

DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DI KAWASAN AMERIKA LATIN DALAM *FORUM FOR EAST ASIA - LATIN COOPERATION (FEALAC)*

**Dewi Sofiah Resmi ¹
Nim. 1202045150**

Abstract

International trade has been important issue for Indonesia which is export-driven economy country since it defines the main economic indicator. During past few years, Indonesia, has been challenging economic turbulence due to unstability and ongoing crisis in some traditional trade partners affecting to the decrease of product demand from importing goods that makes an impact to Indonesian domestic situation. This becomes a serious concern and overcome it by making new alternative markets to improve the performance of exports. One of potential non-traditional market for trade is region of Latin America but the exploitation on its market opportunity is less than the opportunities that can be obtained due to some barriers. For that reason, Indonesia gets involved in FEALAC , an inter-governmental cooperation forum that connects East Asian region which helps to improve relations with countries in the Latin America. So that, Indonesia manages strategy in economy diplomacy to handle the partnership in FEALAC framework and get aligned the internal coordination among the related departments to reach integrated goals for Indonesia's trade interests in Latin America. The phenomenon is analyzed by using mercantilism perspective, economic diplomacy concept and new regionalism concept and it turns out with the result that the economic diplomacy strategy undertaken by the Government of Indonesia in increasing trade is quite well-run. Indonesian government's diplomacy has succeeded to strengthen Indonesia's position in FEALAC which is beneficial to achieve Indonesia's interests in trade with Latin America, besides the continuity of the FEALAC programs also make its benefits will be real.

Keyword : *mercantilism, Indonesia's economic diplomacy, new regionalisme, intra-regionalisme, FEALAC*

Pendahuluan

Globalisasi ekonomi dapat menciptakan peluang yang besar sekaligus tantangan untuk negara-negara di dunia. Bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia, globalisasi seharusnya dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan ekspor dan menyediakan barang dan jasa dengan harga murah melalui perdagangan bebas

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: ddsresmi@gmail.com

hambatan namun pada kenyataannya Indonesia sedang berhadapan dengan produk dari negara maju yang lebih berkualitas pada harga yang murah. Terlebih, di pasar global, Indonesia tidak hanya menghadapi persaingan biasa yang hanya bergantung pada mekanisme pasar, tetapi Indonesia menghadapi kekuatan yang terpola dalam bentuk TNCs, MNCs, pemerintah negara kaya, lembaga dunia seperti IMF, *World Bank* dan WTO.

Sebagai negara dengan perekonomian yang didorong oleh kegiatan ekspor, perekonomian Indonesia juga akan dipengaruhi oleh berbagai dinamika yang terjadi dalam perekonomian global khususnya kecenderungan eskalasi krisis ekonomi dunia akibat krisis domestik di beberapa negara besar. Kondisi tersebut secara tidak langsung dapat berdampak negatif pada penurunan tingkat ekspor Indonesia ke mancanegara khususnya kinerja ekspor Indonesia ke Uni Eropa dan Amerika Serikat yang merupakan pasar tradisional untuk tujuan ekspor Indonesia. (<http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-regional/Pages/FEALAC.aspx>).

Oleh karena itu, Indonesia perlu melakukan strategi untuk mengalihkan ekspor ke beberapa pasar non-tradisional dan pasar yang belum dimanfaatkan (*untapped market*) untuk mengantisipasi terjadinya penurunan kinerja ekspor yang berkelanjutan. Salah satu mitra dagang non-tradisional yang potensial untuk dikembangkan dalam memperluas pasar ekspor adalah Amerika Latin. Dengan rata-rata pendapatan per kapita di atas US\$ 10.000 dan penduduk berjumlah lebih dari 500 juta jiwa, nilai impor negara-negara di kawasan ini juga terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir (total impor kawasan tersebut mencapai lebih dari US \$ 466 milyar setiap tahun). Selain itu keanekaragaman komoditi dan produk yang dibutuhkan, persyaratan kualitas produk yang lebih ringan dan sebagian besar negara-negaranya tidak menerapkan sistem kuota seperti di negara-negara maju. Dalam lima tahun terakhir, ekspor perdagangan Indonesia ke kawasan Amerika Latin melalui kerjasama *free-trade* mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Perkembangan ini memperlihatkan kecenderungan penguatan integrasi bagi Indonesia untuk mengembangkan hubungan baik bilateral maupun kelompok regional.

Namun, pemanfaatan pasar di Kawasan Amerika Latin belum dimanfaatkan secara maksimal dibandingkan potensi dan peluang dari pasar alternatif ini dapat lebih besar lagi dimanfaatkan dilihat dari neraca perdagangan Indonesia di Kawasan Amerika Latin per 2014 masih negatif enam persen. Hal ini dikarenakan kurangnya kegiatan pemanfaatan peluang pasar di Kawasan Amerika Latin dan terkendalanya untuk kegiatan ekspor yang terkendala oleh geografis dan teknis pengiriman serta hambatan lainnya seperti bahasa dan kontak resmi. Oleh karena itu, Indonesia memerlukan saluran kerjasama yang berperan sebagai instrumen untuk meningkatkan hubungan bilateral dengan negara-negara di kawasan Amerika Latin mengingat hubungan Indonesia di kawasan ini masih rendah dalam intensitas kerjasama, kontak resmi, *people-to-people contact*, hubungan ekonomi seperti perdagangan, pariwisata dan investasi. Hubungan kerjasama Indonesia dan negara-negara di kawasan Amerika Latin dapat terhubung melalui sebuah organisasi intraregional yaitu *Forum East Asia Latin Cooperation* (FEALAC) yang berperan penting bagi Indonesia baik sebagai individu negara, maupun bagian kawasan Asia Timur yang didirikan terutama untuk meningkatkan kerjasama komprehensif dan dialog bi - regional.

