

Strategi Diplomasi Ekonomi Republik Indonesia terhadap Persatuan Emirat Arab tahun 2020-2022

Muhammad Fadhil Ahadiat Tajudin¹, Junet Kaswoto²

¹Universitas Brawijaya

²Universitas Muhammadiyah Tangerang

fadhil.ahadiat@gmail.com

Abstract

Economic diplomacy plays a central role for Indonesia in facing inter-state contests at the global level, particularly in political and economic interests. Economic diplomacy in Indonesia garners special attention from the Government of the RI and stands as one of the 4+1 Priorities of Foreign Policy. The Government of RI places emphasis on market expansion in potential non-traditional countries, notably the United Arab Emirates (UAE), with the aim of advancing national interests in the *trade, tourism, and investment* sectors, alongside optimizing the domestic market at hand. This research focuses on the economic diplomacy strategies employed by the Government of RI concerning the UAE from 2020 to 2022, utilizing insights from the economic diplomacy strategies of developing countries presented by Kishan S. Rana. The methodology employed in this study is qualitative, with primary data acquired through interviews and secondary data garnered through literature review. The research findings demonstrate that the economic diplomacy strategies pursued by the Government of RI towards the UAE align with Rana's conceptual framework, encompassing 4 stages, namely economic salesmanship, networking and advocacy, image building, and regulatory management. The most prominent stage within Indonesia's economic diplomacy strategy is economic salesmanship, particularly evident through the World Expo 2020 Dubai. Conversely, the stage that exhibits suboptimal performance is regulatory management concerning the IUAE-CEPA, which as of the present, has not been ratified by the Government of RI.

Keywords: Economic Diplomacy, United Arab Emirates, Diplomacy Strategy, Trade, Tourism, Investment.

Abstrak

Diplomasi ekonomi memiliki peran sentral bagi Indonesia dalam menghadapi kontestasi antarnegara di tingkat global, terutama kepentingan di bidang politik dan ekonomi. Diplomasi ekonomi di Indonesia mendapatkan perhatian khusus oleh Pemerintah RI dan menjadi salah satu Prioritas 4+1 Politik Luar Negeri. Pemerintah RI berfokus pada ekspansi pasar di negara nontradisional potensial, khususnya Persatuan Emirat Arab (PEA) guna membawa kepentingan nasional di sektor *trade, tourism, and investment* dengan optimalisasi pasar domestik yang ada. Penelitian ini berfokus pada strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah RI terhadap PEA pada tahun 2020-2022 dengan melihat strategi diplomasi ekonomi negara berkembang oleh Kishan S. Rana. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, dengan data primer diperoleh melalui wawancara dan data sekunder melalui studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan Pemerintah RI terhadap PEA selaras dengan konsep yang disampaikan Rana, serta mencakup 4 tahap berupa economic salesmanship, networking and advocacy, image building, dan regulatory management. Tahap yang paling dominan dalam strategi diplomasi ekonomi Indonesia adalah economic salesmanship, khususnya melalui World Expo 2020 Dubai. Sebaliknya, tahap yang kurang maksimal adalah regulatory management terhadap IUAE-CEPA yang belum dilakukan ratifikasi oleh Pemerintah RI hingga saat ini.

Kata kunci: Diplomasi Ekonomi, Persatuan Emirat Arab, Strategi Diplomasi, Trade, Tourism, Investment.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Kontestasi antarnegara di dalam sistem internasional semakin beragam dengan terciptanya orientasi kepentingan politik yang semakin luas, khususnya pada praktik diplomasi ekonomi [1]. Perkembangan praktik diplomasi ekonomi, termasuk oleh Indonesia, memunculkan urgensi kajian dan penelitian mendalam terhadap aktivitas yang terjadi [2]. Diplomasi ekonomi pada hakikatnya merupakan praktik yang sudah berlangsung cukup lama dan telah dilakukan oleh negara-negara di dalam mencapai kepentingan nasionalnya, termasuk Indonesia. Meskipun demikian, diplomasi ekonomi di Indonesia baru mendapatkan

perhatian khusus oleh Pemerintah Republik Indonesia (RI) sejak dibuatnya Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri RI tahun 2020-2024.

Kementerian Luar Negeri RI memiliki Prioritas Politik Luar Negeri tahun 2020-2024 berupa Prioritas 4+1. Prioritas 4+1 yang dimiliki oleh Kemlu RI meliputi penguatan diplomasi ekonomi, diplomasi perlindungan, diplomasi kedaulatan dan kebangsaan, peningkatan kontribusi dan kepemimpinan Indonesia di Kawasan dan dunia, ditambah (+1) penguatan infrastruktur diplomasi. Prioritas 4+1 dilaksanakan dengan didasarkan pada prinsip politik luar negeri bebas aktif, dengan menggunakan pendekatan diplomasi yang berorientasi untuk rakyat [3]. Lebih lanjut, Indonesia

memiliki dua tujuan utama politik luar negeri, meliputi pencapaian terhadap kepentingan nasional dengan fokus pada pencapaian Indonesia yang mandiri, maju, adil, makmur, dan turut serta di dalam mencapai ketertiban dunia sebagaimana telah diamanatkan konstitusi Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945).

