

## **BAB II**

### **DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DAN INDUSTRI KREATIF**

Peran Industri kreatif yang saat ini sedang berkembang di Indonesia tentunya tidak terlepas dengan adanya peran diplomasi ekonomi. Peningkatan kegiatan MICE yang terjadi di Indonesia mampu membuka mangsa pasar yang luas dan mulai diperhitungkan keberadaannya oleh para pelaku bisnis di Indonesia.

Event MICE yang digelar skala dunia, mampu mendatangkan para wisatawan mancanegara dengan lama tinggal dan pengeluaran yang tentunya bisa menjadi salah satu tonggak pendapatan ekonomi Indonesia. Melalui Industri kreatif diharapkan nantinya bisa dimanfaatkan sebagai sebuah peluang pondasi yang kuat bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia

#### **A. Diplomasi Ekonomi Indonesia**

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang seringkali menjadi tujuan kedatangan wisatawan dari berbagai negara. Keanekaragaman budaya dan pesona alam mampu memikat hati wisatawan untuk langsung datang dan memilih Indonesia sebagai tempat tujuan berlibur ataupun melakukan aktifitas lainnya. Turis asing yang biasa melakukan kunjungan ke Indonesia, tidak jarang menginvestasikan sejumlah uang di Indonesia. Baik itu untuk investasi di bidang *property* ataupun menanamkan sahamnya di sebuah perusahaan.

Diplomasi yang dilaksanakan Indonesia tentunya tidak berdiri sendiri. Indonesia mempunyai landasan konstitusional yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945 dalam melaksanakan politik luar negeri<sup>18</sup>. Hal ini tentunya

---

<sup>18</sup> Panitia Penulisan Sejarah Diplomasi Republik Indonesia. Sejarah Diplomasi Republik Indonesia Dari Masa Ke Masa. (Jakarta: Deplu RI, 1996)

berlangsung dari jaman disahkannya UUD 1945 hingga saat ini.

Definisi diplomasi secara sederhana dapat di artikan sebagai sebuah proses politik yang denganya entitas politik, umumnya suatu negara , melakukan sebuah hubungan – hubungan luar negeri antara satu sama lain dalam lingkungan internasional<sup>19</sup> . Diplomasi sendiri erat kaitannya dengan sebuah proses negosiasi. secara tidak langsung diplomasi dapat diartikan juga sebagai sebuah proses negosiasi yang dil akukan antar negara demi mewujudkan sesuatu yang dibutuhkan oleh negara.

Sedangkan definisi dari diplomasi ekonomi menurut Rana, definisi diplomasi ekonomi adalah suatu proses, yang dimana suatu negara dapat menyelesaikan masalahnya sendiri dengan negara lain, untuk memaksimalkan pendapatan dan perolehan negara melalui suatu kegiatan ekonomi serta pertukaran ekonomi, baik itu yang dilaksanakan secara bilateral, regional maupun secara multilateral.<sup>20</sup>

Van bergeijk & Moons mengungkapkan bahwa diplomasi ekonomi mengandung tiga elemen :

1. Penggunaan pengaruh dan hubungan politik untuk mempromosikan atau mempengaruhi perdagangan dan investasi,
2. Pemanfaatan aset - aset ekonomi untuk meningkatkan biaya konflik dan memperkuat hubungan yang saling menguntungkan,

---

<sup>19</sup> Ambarwati, Denny Ramdhany, dan Rina Rusman. 2010. *Hukum Humaniter Internasional dalam Studi Hubungan Internasional*. Jakarta : Rajawali Press

<sup>20</sup> Rana, 'Economic Diplomacy: The Experience of Developing Countries', Chapter 11, Nicholas Bayne, and Stephen Woolcock, *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*, 2nd edition (Ashgate, London, 2007)

3. Upaya untuk konsolidasi iklim politik dan lingkungan internasional untuk mencapai tujuan - tujuan ini.<sup>21</sup>

Dari tiga elemen diatas , contoh hubungan politik terhadap promosi yang terjadi di Indonesia adalah kunjungan Raja Salman yang merupakan orang nomor satu di Arab Saudi, terjadi di tahun 2017. Arab Saudi mewacanakan mengadakan kerja sama di bidang investasi dengan nilai hampir mencapai 300 triliun. Kemudian, Indonesia dan Arab Saudi mewacanakan kerjasama dalam hal tenaga kerja TKI, mengingat jumlah tenaga kerja Indonesia di Arab Saudi yang menyentuh angka diatas satu juta. Selain itu kerjasama yang dilakukan di bidang pelaksanaan ibadah haji. Indonesia menjadi salah satu negara yang mengirim jemaah haji terbesar, oleh sebab itu pemerintah meminta penambahan kuota haji, agar pelaksanaan haji tidak harus menunggu lama.<sup>22</sup>