Keikutsertaan Indonesia dalam FEALAC dapat dimanfaatkan secara maksimal baik dalam meningkatkan kinerja ekspor untuk pemulihan perekonomian nasional maupun cara untuk bertahan pada kondisi sistem perdagangan dunia yang tidak menentu. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia menyiapkan strategi yang efektif dengan menerapkan diplomasi ekonomi untuk melakukan akses pasar alternatif melalui posisi Indonesia di FEALAC maupun pemanfaatan program-program dari FEALAC yang memfasilitasi kerjasama perdagangan Indonesia di Kawasan Amerika Latin

Kerangka Dasar Teori dan Konsep

Paradigma Merkantilisme

Dalam Teori Ekonomi Politik Internasional, terdapat pandangan Merkantilisme yang memandang bahwa elit-elit politik berada pada garis depan pembangunan negara modern dimana melihat aktivitas ekonomi merupakan alat politik dan dasar bagi kekuasaan politik yang bertujuan untuk membangun negara yang kuat. Aliran merkantilisme diartikan sebagai suatu paradigma dimana suatu negara memiliki pemahaman bahwa untuk meningkatkan kekuatan negaranya dapat dicapai dengan mengorbankan kekuatan negara pesaingnya. (Robert Jackson dan Georg Sorensen, Pengantar Studi Hubungan Internasional, Hal 231-232).

Sehingga menurut Basri dan Munandar dalam perdagangan internasional, suatu negara akan berupaya untuk mencapi neraca perdagangan surplus dengan mengekspor produk sebesar-besarnya dan membatasi impor dengan maksud untuk memperoleh devisa sebesar-besarnya yang merupakan salah satu tolak ukur kesejahteraan suatu bangsa maka tergambar bahwa peran negara dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan menjadi sangat dominan. (<http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalIlmiahHubunganInternasiona/article/view/1888/1800>)

Persaingan ekonomi antara negara dapat dikelompokkan menjadi dua bentuk yang berbeda :

- a. Merkantilisme Bertahan (*Benign Mercantulism*) yaitu negara memelihara kepentingan ekonomi nasionalnya sebab hal tersebut merupakan unsur penting dalam keamanan nasionalnya namun hal ini tidak memiliki dampak negatif pada negara lain.
- b. Merkantilisme Agresif (*Malevolent Mercantulism*) yaitu negara-negara berupaya mengeksploitasi perekonomian internasional melalui kebijakan ekspansi.

Kaum merkantilis menekankan perdagangan dan pencapaian keuntungan sebanyak-banyaknya sebagai jalan menuju kesejahteraan nasional sedangkan organisasi yang bertanggungjawab dalam mempertahankan dan memajukan kepentingan nasional adalah negara dan memerintah diatas kepentingan ekonomi swasta. Oleh sebab itu, negara selalu berada dalam kondisi untuk mengejar kemakmuran dan kekuatan nasional. Dasar pemikiran tersebut kemudian menonjolkan penekanan pemikiran merkantilis dalam meraih surplus neraca perdagangan (*balance of trade*) sebagai bagian dari keamanan nasional.

Konsep Diplomasi Ekonomi

Di dalam dunia yang terglobalisasi dan saling tergantung, diplomasi ekonomi merupakan komponen yang dikedepankan. Adapun definisi diplomasi ekonomi menurut Rana yaitu sebagai proses yang dilalui oleh negara dalam mengelola hubungan luar negerinya, dengan tujuan untuk mengoptimalkan keuntungan nasional di segala bidang, termasuk sektor perdagangan dan investasi, baik di tingkat bilateral, regional maupun level multilateral.

(<https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/download/13081/9310>)

Kemudian ditambahkan lagi bahwa praktik diplomasi umumnya, pemerintah menggunakan instrumen kerangka kerjasama (*regulatory framework*) yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kondisi-kondisi tertentu, yang menguntungkan bagi kepentingan nasional. Sehingga Saner dan Yiu menyatakan bahwa institusionalisasi kerjasama dengan negara-negara mitra diharapkan dapat memperluas akses pasar ekspor, menghindari hambatan-hambatan perdagangan dan meningkatkan mobilisasi aliran investasi ke dalam negeri. Beberapa bentuk kerjasama yang sering digunakan diantaranya *preferential trading arrangement*, *free trade agreement* dan *closer economic partnership*.

