam hal ini, mahasiswa Indonesia tersebut dapat menjadi jaringan bagi Indonesia melalui transfer pengetahuan. Bekal pengetahuan ini dapat dikembangkan ketika mereka kembali ke Indonesia ataupun ketika mereka ingin mengembangkan karir di Tiongkok.

Sama halnya dengan mahasiswa Tiongkok yang mempelajari Bahasa dan Budaya Indonesia, mahasiswa Indonesia yang mendapatkan pengetahuan baru di Tiongkok pun merupakan jaringan investasi yang manfaatnya akan dirasakan Indonesia ke depan. Pengetahuan yang didapatkan mahasiswa Indonesia dapat menjadi bekal untuk mengembangkan karir di dalam negeri. Begitupun dengan mahasiswa yang akan melanjutkan karir di Tiongkok, mereka merupakan potensi bagi Indonesia sebagai penghasil devisa negara, selain itu juga dapat menjadi jaringan dengan perusahaan dan lembaga yang berada di Tiongkok.

Banyaknya lapangan pekerjaan sejalan dengan banyaknya permintaan pekerjaan dari masyarakat Tiongkok. Menghadapi tantangan ini, mahasiswa Indonesia harus memiliki kemampuan lebih untuk bisa bersaing dengan yang lainnya. Kesempatan bekerja bagi mahasiswa Indonesia juga diperkuat dengan pernyataan Duta Besar Indonesia untuk Tiongkok merangkap Mongolia, Djauhari Oratmangun. Duta Besar Djauhari mengatakan bahwa peluang kerja lulusan perguruan tinggi di Tiongkok sangat banyak. Misalnya pekerjaan sebagai perwakilan perusahaan Indonesia di Tiongkok atau bekerja pada perusahaan teknologi agar terjadi transfer

teknologi dan bisa mengembangkan perusahaan di Indonesia (Dwinanda, 2019).

NATION BRANDING WONDERFUL PADA INAFEST DI SHANGHAI

Kunci utama dalam membangun *Image Building* sebuah negara yaitu dengan mempromosikan pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu industri yang mendorong terbukanya lapangan pekerjaan sehingga dapat meratakan pendapatan di seluruh negeri. Di Indonesia sendiri, promosi pariwisata dilakukan dengan membangun *nation branding* yang bertujuan untuk mengukur, membangun, dan mengelola citra negara. Terlebih, pengelolaan merek sebuah negara juga merupakan unsur penting yang dapat meningkatkan kesadaran citra sebuah negara di dunia internasional.

Promosi pariwisata merupakan salah satu investasi penting untuk meningkatkan citra positif Indonesia. Melalui Kemenpar, Indonesia mempromosikan potensi wisata Indonesia dengan kampanye *Brand* “Wonderful Indonesia”. *Brand* ditujukan untuk memperkenalkan barang dan jasa dan untuk membedakan dengan para pesaingnya. Kemenpar membuat *brand* pariwisata Indonesia untuk memperkenalkan dan meningkatkan pariwisata Indonesia baik di dalam maupun di luar negeri.

Indonesia Festival (Inafest) merupakan ajang besar pertama yang diinisiasi oleh Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Shanghai. Inafest itu sendiri merupakan rangkaian kegiatan dari Indonesia Week (InaWeek). InaWeek digelar di salah satu kota terbesar di Tiongkok dan bertujuan untuk memberikan informasi terkait keberagaman Indonesia mulai dari wisata, bisnis, budaya, dan lainnya. Penyelenggaraan kegiatan ini merupakan kerja sama KJRI dengan instansi pemerintah terkait seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kamar Dagang dan Industri Indonesia di China atau Indonesia Chamber of Commerce in China (INACHAM), dan pengusaha-pengusaha Indonesia. Rangkaian kegiatan InaWeek yang diselenggarakan dalam sepekan meliputi festival film, pameran kuliner, peragaan busana, forum bisnis, promosi investasi, serta promosi pariwisata.

Promosi pariwisata dilakukan melalui Promosi *Brand* Wonderful Indonesia. Tujuan

Inafest itu sendiri yaitu untuk meningkatkan *awareness* terhadap Wonderful Indonesia melalui keragaman budaya dan produk-produk unggulan Indonesia agar dapat menarik wisatawan Tiongkok. Secara keseluruhan, penyelenggaraan Inafest di Masa Pemerintahan Joko Widodo memfokuskan promosi wisata pada 10 titik destinasi baru di Indonesia, diantaranya Borobudur, Danau Toba, Lombok Mandalika, Wakatobi, Raja Ampat, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, Bangka Belitung dan Morotai (INACHAM, 2017).