Kondisi diplomasi ekonomi Indonesia dari masa pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid sampai dengan Presiden Joko Widodo, mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu. Di masa Pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid Indonesia melakukan diplomasi ekonomi melalui kunjungan negara ke beberapa negara lain secara terus-menerus. Tetapi, dengan cara tersebut diplomasi ekonomi yang dilakukan tidak membuahkan hasil, dikarenakan faktor pendukung diplomasi ekonomi seperti dalam bidang sosial, politik, dan domestik sedang dalam kondisi tidak stabil. Berbeda dengan era Presiden Megawati, diplomasi dilakukan

---

<sup>21</sup> Van Bergeijk, P.A.G, dan S.Moons. 2007 . *“Economic Diplomacy and Economic Security”*, New Frontiers for Economic Diplomacy.Lisbon: Portugal.

<sup>22</sup> *Nasional Tempo*.2018. “Raja Arab datang apa saja keuntungan bagi indonesia”. 2 Mei. Tersedia online melalui: <https://nasional.tempo.co/read/850547/raja-arab-datang-apa-saja-keuntungannya-bagi-indonesia/full&view=ok>. Diakses 30 Januari 2019

melalui cara pendekatan politik luar negeri intermestik, yaitu politik luar negeri yang dilakukan melalui pembauran antara politik domestik dan internasional.<sup>23</sup>

Di era Presiden SBY, kondisi diplomasi ekonomi Indonesia mulai diperhatikan secara serius. Presiden SBY membuat berbagai kebijakan untuk menunjang kenaikan dari pertumbuhan ekonomi yang terjadi. Aspek kebijakan di bidang perdagangan, pariwisata, industri dan investasi mulai dilakukan. Bahkan presiden SBY turut serta mempromosikan kepada para pejabat maupun CEO perusahaan di luar negeri untuk membuka usaha ataupun melakukan investasi di Indonesia.<sup>24</sup>

Sedangkan di masa pemerintahan Presiden Joko Widodo saat ini, terjadi peningkatan perdagangan Indonesia yang cukup signifikan dengan peran diplomasi ekonomi yang dilakukan secara baik dalam empat tahun terakhir ini. Saat ini, dalam rangka peningkatan perdagangan Indonesia, diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri, mengarah pada ekspansi penjualan produk industri strategis Indonesia, dengan cara mendorong pengadaan berbagai investasi dan

---

<sup>23</sup> Yani, Yanyan Mochamad. 2010. *Change and Continuity in Indonesian Foreign Policy*. Tersedia online melalui : [http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/01/change\\_and\\_continuity\\_in\\_indonesia\\_foreign\\_policy.pdf](http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/01/change_and_continuity_in_indonesia_foreign_policy.pdf) , diakses 9 April 2019.

<sup>24</sup> Djumala, Dr, Darmansjah. 2015. " Membumikan Diplomasi Ekonomi : Tantangan Kebijakan Luar Negeri Era Jokowi-Jk" . Tersedia online melalui : [http://www.kemlu.go.id/pusdiklat/Documents/02%20Ekonomi/Membumikan%20Diplomasi%20Ekonomi%20Tantangan%20Kebijakan%20Luar%20Negeri%20Era%20Jokowi%20dan%20JK%20\(Ekonomi\).pdf](http://www.kemlu.go.id/pusdiklat/Documents/02%20Ekonomi/Membumikan%20Diplomasi%20Ekonomi%20Tantangan%20Kebijakan%20Luar%20Negeri%20Era%20Jokowi%20dan%20JK%20(Ekonomi).pdf). Diakses 12 April 2019.

proyek infrastruktur Indonesia yang berada di luar negeri.<sup>25</sup>

Berdasarkan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, ibarat sebuah kendaraan, terdapat empat motor penggerak ekonomi Indonesia untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, di saat kondisi ekonomi sedang melemah. Empat motor penggerak tersebut antara lain: konsumsi berkelanjutan, perbaikan belanja pemerintah, perluasan pasar dan komoditi ekspor, serta peningkatan investasi swasta.<sup>26</sup>

Pemerintah mulai lebih optimis mendorong investor asing menanamkan modalnya di Indonesia dikarenakan kepercayaan investor asing yang sudah mulai meingkat. Untuk mewujudkan iklim investasi yang nyaman bagi para investor, pemerintah mengeluarkan paket kebijakan ekonomi yang secara garis besar mengatur deregulasi, debirokratisasi, serta penegakan hukum dan kepastian usaha.