Dalam kerangka *state-centric* realis, diplomasi ekonomi kegiatan utamanya dilaksanakan antarpemerintah, diselenggarakan oleh pejabat dinas untuk hubungan luar negeri sebagai alat untuk memajukan kepentingan ekonomi di luar negeri dan dunia. Dengan kondisi ini, peranan pemerintah diperlukan dalam menyusun dan menetapkan kebijakan luar negerinya. Adapun intervensi pemerintah diperlukan dalam diplomasi ekonomi untuk :

- a. Penyebaran Informasi (*Distribute Knowledge*) dimana pemerintah mampu menyediakan informasi khusus dan terpercaya yang berasal dari jaringan non-komersial melalui dialog politik
- b. Memberikan Arahan (*Provide Signals*) yaitu dimana dari sisi untuk melakukan *supply*, perdagangan dan investasi di beberapa produk yang membutuhkan keterlibatan pemerintah. Misalnya pada *dual-use good* dan barang atau jasa yang sensitif secara politis. Sementara disisi permintaan, keterlibatan pemerintah diperlukan ketika pemerintah asing itu sendiri berperan penting ataupun merupakan konsumen. Misalnya dalam hal BUMN di sektor minyak dan gas
- c. Meningkatkan Akses Pasar (*Improve Market Access*) dimana melalui hubungan dan pengaruh pemerintah dapat memfasilitasi akses pasar bagi perusahaan dan mungkin terhambat oleh regulasi dan hal lain di negara asing. Contohnya, penyediaan perjanjian perlindungan investasi, dukungan terhadap kebutuhan *phytosanitary* dan bantuan masalah hukum ataupun legalitas lainnya. (*IOB Study, Economic Diplomacy In Practice : Evaluation of Dutch Economic Diplomacy in Latin America, Ministry of Foreign Affairs*)

Dampak dan pentingnya globalisasi saat ini menjadikan diplomasi ekonomi berfokus pada empat model yang digunakan untuk mengelola proses globalisasi kontemporer, antara lain :

- a. Diplomasi Komersial (*Commercial Diplomacy*) yaitu berfokus pada pembangunan jaringan para diplomat dan kelompok bisnis yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan perdagangan, investasi, dan advokasi bisnis. Bagi banyak negara

- berkembang, diplomasi komersial juga memasukan promosi pariwisata sebagai kegiatan utama (*tourism marketing*) serta penyediaan intelijen komersial, jaringan bisnis, mitra bisnis maupun bantuan bisnis.
- b. Diplomasi Perdagangan (*Trade Diplomacy*) mengacu pada negosiasi dan pengambilan keputusan dalam hubungan perdagangan dan perjanjian perdagangan bilateral maupun multilateral karena menganggap bahwa perundingan antar pemerintah bersifat zero sum game dan berdasarkan rasionalitas untuk mengejar konsesi maksimal dari yang lain dengan kerugian minimal. Kebutuhan diplomasi perdagangan juga diperlukan untuk menanggapi peningkatan jumlah perjanjian perdagangan perdagangan bebas bilateral maupun multilateral antar negara-negara yang menambah jaringan *Regional Trade Agreements (RTAs)*.
 - c. Diplomasi Keuangan (*Finance Diplomacy*) yaitu upaya pemerintah untuk menciptakan stabilitas dalam rezim perdagangan internasional serta konseptualisasi lebih luas terhadap peran aktor diplomatik non-tradisional seperti Kementerian Keuangan, peran Bank Sentral dan sektor perbankan. Selain itu keberadaan *International Monetary Fund (IMF)* dan Bank Dunia (*World Bank*) juga memperkuat setiap negara untuk melakukan diplomasi keuangan dan perhatian untuk menghindari berbagai krisis finansial dan kegagalan IMF dalam mencapai kesepakatan dengan negara-negara berkembang.
 - d. Layanan Konsuler Visa (*Consular Visa Services*) yaitu alat diplomatik untuk meningkatkan keamanan negara mengingat pada era globalisasi mobilitas penduduk semakin mudah menyebabkan meningkatnya ancaman global dan transnasional seperti resiko penyebaran penyakit menular, terorisme dan kejahatan terorganisir lainnya. (Lee, Donna, and Brian Hocking "*Economic Diplomacy*" in Robert A. Denemark, *International Studies Encyclopedia*, Vol.II)

Konsep Regionalisme Baru

Salah satu bentuk kerjasama multilateral yang kini sedang berkembang adalah regionalisme. Joseph Nye mendefinisikan konsep region sebagai "*a group of states linked together by both a geographical relationship and a degree of mutual interdependence*". Suatu regionalisme akan dapat dibedakan dengan organisasi global lainnya melalui adanya kedekatan geografis antarnegara dalam kawasan tertentu. Namun, saat ini tidak ada batas-batas geografi yang jelas maka konsep regionalisme sering dianalisis berdasarkan tingkatan kohesi, diantaranya

- a. Kohesi sosial seperti etnis, ras, bahasa, budaya, sejarah, kesadaran serta warisan bersama,
- b. Kohesi ekonomi seperti pola-pola perdagangan,
- c. Kohesi politik seperti tipe-tipe rezim serta ideologi,
- d. Kohesi organisasi yaitu adanya institusi regional yang bersifat formal,

Hettne dan Soderbaum membagi pembabakan waktu regionalisme menjadi regionalisme lama dan regionalisme baru. Regionalisme lama dimulai pasca Perang Dunia II dengan pendekatan dan teori yang berfokus pada kooperasi regional dan berkonsentrasi pada perdamaian. Kemudian, Regionalisme baru berkembang pada awal 1990-an dan bersifat *low politics*. Pergeseran ini cenderung dipengaruhi oleh kehadiran globalisasi dimana perkembangannya dipengaruhi oleh pemikiran dan logika sehingga cenderung memiliki tujuan yang komprehensif dan multidimensional seperti ekonomi, politik dan budaya.

