

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Faktor ekonomi menjadi aspek yang sangat krusial dalam dinamika internasional saat ini. Sejak berakhirnya Perang Dingin, ekonomi semakin dipandang dan diperhitungkan dalam kehidupan bernegara. Kapabilitas militer bukan lagi menjadi satu-satunya faktor penentu dalam menentukan posisi dan pengaruh negara dalam hierarki atau struktur internasional. Dengan didorong oleh gelombang demokrasi, aspek ekonomi sukses mendominasi penentuan kepemilikan *power* suatu negara. Eksistensi ekonomi ini juga mendorong tingkat kompetisi antar negara sebagaimana ditunjukkan oleh “pertarungan sengit” AS dan China sebagai negara *superpower*. Arus dan pengaruh liberalisme yang terkandung dalam ekonomi pun pada akhirnya membawa negara kepada upaya pengejaran ekonomi, khususnya bagi negara berkembang. Upaya tersebut termasuk kepada apa yang disebut sebagai diplomasi ekonomi.

Eksistensi diplomasi ekonomi dalam dinamika internasional menurut Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock sebagaimana dituliskan dalam bukunya, telah nampak sejak dahulu. Meski demikian, ini lebih didominasi oleh pembicaraan antar pihak pemerintah baik secara bilateral atau multilateral untuk menstimulasi pertukaran barang di tingkat global. Berbeda dengan itu, diplomasi ekonomi pada awal abad ke-21 mengubah orientasi dan aktivitas para diplomat sebagai

perwakilan pemerintah di negara lain. Aktivitas bisnis dan kompleksitas yang melingkupinya juga menjadi perhatian para diplomat dalam upaya mencapai tujuan ekonomi (Bayne, 2013).

Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Joko Widodo kemudian mengadaptasi fenomena global ini dengan memasukkan tujuan ekonomi dalam visi dan misi pemerintahannya. Kementerian Luar Negeri (Kemlu) sebagai bagian dari pemerintah tidak terlepas dari tren tersebut. Ini dibuktikan dengan munculnya struktur diplomasi ekonomi dalam perangkat kebijakan luar negeri Indonesia. Diplomasi ekonomi menjadi salah satu poin penting yang tertuang dalam Arah dan Strategi Renstra Kemlu 2015-2019 dan juga menjadi salah satu pilar ekonomi nasional yang bertujuan untuk memberikan kontribusi sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat (Kementerian Luar Negeri, n.d.). Laman merdeka.com menyebutkan bahwa bagi presiden, salah satu perwujudan diplomasi ekonomi yang dimaksudkan antara lain dengan menjadikan duta besar Indonesia di negara mitra sebagai “*marketing*” produk Indonesia (Sari, 2014).

Untuk mencapai bentuk diplomasi yang erat disebut sebagai “diplomasi untuk rakyat, diplomasi membumi” tersebut, Kementerian Luar Negeri dibantu oleh perangkat pemerintah lain misalnya Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata, Kementerian Keuangan dan BKPM. Dalam hal ini, Kementerian Luar Negeri memiliki target untuk meningkatkan kerja sama dalam bidang *Trade*, *Tourism* dan *Investment*. Lebih lanjut, ia melakukan pemetaan pasar tradisional dan non-tradisional untuk memaksimalkan implementasi diplomasi ekonomi tersebut (Sabaruddin, 2017).

Selain dalam hal diplomasi, aktivitas ekonomi baik dalam hal produksi atau distribusi mengalami banyak perubahan dan perkembangan. Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan canggih mengakibatkan pergeseran tren pemanfaatan sumber daya alam sebagai sumber ekonomi. Teknologi dan pikiran manusia kini dimanfaatkan sebagai sumber ekonomi yang baru. Keadaan tersebut memunculkan apa yang disebut sebagai ekonomi kreatif. Ini adalah perwujudan nilai tambah dari suatu kekayaan intelektual yang lahir dari kreativitas manusia berbasis ilmu pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi (Badan Pusat Statistik, 2017).

Di Indonesia, ekonomi kreatif terbagi ke dalam 16 sub sektor yakni arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; *fashion*; aplikasi dan *game developer*; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. Sub sektor tersebut berada dalam naungan lembaga non kementerian baru bernama BEKRAF atau Badan Ekonomi Kreatif. Sepanjang berdirinya BEKRAF, tidak semua komoditas sub sektor berada dalam seri data ekspor tahun 2016, karena hanya ada 7 sektor yang berhasil menembus pasar global, antara lain film, animasi, dan video; kuliner; musik; *fashion*; penerbitan; dan seni rupa. Meski demikian, 90% diantaranya lebih didominasi oleh komoditas *fashion* dan kriya (Badan Pusat Statistik, 2017).

Pencapaian ekonomi kreatif Indonesia tidak terlepas dari citra bangsa yang kaya akan budaya serta karakteristik masyarakatnya yang masih memegang teguh kebiasaan tradisional dari budaya tersebut. Hal ini kemudian banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam berbagai bentuk aktivitas sehingga memunculkan nilai-

nilai ekonomi. Dengan kata lain, bakat dan cita rasa seni yang tinggi yang terkandung didalamnya menjadi poin penting dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Selain itu, keberadaan harga bahan baku dan sumber daya manusia yang terjangkau menjadi faktor pendukung yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif.