Saat ini sudah terdapat 204 peraturan terderegulasi, terdiri dari 48 peraturan tingkat presiden dan 154 peraturan tingkat menteri/institusi. Telah disiapkan juga 17 rancangan peraturan pemerintah, 11 rancangan peraturan presiden, 2 rancangan instruksi presiden, 63 rancangan peraturan menteri, dan 5 peraturan menteri lainnya untuk mendukung terlaksananya kebijakan

---

<sup>25</sup> Hadyan, Rezha. 2019. "Ini Capaian Diplomasi Ekonomi Indonesia Selamat Empat Tahun Terakhir". Nasional Kontan, 9 Januari. Tersedia Online melalui: <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-capaian-diplomasi-ekonomi-indonesia-selama-empat-tahun-terakhir>, diakses 10 April 2019.

<sup>26</sup> *Ekon*.2017. "Diplomasi Ekonomi Untuk Kemajuan Perekonomian Indonesia ". 18 Januari . Tersedia online melalui : <https://ekon.go.id/berita/view/diplomasi-ekonomi-untuk.3061.html> . Diakses 12 April 2019

tersebut.<sup>27</sup> Dengan adanya peraturan lebih fleksibel, para investor asing akan menanamkan modal lebih banyak lagi.

Di era Presiden Joko Widodo saat ini kebijakan ekonomi menjadi salah satu factor penting. Perhatian dalam bidang ekonomi domestic lebih diperhatikan. Salah satunya adalah pembangunan insfrakstruktur guna mempercepat pertumbuhan dan pemerataan ekonomi nasional. Presiden Jokowi juga mampu meramu destinasi pariwisata sebagai penyumbang devisa negara kedua di Indonesia.<sup>28</sup> Indonesia juga menjadi perhatian dunia saat sukses menyelenggarakan event Asian Games dan Asian Paragames.

Diplomasi ekonomi sebagai salah satu peran dalam peningkatan perdagangan. Peningkatan investasi swasta saat ini merupakan salah satu faktor penting dalam perubahan ekonomi yang signifikan. Salah satu peningkatan investasi yang sudah dilakukan oleh pihak swasta saat ini dalam bentuk pengadaan investasi dalam bidang event, khususnya MICE. Dengan kondisi diplomasi ekonomi Indonesia yang sudah berjalan sampai saat ini, adapun industri MICE memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan negara, dan juga turut serta mempromosikan keanekaragaman budaya dan pariwisata ke kancah dunia internasional, sebagai aset negara Indonesia.

---

<sup>27</sup> *Konsulat Jenderal Republik Indonesia*. 2019 “ Kebijakan Ekonomi Indonesia” Tersedia online melalui :<https://www.indonesia-frankfurt.de/ekonomi/kebijakan-ekonomi-indonesia/>. Diakses 13 April 2019

<sup>28</sup> *Kompas.com*.2018. “4 Tahun Pemerintahan Jokowi Kebijakan Polkam dan Ekonomi Paling Disorot Media”.8 Agustus. Tersedia online melalui :  
<https://bandung.kompas.com/read/2018/10/08/09272951/4-tahun-pemerintahan-jokowi-kebijakan-polkam-dan-ekonomi-paling-disorot?page=all>. Diakses 13 Mei 2019

## B. Industri Kreatif dan Diplomasi Ekonomi

Peran Industri kreatif bagi keberlangsungan ekonomi Indonesia saat ini berlangsung cukup signifikan. Di era Presiden Jokowi sudah banyak negara maju maupun berkembang menyadari bahwa peran sumber daya alam sebagai salah satu bidang investasi perlahan mulai terbatas dan tergantikan, serta beralih menjadikan SDM sebagai salah satu sumber pengganti dalam wujud kreativitas. Kreativitas SDM bersumber dari fikiran maupun pola pikir manusia tersebut. Sehingga wujud tersebut bisa mengefisiensi, menjadikan wujud tersebut sebagai salah satu pokok pemikiran dalam menjalankan suatu ekonomi baru, yaitu ekonomi kreatif . Para aktor pelaku ekonomi kreatif dari tahun ke tahun jumlahnya terus bertambah dan meningkat dengan jumlah pesat.