Secara umum, Fawcett mengemukakan ada empat faktor yang menyebabkan regionalisme baru muncul, yaitu berakhirnya perang dingin, terjadinya perubahan dalam aspek perekonomian dunia, berakhirnya paham tentang istilah “Dunia Ketiga” dan demokratisasi. Prinsip-prinsip pada regionalisme terbuka adalah untuk memperkuat kerjasama ekonomi terutama memfasilitasi perdagangan dan investasi, promosi serta pembangunan sosial kawasan. Dengan semakin terintegrasinya ekonomi global, mendukung munculnya regionalisme ekonomi sebagai respon terhadap perkembangan teknologi, ekonomi dan politik.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif analisis yaitu berusaha menjabarkan dan menganalisa tentang strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam ekspansi pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dalam forum FEALAC untuk meningkatkan perdagangan Indonesia. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah berupa telaah pustaka (*library research*) yaitu dengan cara mengumpulkan data-data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur seperti buku-buku, jurnal serta artikel-artikel dari internet yang membahas dan mengungkapkan bentuk, aktivitas, dan inisiatif diplomasi ekonomi pemerintah Indonesia sebagai upaya peningkatan perdagangan di kawasan Amerika Latin

Hasil Penelitian

Nilai Strategis Kawasan Amerika Latin Untuk Pedagangan Indonesia

Karakteristik utama yang menjadi landasan hubungan perdagangan antara Indonesia dan negara-negara di kawasan Amerika latin pada saat ini adalah adanya potensi untuk lebih meningkatkan perdagangan kedua negara. Di antara potensi dan peluang yang menjanjikan bagi peningkatan hubungan perdagangan Indonesia dengan negara-negara Amerika Latin adalah :²

- a. Karakter masyarakatnya yang mayoritas konsumtif
- b. Adanya sarana dan prasarana perdagangan yang cukup memadai
- c. Memiliki tingkat tariff yang rendah, rata-rata berkisar 10%
- d. Adanya *free zone* di Panama dan Iquique S.A (Chile) yang dapat dijadikan sebagai *entry point* bagi Indonesia untuk memasuki seluruh kawasan Amerika Latin
- e. Adanya hubungan baik Amerika Latin - RI dan keinginan kuat negara-negara seperti Brazil, Argentina, Suriname, Ekuador, Kolombia, dan negara Amerika Latin lainnya untuk meningkatkan hubungan kerjasama perdagangan dengan Indonesia
- f. Dan adanya Kedutaan Besar RI di beberapa negara Amerika Latin seperti Brazil, Argentina, Peru, Kuba, Venezuela, Suriname, dan Chile yang dapat dijadikan sebagai perwakilan pemerintah untuk menjalin hubungan kemitraan dengan negara-negara tersebut maupun dengan negara lain di sekitarnya

Namun intensitas kerjasama antara Indonesia dengan Negara-negara Amerika Latin yang belum menjangkau keseluruhannya dikarenakan masih terbatasnya sumber

² Buletin KPI/BCL/I/2012, Kerjasama Perdagangan Internasional, Kementerian Perdagangan RI, hal 2

daya manusia dan kedutaan besar, oleh karena itu Indonesia memerlukan suatu forum kerjasama multilateral yang ada memberikan keuntungan dan manfaat bagi peningkatan hubungan perdagangan Indonesia dan negara mitra di kawasan Amerika Latin. FEALAC adalah salah satu forum yang selama ini berperan penting bagi penguatan hubungan antara Indonesia dengan kawasan Amerika Latin. Forum ini yang paling banyak menyertakan negara Amerika Latin sebagai anggotanya karena terdiri dari dua puluh negara Amerika Latin.

Profil Forum for East Asia Latin America Cooperation (FEALAC)

Forum for East Asia Latin America Cooperation (FEALAC) adalah sebuah asosiasi dari 36 negara dari Asia Timur dan Amerika Latin yang bersama-sama untuk pertama kalinya untuk membentuk saluran dialog resmi dan teratur antara kedua kawasan.³ Modalitas dialog FEALAC Pertemuan Tingkat Menteri Luar Negeri yang berlangsung dua tahunan. Di bawahnya terdapat Pertemuan Tingkat Pejabat Tinggi yang bertugas mengkoordinir persiapan PTM dan memonitor pelaksanaannya agar semua keputusan PTM dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan Negara-negara anggota. SOM bertemu setiap tahun, termasuk pertemuan persiapan FMM. Di bawah SOM, terdapat modalitas penting yang menjadi pilar penunjang dan mesin yang menggerakkan FEALAC, yaitu *working group (WG)* yang beranggotakan pejabat tingkat teknis Negara-negara anggota. *working group* menjaga keberlanjutan kegiatan FEALAC dan bertanggung jawab sebagai *project manager* yang menyusun spesifikasi rinci rencana kerjasama bi-regional. Terdapat tiga Working Group, yaitu:

- a. *Working Group on Politics, Culture, Education and Sports/WG I*
- b. *Working Group on Economy and Society/WG II;*
- c. *Working Group on Science and Technology/WG III, dan Sub Working Group on Tourism.*

Masing-masing *working group* memilih satu *co-chair* dari tiap kawasan. *Working Group* mengadakan pertemuan sekali dalam satu tahun untuk membahas perbaikan dan pengembangan proyek serta melaporkannya pada SOM.