Melihat perkembangan di atas, peran pemerintah sebagai fasilitator dan pendorong pengembangan ekonomi kreatif menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Salah satu implementasi peranan tersebut dapat ditunjukkan dengan berdirinya BEKRAF sebagai lembaga yang bergerak dalam pengembangan ekonomi kreatif (ekraf). Adapun lembaga yang diinisiasi langsung oleh Presiden Joko Widodo ini, secara rinci ditugaskan untuk membantu merumuskan, menetapkan, mengkoordinasi dan mensinkronisasikan kebijakan berkaitan dengan ekonomi kreatif. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ia bertanggung jawab terhadap pengembangan ekonomi kreatif Indonesia.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, BEKRAF tidak hanya berorientasi di dalam negeri. Ia juga memiliki orientasi agar produk-produk ekonomi kreatif Indonesia dapat menjangkau pasar global. Oleh karena itu setelah menerapkan mekanisme pengembangan domestik melalui pembangunan kerja sama dengan daerah, ia juga melibatkan para duta besar yang berada dalam kerangka Kementerian Luar Negeri dan *stake holder* lainnya untuk mengakses konektivitas dan peluang pasar agar pada akhirnya dapat berdampak terhadap penyerapan tenaga kerja yang lebih banyak.

Relativitas antar lembaga ini salah satunya diwujudkan dalam kegiatan IAF atau *Indonesia Africa Forum*. Dilansir dari laman bekraf.go.id, kegiatan yang digelar pada 10-11 April 2018 ini merupakan *show case* kerja sama ekonomi konkret antara Indonesia dan negara-negara Afrika yang ditujukan untuk menerjemahkan kedekatan politik dan historis keduanya ke dalam suatu kerja sama yang erat dan nyata (“Indonesia Buka Kerja Sama dengan Afrika di Bidang Ekraf,” 2018). Adapun ini merupakan pengembangan dari relasi yang dibentuk sejak Konferensi Asia Afrika (KAA) yang dilaksanakan di Bandung pada 18-24 April 1955. Selain itu, hubungan antar negara-negara ini kemudian dilanjutkan dalam kerangka *New Asian-African Partnership* (NAASP) pada tahun 2005. Konsistensi Indonesia dalam menjaga semangat Bandung terus berlanjut melalui perayaan 60 tahun KAA pada tahun 2015 dimana para delegasi menyatakan komitmennya untuk membangun hubungan kerja sama yang lebih inklusif dan *sustainable*.

Dalam acara IAF, Kepala BEKRAF Triawan Munaf berkesempatan memberikan paparan mengenai ekonomi kreatif dalam *panel discussion*. Ia juga mempergunakan kesempatan tersebut untuk memperkenalkan kopi Indonesia sebagai salah satu produk ekonomi kreatif sekaligus mengajak para peserta forum untuk hadir dalam *World Conference on Creative Economy* yang diselenggarakan pada akhir tahun 2018. Pembukaan acara IAF ini dilengkapi dengan penyelenggaraan *Cultural Night Indonesia-Africa* dengan kegiatan berdansanya dan penyajian makanan khas Indonesia sebagai bagian dari praktek diplomasi Indonesia. Forum bisnis pertama antara Indonesia dengan negara kawasan Afrika ini juga dilengkapi dengan agenda pertemuan bilateral dan *launching* buku *Road to Africa* (“Indonesia Buka Kerja Sama dengan Afrika di Bidang Ekraf,” 2018).

Melalui ini, pemerintah Indonesia berupaya menarik minat baik dalam aspek perdagangan, investasi maupun pariwisata dari negara-negara kawasan Afrika. Ini menandakan adanya relativitas dalam mendorong pengembangan ekonomi kreatif Indonesia untuk memasuki arena pasar global khususnya di kawasan Afrika. Pemerintah lebih peka terhadap potensi dan peluang yang dimiliki sekaligus mencoba mengaplikasikannya dalam aktivitas diplomatik sebagai salah satu strategi mencapai akses pasar global.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang diatas, maka penulis menyusun beberapa pertanyaan sebagai identifikasi masalah diantaranya:

1. Bagaimana model diplomasi ekonomi yang digunakan pemerintah Indonesia dalam kegiatan IAF?
2. Bagaimana upaya pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia?
3. Bagaimana implikasi pelaksanaan kegiatan IAF terhadap ekonomi kreatif Indonesia?

1.2.1. Pembatasan Masalah

Penulis menyadari bahwa masalah yang berkaitan dengan penelitian ini merupakan sesuatu yang kompleks. Dengan keterbatasan yang penulis miliki baik dari segi kemampuan, dana dan juga waktu, maka penulis memerlukan pembatasan masalah agar bisa lebih fokus dan mencapai target penelitian. Dalam hal ini, penulis berfokus untuk meneliti model diplomasi yang digunakan dalam *Indonesia Africa Forum* dan korelasinya terhadap pengembangan ekonomi kreatif Indonesia.

1.2.2. Perumusan Masalah

Dengan demikian, penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

“Bagaimana diplomasi ekonomi Indonesia melalui *Indonesia Africa Forum* (IAF) memberikan pengaruh dalam mengembangkan sub sektor ekonomi kreatif Indonesia?”

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model diplomasi ekonomi yang digunakan pemerintah Indonesia dalam kegiatan *Indonesia Africa Forum* (IAF);
2. Untuk mengetahui upaya pengembangan ekonomi kreatif Indonesia; dan
3. Untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan kegiatan IAF terhadap ekonomi kreatif Indonesia.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Hubungan Internasional –khususnya diplomasi ekonomi dan ekonomi kreatif;
2. Menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat pada umumnya; dan
3. Sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana Ilmu Hubungan Internasional Strata-1 (S-1).