Menurut Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015, definisi ekonomi kreatif sebagai sebuah era baru dalam ekonomi setelah adanya ekonomi pertanian, ekonomi industri dan juga ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan sebuah ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai sebuah faktor produksi utama dalam pelaksanaan kegiatan ekonominya. Atau juga bisa didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta dari bakat seorang individu, menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui sebuah penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi yang dimiliki dan daya cipta individu tersebut.<sup>29</sup>

*United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai “*An evolving concept based on creative assets*

---

<sup>29</sup> Indonesia Kreatif.2017. “ Apa Itu Ekonomi Kreatif” . Tersedia Online melalui :  
<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/programs/apa-itu-ekonomi-kreatif/>. Diakses 16 April 2017.

*potentially generating economic growth and development*” Yang berarti ekonomi kreatif sebagai sebuah konsep ekonomi yang berkembang dengan berdasar pada sebuah aset kreatif yang kemungkinan menghasilkan suatu perkembangan dan pertumbuhan ekonomi.<sup>30</sup>

Hal ini membuktikan hanya dengan bermodalkan sebuah gagasan dan kreativitas kita dapat menciptakan sebuah inovasi ekonomi kreatif yang tidak hanya bermanfaat untuk diri kita sendiri dalam bentuk penghasilan yang tinggi, tetapi juga berupa inovasi ekonomi baru bagi sebuah negara.

Industri kreatif mulai diperbincangkan di Indonesia sejak tahun 2006. Melalui program *Indonesia Design Power* yang dicanangkan oleh pemerintah melalui menteri perdagangan saat itu, Mari Elka Pangestu. Program ini terus dilaksanakan hingga di tahun 2009 presiden SBY mencanangkan Inpres No.6/2009. Di dalamnya, memuat rencana 14 sub sektor industri kreatif tahun 2009-2015 untuk dikembangkan dan mendukung kebijakan sektor pengembangan ekonomi kreatif yang akan dilaksanakan di tahun 2009-2015. Selain itu, pembuatan portal ekonomi kreatif Indonesia mulai dibuat secara serentak. Seperti pembuatan data eksportir maupun importir yang di miliki oleh para pengusaha, para pelaku industri kreatif, kalangan asosiasi hingga para lembaga pendidikan baik formal maupun non formal. Serta pembuatan salah satu buku, yang diberi judul “ Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025”.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Maxmanroe. 2019. “Ekonomi Kreatif : Pengertian, Ciri-Ciri, Jenis dan Perkembangannya” Tersedia Online melalui : <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/ekonomi-kreatif.html>. Diakses 16 April 2017.

<sup>31</sup> Afiff, Faisal. 2012. “ Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif “. Tersedia online melalui : <http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pilar-Pilar-Ekonomi-Kreatif.pdf> . Diakses 16 April 2019

Semakin seriusnya perkembangan industri kreatif di Indonesia membuat Presiden Jokowi mencanangkan program pembuatan suatu Badan yang khusus untuk menangani ekonomi kreatif. Badan tersebut kemudian diberi nama Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif). Badan ini menjadi salah satu wadah dan keseriusan pemerintah untuk terus mensukseskan pertumbuhan ekonomi kreatif dan kelak menjadi salah satu tonggak perekonomian di Indonesia.

Melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia sepenuhnya merupakan tanggung jawab Bekraf. Selain itu, tugas Bekraf sendiri adalah merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan dan sinkronisasi kebijakan-kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Di tahun 2030, Bekraf mempunyai visi untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu sumber kekuatan ekonomi dunia berlandaskan ekonomi kreatif. Saat ini Bekraf juga sedang merancang enam misi besar, yaitu:

1. Menyatukan seluruh aset dan potensi kreatif Indonesia untuk mencapai ekonomi kreatif yang mandiri.
2. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan industri kreatif.
3. Mendorong inovasi di bidang kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional.
4. Membuka wawasan dan apresiasi masyarakat terhadap segala aspek yang berhubungan dengan ekonomi kreatif.
5. Membangun kesadaran dan apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk perlindungan hukum terhadap hak cipta.