Sejak Indonesia bergabung pada tahun 2001 sampai pada tahun 2003 Indonesia belum terfokus pada kepentingan ekonomi dalam hal ini adalah ekspor ke negara-negara Amerika Latin tetapi lebih kepada kerjasama dalam penanganan isu-isu terorisme, timbulnya bencana alam yang disebabkan oleh perubahan iklim dan munculnya penyakit menular. Namun, kepentingan ekonomi pada FEALAC terlihat pada tahun 2009 ketika Indonesia melaksanakan *outreach program*. Meskipun kepentingan Indonesia di bidang ekonomi dalam FEALAC sudah terlihat sejak tahun 2009, namun upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perdagangan masing kurang intensif karena FEALAC *outreach program* yang selama itu dilaksanakan masih sekedar sosialisasi dan memperkenalkan kerjasama FEALAC kepada Pemerintah Daerah dan pengusaha yang masih terbatas. Untuk mencapai kepentingan dalam rangka meningkatkan akses pasar barang dan jasa serta mengamankan kebijakan perdagangan internasional menjadikan Pemerintah Indonesia menyiapkan strategi berupa fungsi diplomasi ekonomi untuk kepentingan perdagangan. Dalam hal ini, peran diplomasi sangat penting untuk mencapai kepentingan nasional pada proses

³ FEALAC diakses melalui <http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-regional/Pages/FEALAC.aspx>

negosiasi dan pembuatan kebijakan di tataran internasional serta menjadikan peran diplomasi ekonomi sebagai salah satu instrumen penting dalam politik luar negeri lebih khusus dalam rangka meningkatkan akses pasar barang dan jasa serta mengamankan kebijakan perdagangan internasional.

Strategi Diplomasi Ekonomi Pemerintah Indonesia Untuk Meningkatkan Perdagangan di Kawasan Amerika Latin

Salah satu aspek penting dari diplomasi ekonomi adalah meningkatkan kerjasama perdagangan, investasi dan pariwisata (*Trade, Tourism, Investment / TTI*). Adapun tujuan utama kerjasama TTI tersebut adalah mendorong ekspor Indonesia, meningkatkan investasi dan meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dalam rangka mendorong perekonomian nasional. Selain itu, TTI merupakan sumber devisa penting bagi perekonomian Indonesia dan sebagaimana dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019, Indonesia memiliki sasaran TTI, yaitu

- a. Pertumbuhan ekspor produk non-migas rata-rata sebesar 11,6 per tahun
- b. Meningkatnya realisasi Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) menjadi Rp933 triliun pada tahun 2019,
- c. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 20 juta orang pada tahun 2019,
- d. Rasio ekspor jasa terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) rata-rata sebesar 3,0% per tahun,
- e. Peningkatan pangsa ekspor produk manufaktur menjadi sebesar 65%.

(<https://diplomasiekonomi.kemlu.go.id/images/capbuildiplomat/Paparan%20KEMLU.pdf>)

Dari data tersebut dapat dianalisa bahwa secara garis besar target diplomasi ekonomi pada tahun 2014 - 2016 menggambarkan paradigma ekonomi merkantil. Seperti yang dijelaskan bahwa dalam perdagangan internasional, suatu negara akan berupaya untuk mencapai neraca perdagangan surplus dengan mengeksport produk sebesar-besarnya dan membatasi impor dengan maksud memperoleh devisa sebesar-besarnya yang merupakan tolak ukur kesejahteraan suatu bangsa sehingga hal ini menjadi motivasi pemerintah Indonesia untuk meningkatkan perdagangan internasional ke kawasan Amerika Latin

Berdasarkan konsep diplomasi yang telah dijelaskan, terdapat empat model dalam diplomasi ekonomi dan dua diantaranya dapat digunakan untuk menganalisa strategi diplomasi ekonomi Indonesia untuk meningkatkan perdagangan ke Kawasan Amerika Latin dalam FEALAC. Model berupa diplomasi komersial dan diplomasi perdagangan adalah yang paling relevan digunakan pemerintah Indonesia, baik dari Kementerian Luar Negeri maupun Kementerian Perdagangan maupun Instansi lainnya. Diplomasi Komersial yang berupa berfokus pada pembangunan jaringan para diplomat dan kelompok bisnis yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan perdagangan, investasi, dan advokasi bisnis. Diplomasi komersial juga memasukan promosi pariwisata sebagai kegiatan utama (*tourism marketing*) serta penyediaan intelijen komersial, jaringan bisnis, mitra bisnis maupun bantuan bisnis. Sedangkan kebutuhan diplomasi perdagangan diperlukan untuk menanggapi peningkatan jumlah perjanjian perdagangan perdagangan bebas bilateral maupun multilateral antar negara-negara yang menambah jaringan *Regional Trade Agreements (RTAs)*. Untuk

mencapai sasaran tersebut, strategi diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia tersebut dapat dilihat menjadi dua sudut pandang, yaitu

1. Strategi Internal (Diplomasi Komersial)

Yaitu strategi internal yang bertujuan untuk harmonisasi dan intergrasi lembaga-lembaga pemerintah yang berkaitan dengan urusan luar negeri dimana strategi ini juga ditujukan untuk pembangunan jaringan para diplomat dan kelompok bisnis, hubungan dan koordinasi satuan kerja terkait dan seluruh Perwakilan RI serta koordinasi dan sinergi antara Kementerian dengan kalangan swasta dan BUMN serta Pemerintah Daerah dalam mendukung rencana pembangunan yang ditetapkan karena diplomasi ekonomi menuntut kolaborasi dan kerjasama antara aktor pemerintah dengan aktor non pemerintah, khususnya yang berhubungan dengan langsung dengan kegiatan industri dan perdagangan sehingga keterlibatan para pelaku bisnis dalam proses perencanaan dan pelaksanaan diplomasi ekonomi yang dipimpin pemerintah akan memperkuat koordinasi untuk mencapai target kepentingan nasional.