PERJANJIAN PERDAGANGAN BEBAS INDONESIA-TIONGKOK MELALUI RCEP

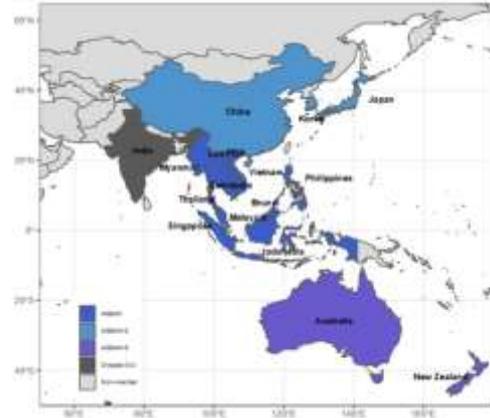
Setiap negara membutuhkan kerja sama perdagangan untuk memperoleh manfaat bagi negara yang terlibat serta meningkatkan hubungan persahabatan antar negara. Dalam melakukan kerja sama antar negara diperlukan adanya sebuah kerangka perjanjian yang berisi regulasi untuk mengatur kegiatan kerja sama tersebut. Regulasi diatur dalam sebuah perjanjian yang disebut dengan Perjanjian Perdagangan Bebas atau Free Trade Area (FTA). Pada dasarnya, FTA merupakan perjanjian antara dua atau lebih negara dimana negara yang terlibat menyepakati kewajiban tertentu terkait perdagangan barang dan jasa, perlindungan bagi investor, hak kekayaan intelektual, serta isu lainnya yang berkaitan.

Hingga tahun 2017, ASEAN telah berkomitmen dalam FTA dengan lima negara mitra yaitu Tiongkok, Jepang, Korea, India, dan Australia-New Zealand. Namun, dalam menjalankan FTA tersebut, terdapat permasalahan yakni terdapat perbedaan peraturan perdagangan pada masing-masing FTA. Akibatnya, para pebisnis kesulitan dalam memanfaatkan kemudahan dalam FTA. Oleh karenanya, ASEAN menggagas kesepakatan baru yang dapat mensinergikan peraturan di antara ASEAN dan kelima negara yaitu pembentukan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP).

RCEP merupakan kesepakatan perdagangan bebas terbesar di dunia (mega Free Trade Agreement) yang digagas oleh Indonesia saat menjadi ketua ASEAN pada tahun 2011. Inisiatif ini bertujuan untuk menggabungkan negara-negara ASEAN dengan 6 mitra diantaranya Australia, India, Jepang, Tiongkok, Korea, dan Selandia Baru. Gagasan

pembentukan RCEP ini bertujuan untuk memperkuat hubungan perdagangan dan investasi di kawasan serta menciptakan kawasan mega blok perdagangan yang berpengaruh terhadap perekonomian dunia.

Gambar 2. Peta Keanggotaan RCEP



Sumber: (Francois & Elsig, 2021)

Pembentukan RCEP memberikan potensi ekonomi dari integrasi pasar yang mencakup 30% populasi dunia dan kawasan ekonomi dengan PDB senilai 24 triliun USD atau sebesar 30% PDB dunia (perhitungan jumlah populasi dunia dan PDB dunia pada tahun 2019). Selain itu, terbukanya pasar negara ASEAN dengan negara mitra ASEAN berpotensi dapat meningkatkan perdagangan antar negara mitra tersebut. Lebih lanjut, potensi ekonomi tersebut berdampak pada pertumbuhan ekonomi di kawasan regional.

KESIMPULAN

Diplomasi ekonomi Indonesia dilakukan ke berbagai negara mitra Indonesia seperti Tiongkok. Tiongkok merupakan negara dengan perekonomian terbesar di dunia. Dengan kapabilitasnya tersebut, Indonesia ingin memanfaatkan hubungan *Comprehensive* dengan Tiongkok untuk meningkatkan kerja sama di berbagai bidang.

Diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia kepada Tiongkok dapat dilihat dari empat fase perkembangan diplomasi ekonomi. Pertama, *economic salesmanship* dilakukan dengan mengencarkan promosi perdagangan dan investasi melalui forum bisnis dan pameran dagang. Forum bisnis yang diselenggarakan Indonesia, bertujuan untuk mempromosikan peluang investasi dan menjadi forum untuk bernegosiasi mengenai kesulitan para investor. Sementara untuk pameran dagang di CAEXPO,

setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah pengunjung dan nilai transaksi.