6. Merancang dan melaksanakan strategi yang spesifik untuk menempatkan Indonesia dalam peta ekonomi kreatif dunia.<sup>32</sup>

Salah satu roda keberadaan ekonomi kreatif ialah dengan adanya industri kreatif. Di era milenial saat ini keberadaan industri kreatif juga didorong dengan keberadaan MICE di dalamnya. Selain sebagai pendorong, MICE juga erat kaitannya sebagai ajang promosi dan memperjual belikan hasil dari industri kreatif dalam bentuk pengadaan sebuah event. Dalam mengerjakan MICE, orang-orang lebih dituntut untuk mengerjakan event yang di buat secara kreatif dan inovatif dalam menjalankan sebuah industri kreatif.

Salah satu bentuk dorongan Bekraf terhadap kemajuan industri kreatif ialah turut serta menjadi *partner* dalam penyelenggaraan event. Salah satu event tersebut ialah JAFF (Jogja Netpac Asean Film Festival). Salah satu bentuk kerjasama antara JAFF dengan Badan Ekonomi Kreatif ialah pengadaan Forum Forkom. Program ini memiliki tujuan, selain untuk mempererat hubungan antar komunitas film se-Indonesia, juga diharapkan agar sepulangnya dari Forum Komunitas, para peserta dapat menginisiasi pembentukan Komite Film Daerah di daerahnya masing-masing. Komite Film Daerah ini nantinya akan berada di bawah asuhan Badan Perfilman Indonesia (BPI) dan menjadi sarana penghubung bagi para filmmaker internasional maupun nasional yang ingin memproduksi filmnya di daerah tersebut, hal ini tentu sejalan dengan program BEKRAF yang ingin menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan produksi film internasional.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Bekraf. "Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia". Tersedia Online melalui : <http://www.bekraf.go.id/profil>. Diakses 16 April 2019

<sup>33</sup> Patria, Dira. 2018. "Forum Komunitas Sebagai Ajang Berbagi Misi Membawa Indonesia ke Kancah Dunia". *Jaff*, 29 November .

Tetapi, keberadaan ekonomi kreatif tidak selalu berjalan mulus. Berdasarkan data kerja sama BPS dan Bekraf pada tahun 2017 ditemukan adanya kendala. 92,37% kegiatan industri kreatif dijalankan dengan modal sendiri (self funded), 88,95% tidak memiliki hak intelektual properti. Selain itu, pemasaran produk industri kreatif masih terkonsentrasi pada pasar lokal yang besarnya mencakup 97,36%. Untuk pembangunan SDM pada industri kreatif, aspek yang amat dibutuhkan ialah bukan pada aspek peningkatan keterampilan teknis, melainkan pada peningkatan kemampuan pengelolaan usaha dan pemasaran produk agar dapat lebih optimal pada kegiatan ekonomi kreatif dan membuka peluang berusaha mandiri.<sup>34</sup> Langkah awal yang harus ditempuh pemerintah, ialah memperbaiki sistem Pendidikan Indonesia agar kedepannya mampu melahirkan bibit-bibit berkualitas dan memiliki daya saing.

Indonesia sebagai sebuah negara yang memiliki budaya yang unik, merupakan tempat yang sangat potensial bagi kegiatan ekonomi kreatif. Keuntungan Indonesia melalui industri kreatif diperkirakan mencapai 1.000 Trilyun rupiah pada kurun waktu 2017. Hal ini tentu saja jika berkembang terus bisa menggerakkan ekonomi Indonesia dan menjadi penghasilan tambahan selain dari sektor sektor utama seperti manufaktur, perdagangan dan pertanian.

---

Tersedia online melalui : <https://jaff-filmfest.org/blog/2018/11/29/forum-komunitas-sebagai-ajang-berbagi-misi-membawa-indonesia-ke-kancah-dunia/>. Diakses 12

Mei 2019

<sup>34</sup> *Media Indonesia*. 2019. " Industri Kreatif di Era Insutri 4.0" . 1

Maret. Tersedia online melalui :

<https://mediaindonesia.com/read/detail/220100-industri-kreatif-di-era-industri-40> . Diakses 10 Mei 2019