Dalam mendukung tujuan tersebut, Kementerian Luar Negeri Indonesia sebagai bagian terdepan diplomasi Indonesia telah menekankan diplomasi ekonomi menjadi salah satu prioritas utama dalam kebijakan luar negeri Indonesia dan dibawah koordinasi Kementerian Luar Negeri, dibentuk sebuah Pokja Diplomasi Ekonomi mempunyai tugas untuk melakukan penguatan diplomasi pada bidang perdagangan, pariwisata, investasi dan kerja sama pembangunan.. Adapun tugas pokok dari Pokja Diplomasi Ekonomi adalah

- a. Memperkuat pelaksanaan tugas Kementerian Luar Negeri dan Perwakilan RI untuk menunjang tercapainya target-target ekonomi dan kerja sama pembangunan yang telah ditentukan Kementerian/Lembaga terkait, khususnya dalam bidang perdagangan, investasi dan pariwisata
- b. Mengidentifikasi hambatan dalam keberlangsungan kerjasama ekonomi antara Indonesia dan negara-negara *partner*.
- c. Memfasilitasi *match-making* antara mitra dagang dan kesepakatan bisnis dan memberikan tanggapan atas peluang bisnis (*inquiry* dari Perwakilan RI maupun pemangku kepentingan), membantu mengkoordinasikan penanganan isu/masalah serta memantau tanggapan atas peluang bisnis
- d. Mendorong tindak lanjut peluang bisnis dan kerja sama pembangunan kepada Kementerian/Lembaga, Pemerintah Daerah, KADIN atau asosiasi usaha terkait sebagai pemangku kepentingan dan membantu sinergi dan koordinasi pelaksanaan kegiatan promosi di luar negeri.

Sehubung dengan pelaksanaan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan perdagangan di kawasan Amerika Latin yang masih belum maksimal dikarenakan perwakilan RI dengan sumber daya manusia yang terbatas untuk menjalin hubungan bilateral dan mencakup keseluruhan dari negara - negara di Kawasan Amerika Latin sehingga Pemerintah Indonesia memanfaatkan kerangka legal dalam kerjasama didalam FEALAC untuk menjalankan kepentingan perdagangan di kawasan tersebut sebagai bentuk pemanfaatan kerjasama multilateral berupa regionalisme terbuka untuk memperkuat kerjasama ekonomi dimana nantinya FEALAC sebagai salah satu bentuk regionalisme terbuka akan memfasilitasi kepentingan perdagangan dengan negara -

negara di Kawasan Amerika Latin melalui fasilitas perdagangan dan investasi, promosi serta pembangunan sosial kawasan.

2. Strategi Eksternal (Diplomasi Perdagangan)

Yaitu dimana strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia berfokus pada berlangsungnya perdagangan bebas. Untuk menangani hubungan kerjasama perdagangan dengan negara-negara di Kawasan Amerika Latin melalui FEALAC, Pemerintah Indonesia memanfaatkan program-program yang difasilitasi oleh FEALAC selain itu posisi Indonesia sebagai ketua sebagai Ketua *Working Group on Trade, Investment, Tourisme and MSMEs* pada forum FEALAC untuk periode 2015-2016 bersama Houndras. hal ini juga dimanfaatkan Indonesia untuk mencapai kepentingan Indonesia dengan negara-negara di Kawasan Amerika Latin khususnya dalam hal kerjasama perdagangan. Dengan terpilihnya pada posisi ini, Pemerintah Indonesia menggunakan kesempatan ini untuk mencapai kepentingan perdagangan dengan

a. Mengoptimalkan peran instrumen perdagangan untuk mengatasi kendala perdagangan

Hubungan perdagangan Indonesia dengan negara-negara di Kawasan Amerika Latin selama ini belum mencapai titik maksimal dalam pemanfaatan sebagai pasar alternatif dikarenakan kendala utama perdagangan langsung dari Indonesia ke sejumlah negara di Amerika Latin selama ini adalah jarak tempuh, transportasi, dan bahasa serta minimnya informasi mengenai peluang dan potensi pasar menjadikan kawasan ini kurang mendapatkan perhatian dari para pelaku usaha Indonesia. Oleh karena itu, pada kesempatan Pertemuan Tingkat Menteri ke tujuh, Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi mengemukakan untuk mendorong penguatan sistem transportasi maritim dan udara yang efisien dengan memanfaatkan samudra pasifik sebagai penghubung, pembangunan infrastruktur maritim dan kerja sama udara dengan penerbangan langsung atau *code sharing* juga disampaikan bahwa konektivitas digital dan ICT menjadi kunci komunikasi dalam mengatasi masalah jarak antara kedua kawasan.