Kedua, *economic networking and advocacy* melibatkan aktor-aktor non negara seperti individu, institusi, lembaga, dan lainnya dalam melakukan diplomasi ekonomi. Pada tahun 2014-2019, jaringan Indonesia di luar negeri masih didominasi oleh mahasiswa pendidikan tinggi yang menempuh pendidikan di Tiongkok.

Ketiga, *image building* melalui *nation branding* Wonderful Indonesia. Wonderful Indonesia merupakan identitas Indonesia dalam mempromosikan pariwisata, perdagangan, dan investasi. *Nation Branding* Indonesia dilakukan di berbagai kegiatan salah satunya pada Inafest 2018-2019. Setiap tahunnya Inafest menghadirkan *booth* Wonderful Indonesia guna meningkatkan “*awareness*” kepada masyarakat Tiongkok dan sekitarnya bahwa produk, destinasi wisata, busana, tarian, dan musik yang ditampilkan merupakan kekayaan Indonesia.

Keempat, *regulatory management and resources mobilization* antara Indonesia dan Tiongkok pada tahun 2014-2019 adalah perundingan RCEP. Indonesia memiliki peran untuk memajukan kepentingan Indonesia khususnya dalam mendorong peran UMKM dalam kegiatan perdagangan karena sebagian besar pelaku perdagangan di Indonesia berasal dari UMKM.

Secara keseluruhan, Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Tiongkok pada masa Pemerintahan Joko Widodo tahun 2014-2019, berjalan dengan efektif. Dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi pada tahun 2019 mampu bertumbuh hingga 5.02% meskipun di tengah kelesuan global. Meskipun demikian, tidak ada data statistik yang mendukung bahwa pertumbuhan tersebut merupakan pengaruh dari penyelenggaraan acara-acara yang diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2013, Oktober 1). *Agustus 2013, Ekspor Indonesia Turun 12,77 Persen dan Impor Turun 25,20 Persen*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2013/10/01/105/agustus-2013--ekspor-indonesia-turun-12-77-persen-dan-impor-turun--25-20-persen.html>
- Andika, M. T., & Aisyah, N. (2017, July-December). Analisis Politik Luar Negeri Indonesia-China di Era Presiden Joko Widodo: Benturan Kepentingan Ekonomi dan Kedaulatan? *Indonesian Perspective*, 2(2), 161-179. doi:10.14710/ip.v2i2.18477
- BAPPEDA. (2015, September 19). *Mewakili Indonesia pada The 12th China Expo Nanning, Guangxi China, Menteri Perdagangan: Riau Luar Biasa*. Diambil kembali dari BAPPEDA Kabupaten Bengkalis: <https://bappeda.bengkalis.kab.go.id/web/detailberita/289/2015/09/19/mewakili-indonesia-pada-the-12th-china-expo-nanning,-guangxi-china,-menteri-perdagangan:-riau-luar-biasa>
- Barston, R. P. (1988). *Modern Diplomacy*. Boston: Addison Wesley Longman.
- Beijing, K. (2018, September 28). *KBRIBejing Dorong Kerja Sama Bisnis melalui Indonesia-China Business Forum on Investment and Trade*. Diambil kembali dari Kagama.co: <http://kagama.co/2018/09/28/kbri-beijing-dorong-kerja-sama-bisnis-melalui-indonesia-china-business-forum-on-investment-and-trade/4/>
- Beijing, K. (2019). *Eratnya Kemitraan Strategis RI – RRT dalam Pesona Wonderful Indonesia*. Beijing: Kedutaan Besar Republik Indonesia Beijing, Republik Rakyat Tiongkok Merangkap Mongolia. Dipetik August 24, 2021, dari <https://kemlu.go.id/beijing/id/news/2128/eratnya-kemitraan-strategis-ri-rrt-dalam-pesona-wonderful-indonesia>
- Bergeijk, P. v., Groot, H. L., & Yakop, M. (2011, January). The Economic Effectiveness of Diplomatic Representation: An Economic Analysis of its Contribution to Bilateral Trade. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(1-2), 101-120. doi:10.1163/187119111X566751