Pemerintah Indonesia mengusulkan agar FEALAC dapat membuat database peraturan perdagangan negara sebagai penunjang upaya peningkatan perdagangan sehingga informasi mengenai hambatan perdagangan maupun kondisi pasar di Kawasan Amerika Latin dapat di akses oleh peminat bisnis dimana database peraturan perdagangan penting sekali untuk membantu eksportir dalam memahami peraturan-peraturan di negara tujuan ekspor, atau mitra berbisnis. Pemerintah Indonesia juga menyatakan akan membentuk *FEALAC Trade Regulation Database* untuk mengisi kekosongan informasi perdagangan yang ada diantara negara anggota FEALAC. Dalam proses ini, Indonesia mendorong negara anggota untuk share informasi mengenai *existing database* perdagangan yang terdapat di negaranya. Selain itu, perdagangan Indonesia ke negara-negara Amerika Latin terhambat oleh penggunaan bahasa. Oleh karena itu, pemerintah indonesia memanfaatkan keanggotaan FEALAC untuk memfasilitasi hambatan ini dengan membantu kelancaran bisnis yang selama ini terkendala pada bahasa dimana mayoritas negara-negara di Kawasan Amerika Latin merupakan penutur bahasa spanyol, portugis dan perancis sehingga FEALAC menyediakan laman nasional tentang FEALAC dalam

bahasa nasional sehingga dapat mendorong perdagangan masing-masing negara dan lembaga ekonomi untuk mengembangkan informasi nasional ke negara lain

b. Mendorong kinerja ekspor nasional dengan promosi dagang.

Dalam mendorong kinerja ekspor nasional, promosi perdagangan seperti melalui penyelenggaraan dan partisipasi dalam pameran dan misi dagang internasional merupakan salah satu upaya penting dalam mendukung diplomasi ekonomi Indonesia selain itu juga merupakan sarana untuk memperkenalkan produk dan merupakan akses untuk masuk ke pasar di Kawasan Amerika Latin. Promosi dagang diperlukan dimana sebelumnya pemerintah Indonesia kurang melakukan promosi dagang maupun misi dagang dikarenakan tidak banyak perwakilan diplomatik yang tersebar di negara-negara Amerika Latin selain itu sebelumnya Kawasan Amerika Latin belum dilihat potensi sebagai pasar alternatif untuk perdagangan Indonesia. Oleh karena itu, melalui pemanfaatan Indonesia *FEALAC Youth Conference (IFYC) 2015* yang diselenggarakan pada tanggal 18-22 September 2015 di Bandung yang melibatkan 100 orang peserta dari negara-negara anggota FEALAC. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Kemenpora bekerjasama dengan Kementerian Luar Negeri, Pemerintah Propinsi Jawa Barat, dan Pemerintah Kota Bandung. Adapun kegiatan yang dilaksanakan didalamnya dimanfaatkan pertama, sebagai media promosi yang terpadu dan tersinergi, baik antar kementerian pemerintah, maupun sektor pelaku usaha dan pelaku ekspor melalui pameran dagang. Kedua, untuk mendorong pemberdayaan pemuda melalui diskusi dengan semangat kewirausahaan pemuda yang diharapkan akan mendorong lahirnya pengusaha baru dan memberikan informasi kepada pengusaha mengenai kewirausahaan berbasis maritim serta tantangan dan peluang bisnis bagi daerah yang memiliki potensi sumber daya kelautan yang kaya. Ketiga, mendukung partisipasi global dan kerja sama antar negara-negara anggota FEALAC melalui diskusi kepemudaan.

c. Meningkatkan konektivitas *people-to-people contact*.

Konektivitas perorangan bertujuan untuk mengembangkan berbagai inisiatif untuk mendukung pendidikan dan mendukung pengembangan sumber daya manusia, mendorong wirausaha, mendukung pertukaran budaya dan mempromosikan turisme dan industri terkait. Oleh karena itu, Sebagai wujud konkrit upaya Indonesia untuk memperkuat *people-to-people contact* antar kawasan Asia Timur dan Amerika Latin, Pemerintah Indonesia pada tahun mengadakan kegiatan Indonesia *FEALAC Youth Conference (IFYC) 2015* juga ditujukan untuk hubungan kontak antar pemuda. Tema kegiatan ini adalah "*Empowering the Atlantic-Pacific Net*" bertujuan untuk menyatukan para pemuda, meningkatkan semangat kewirausahaan pemuda, dan memperkuat jejaring para pemuda dari kedua kawasan yang akan difokuskan pada kewirausahaan berbasis maritim dan revolusi mental pemuda.

Berdasarkan uraian pembahasan dan analisis diatas, dapat diketahui bahwa penyelenggaraan diplomasi ekonomi yang dilakukan pemerintah Indonesia dinilai sebagai bentuk ekspansi pasar Indonesia untuk mencapai neraca perdagangan surplus dengan mengekspor produk di Amerika Latin yang selama ini masih negatif. Adapun

strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia berdasarkan model diplomasi ekonomi yang dilakukan adalah diplomasi komersial yang berfokus pada pembangunan jaringan para diplomat dan kelompok bisnis yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan perdagangan, investasi dan advokasi bisnis serta penyediaan intelijen komersial, jaringan bisnis, mitra bisnis maupun bantuan bisnis. Dalam hal ini Pokja diplomasi ekonomi yang dibentuk Kemlu bertugas sebagai koordinator penyelenggara diplomasi ekonomi yang saling bersinergi dengan instansi lainnya agar tujuan dapat tercapai maksimal. Sedangkan kebutuhan diplomasi perdagangan merupakan strategi yang ditujukan untuk mengelola *Regional Trade Agreements (RTAs)* didalam FEALAC dimana pemerintah melalui Kemenlu melakukan negosiasi dan menganggapi perjanjian didalam FEALAC.

Strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan terlihat cukup berjalan baik hal ini terlihat dimana dalam pemanfaatan posisi Indonesia didalam hubungan kerjasama multilateral yang semakin menguat pada posisi Indonesia sebagai ketua *Working Group on Trade, Investment, Tourism and MSMEs* pada forum FEALAC untuk periode 2015 - 2016 bersama Honduras. Hal ini merupakan posisi strategis yang tidak mudah didapatkan sehubungan dengan posisi ini didapatkan berdasarkan komitmen Indonesia untuk mengembangkan dan memantau proyek-proyek kerjasama ekonomi di seluruh negara anggota FEALAC. Hal ini juga menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk memanfaatkan posisi dan program-program dalam kerangka FEALAC untuk kepentingan perdagangan ke Kawasan Amerika Latin yang selama ini belum sepenuhnya dimanfaatkan karena intensitas kerjasama dan sumber daya manusia di perwakilan RI yang tersebar di kawasan Amerika Latin yang masih sedikit sehingga sulit untuk mengadakan hubungan bilateral di seluruh negara-negara di Kawasan tersebut.

Selain itu, dengan terpilihnya kembali Indonesia bersama Honduras sebagai menjadi Ketua pada WG TITMSMEs periode 2017 - 2019, bersama Honduras menunjukkan bahwa Indonesia telah memainkan peran penting dalam FEALAC dan diplomasi ekonomi Indonesia yang dijalankan untuk mempertahankan posisi strategis tersebut dinilai efektif ditambah beberapa kepentingan ekonomi dan perdagangan Indonesia yang sudah dapat dicapai melalui kerangka kerjasama FEALAC khususnya untuk mengatasi hambatan perdagangan antara lain seperti promosi untuk mendorong kinerja ekspor nasional dan sarana untuk memperkenalkan produk dan merupakan akses untuk masuk ke pasar di Kawasan Amerika Latin dalam Kegiatan Indonesia *FEALAC Youth Conference (IFYC) 2015* selain itu kegiatan ini juga menjadi media konektivitas masyarakat antar dua kawasan. Bentuk keberhasilan dari diplomasi yang dilakukan pemerintah Indonesia di FEALAC ini adalah adanya kontinuitas dari program tersebut sehingga manfaatnya akan semakin dirasakan

Kesimpulan

Pada kondisi perdagangan luar negeri yang tidak menentu, secara cerdas perlu dicari strategi yang efektif untuk memasuki pasar suatu negara penyelenggaraan diplomasi ekonomi untuk mencapai tujuan dan manfaat perdagangan sehingga diperlukan koordinasi dari berbagai instansi terkait dalam pemerintah. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan pangsa pasar ekspor di pasar prospektif, Pemerintah Indonesia

melakukan beberapa langkah yaitu Strategi Internal (Diplomasi Komersial) dengan membentuk Pokja Penguatan Diplomasi Ekonomi yang bertugas memfasilitasi kebutuhan-kebutuhan terkait antara perwakilan RI, pengusaha, dan pemangku kepentingan di dalam negeri dan Strategi Eksternal (Diplomasi Perdagangan) yaitu dengan memanfaatkan kerjasama perdagangan yang ada dan meningkatkan kerjasama perdagangan untuk meningkatkan akses pasar ke negara-negara tujuan ekspor prospektif di Kawasan Amerika Latin melalui FEALAC yang memiliki instrumen kerangka kerjasama (*regulatory framework*) yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kondisi-kondisi tertentu yang menguntungkan bagi kepentingan perdagangan. Adapun dalam pelaksanaannya selama dua tahun dalam satu periode pemerintahan terlihat strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan perdagangan terlihat cukup berjalan baik dimana diplomasi yang dilakukan pemerintah Indonesia menguatkan posisi Indonesia di FEALAC, tercapainya beberapa kepentingan Indonesia untuk perdagangan dengan Kawasan Amerika Latin dan adanya kontinuitas dari program yang dijalankan di FEALAC sehingga manfaatnya akan semakin dirasakan.

Daftar Pustaka

Buku

Robert Jackson dan Georg Sorensen. 1999. Pengantar Studi Hubungan Internasional. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

Suwakarsini Djelantik. 2008. Diplomasi Antara Teori dan Praktik. Yogyakarta. Graha Ilmu

Prof. Dr. Budi Wirano, MA. 2008. Pertarungan Negara VS Pasar. Media Pressindo

Skripsi dan Jurnal Online

IOB Study (2013), Economic Diplomacy In Practice: Evaluation of Dutch Economic Diplomacy in Latin America, Ministry of Foreign Affairs

Lee, Donna, and Brian Hocking "Economic Diplomacy" in Robert A. Denemark, International Studies Encyclopedia, Vol. II

Sulthon Sjahril Sabaruddin, Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia : Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi, Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia

Artikel Online

Regionalism in Literally,

https://www.academia.edu/11182082/Regionalism_in_Literally Diakses pada 20 mei 2016

Krisis global akan gerus ekspor RI

<http://www.pajak.go.id/content/krisis-global-akan-gerus-ekspor-ri> Diakses februari 2016

FEALAC

<http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-regional/Pages/FEALAC.aspx>
Diakses 2 juni 2016

Sejarah Regionalisme

<http://www.haryoprasodjo.com/2014/05/sejarah-regionalisme.html> Diakses
pada 21 maret 2016

<http://internasional.metrotvnews.com/read/2015/08/23/423853/menlu-dorong-kerja-sama-fealac-hadapi-kejahatan-terorganisir>