- Berridge, G. R. (2010). *Diplomacy: Theory and Practice* (4th ed.). London: Palgrave Macmillan.
- Bjola, C., & Kornprobst, M. (2013). *Understanding International Diplomacy: Theory, Practice, and Ethics*. Oxfordshire: Routledge.
- BRIN. (2017, November 26). *Indonesia-Tiongkok Perkuat Kerja Sama Bilateral Bidang Pendidikan Tinggi*. Diambil kembali dari Badan Riset dan Inovasi Nasional: <https://www.brin.go.id/indonesia-tiongkok-perkuat-kerja-sama-bilateral-bidang-pendidikan-tinggi/>
- Delanova, M. O. (2017). Politik Luar Negeri Indonesia Pada Masa Pemerintahan Presiden Joko Widodo melalui Penguatan Diplomasi Ekonomi. *Dinamika Global*, 02(02), 154-172.
- Dwinanda, R. (2019, Februari 2). *Dubes: Peluang Kerja Lulusan Cina Sangat Banyak*. Diambil kembali dari Republika: <https://www.republika.co.id/berita/pmayri414/dubes-peluang-kerja-lulusan-cina-sangat-banyak>
- Evasari, D. J. (2018). The Role of Indonesia's Economic Diplomacy in the Dynamics of Indonesia's Relationship with Australia Under the Leadership of Joko Widodo (2014-2016). *Sociae Polities: Majalan Ilmiah Sosial Politik*, 9(2), 122-144. doi:10.33541/sp.v19i2.1649
- Falah, I. (2016, September 23). *Produk Indonesia Laris Manis di CAEXPO 2016*. Diambil kembali dari Info Publik: <https://infopublik.id/read/172386/produk-indonesia-laris-manis-di-caexpo-2016.html>
- Guangzhou, K. (2017). *Laporan Kinerja 2017 Konsulat Jenderal Republik Indonesia Guangzhou*. Diambil kembali dari Kementerian Luar Negeri RI: <https://kemlu.go.id/download/L1NoYXJIZCUyMERvY3VtZW50cy9LSlJJTIwR3Vhbmd6aG91JTIwLSUyMExhcG9yYW4lMjBLaW5lcmphJTIwMjAxNyUyMC0lMjBmZW5hbC5wZGY=>
- Hamilton-Hart, N., & McRae, D. (2015). Indonesia: Balancing the United States and China, Aiming for Independence. *The United States Study Centre*, 1-33.
- iGCU. (2021, November 25). *Brief Introduction to the China-Indonesia Vice-Premier People-to-people Exchange Mechanism*. Diambil kembali dari Institute for Global Cooperation and Understanding, Peking University: <https://en.igcu.pku.edu.cn/info/1648/2870.htm>
- Ilmie, M. I. (2018, September 26). *Indonesia-China business forum produces two MoUs on investment*. Diambil kembali dari Antara News: <https://en.antaranews.com/news/118952/indonesia-china-business-forum-produces-two-mous-on-investment>.
- INACHAM. (2017). *Indonesia Festival (Inafest) 2017*. Diambil kembali dari Indonesia Chamber of Commerce in China: <http://www.inacham.com/event/indonesia-festival-inafest-2017/>
- Kemendag. (2019, November 15). *Sarang Burung Walet RI Makin Digemari di Tiongkok*. Diambil kembali dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: <https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/media-corner/sarang-burung-walet-ri-makin-digemari-di-tiongkok-1>
- Killian, P. E. (2012). Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia. *Global Strategis*, 6(2), 170-185. Dipetik August 24, 2021, dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jgsd095c88cd12full.pdf>
- Kominfo. (2015, Agustus 18). *Jadikan Indonesia Mandiri, Berkepribadian, dan Berdaulat*. Diambil kembali dari Kominfo RI: <https://kominfo.go.id/content/detail/5629/jadikan-indonesia-mandiri-berkepribadian-dan-berdaulat/0/infografis>
- Lamont, C. (2015). *Research Methods in International Relations*. London: SAGE.
- Lapulalan, B. (2017, Juni). Destinasi Brand sebagai Sub Brand Wonderful Indonesia. *Pariwisata Indonesia Newsletter Informasi Pemasaran Pariwisata*, hal. 10.
- Laurensius, K. P. (2022, April 7). Sejarah Hubungan Bilateral Indonesia-Tiongkok. (I. Mardhiyyah, Pewawancara)
- Lee, D., & Hocking, B. (2010). Economic Diplomacy. Dalam R. A. Denemark, *International Studies Encyclopedia Online* (Vol. II, hal. 1216-1227). Oxford: Blackwell.
- Lin, J. Y. (2017). The rise of China and its implications for economics and other developing countries. *Routledge*, 1-11. doi:10.1080/23792949.2017.1298971