Salah satu Prioritas 4+1 yang krusial dan memberikan warna baru bagi arah politik luar negeri Indonesia adalah penguatan diplomasi ekonomi [4]. Prioritas penguatan diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah RI meliputi peningkatan dan penguatan terhadap kerja sama ekonomi, baik bilateral, regional, multilateral, maupun plurilateral, melalui strategi yang saling menguntungkan bagi pasar ekonomi yang dituju dengan penetrasi pasar dan sektor yang dinilai potensial dan lebih luas [5]. Persatuan Emirat Arab (PEA) atau United Arab Emirates (UAE) merupakan salah satu negara yang menjadi fokus Pemerintah RI di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo untuk dilakukannya ekspansi pasar dengan membawa kepentingan nasional dalam aspek ekonomi dan politik melalui optimalisasi pasar domestik yang ada [6].

Jejak diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA dapat dibuktikan melalui klasterisasi terhadap pasar dari negara tujuan ekspor antara tahun 1962 dan 2015 sebagai hasil luaran (*outcome*) dari diplomasi ekonomi. Klasterisasi tersebut terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar nontradisional (terbagi menjadi negara ekspor telah berkembang dan negara yang belum digarap) [7]. Kriteria dari klasterisasi tersebut adalah jumlah konsistensi negara selama 53 tahun sebagai 15 besar negara tujuan ekspor Indonesia. Hasilnya, PEA merupakan pasar nontradisional yang belum digarap (*untapped market*) dengan jumlah konsistensi 6.

Di dalam praktiknya, Pemerintah RI memfokuskan tiga sektor utama di dalam diplomasi ekonomi terhadap PEA. Sektor utama tersebut meliputi ekspor, investasi masuk, serta turisme (*trade, tourism, and investment* atau TTI). Dengan arah kebijakan berupa optimalisasi nilai serta manfaat dari sektor tersebut, Pemerintah RI memiliki strategi integrasi terhadap sektor TTI sehingga memberikan nilai, manfaat, serta hasil yang konkret [8]. Sejalan dengan aktivitas tersebut, Pemerintah RI juga mengeluarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024 berisikan arah kebijakan, strategi, serta tujuan diplomasi ekonomi Indonesia terkait sektor TTI tersebut [9].

Hal ini menjadikan strategi dan upaya diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA perlu dikaji secara mendalam [10]. Hal ini kemudian diamati dari berbagai interaksi dan aktivitas diplomasi yang terjadi antarnegara secara umum, serta tidak terlepas dari kedekatan antar-Pemimpin secara khusus. Kedekatan Presiden RI Joko Widodo yang cukup krusial dengan Pangeran Sheikh Mohammed Bin Zayed atau MBZ (yang selanjutnya menjadi Presiden PEA pada tahun 2022) dapat diamati sejak kunjungan pertama MBZ ke Jakarta pada tahun 2019. Sejak kunjungan tersebut,

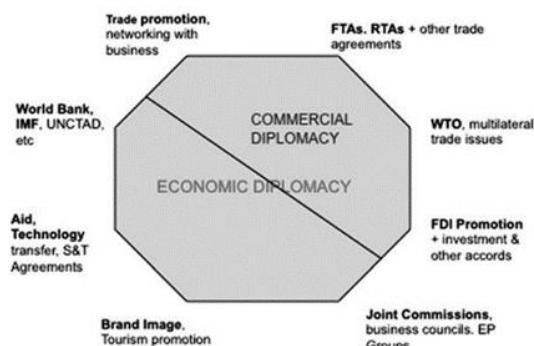
kedekatan antarnegara terus berlangsung hingga tahun 2022.

Tahun 2022 menjadi batas dari penelitian karena pada tahun tersebut menjadi puncak dari dinamika diplomasi ekonomi Indonesia dan PEA. Pada tahun tersebut, Presiden RI dan Presiden PEA berhasil menandatangani Perjanjian IUAE-CEPA di Abu Dhabi yang dilakukan negosiasi selama 4 putaran yang berlangsung dari September 2021 hingga Juni 2022. Perjanjian IUAE-CEPA tersebut berisikan perdagangan barang dan jasa, ekonomi syariah, investasi, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang saat ini sedang menunggu ratifikasi oleh Pemerintah RI. Selain itu, Pemerintah RI pada tahun tersebut juga sedang melakukan upaya pemulihan ekonomi nasional pasca Pandemi Covid-19 yang juga berdampak pada sektor TTI Indonesia terhadap PEA [11]. Lebih lanjut, pada tahun 2021 hingga tahun 2022 juga dilaksanakan World Expo 2020 Dubai yang sempat tertunda akibat Pandemi Covid-19, sekaligus menjadi *expo* paling prestisius di dunia yang diadakan tiap 5 tahun sekali dan berlangsung selama 6 bulan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dilihat gambaran singkat dari upaya dan strategi diplomasi ekonomi Pemerintah RI terhadap PEA yang menjadi salah satu fokus dari diplomasi ekonomi yang dijalani [12]. Dengan melihat adanya potensi terhadap ekspansi terhadap pasar nontradisional PEA, memahami praktik diplomasi ekonomi yang dilakukan, serta dengan menghubungkan praktik diplomasi ekonomi Pemerintah RI dengan kajian yang ada, maka penelitian akan berfokus pada bagaimana strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah RI terhadap PEA tahun 2020-2022.

Penelitian akan dibagi ke dalam bagian. Pada bagian pertama, akan dibahas mengenai gambaran umum diplomasi ekonomi yang dilakukan Pemerintah RI. Bagian kedua akan membahas kerangka konseptual diplomasi ekonomi dan strategi diplomasi ekonomi negara berkembang. Bagian ketiga akan membahas metode penelitian yang digunakan [13]. Bagian keempat akan membahas aktivitas dan upaya Pemerintah RI dan aktor lainnya dalam diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA di sektor TTI [14]. Bagian terakhir akan ditarik kesimpulan terkait penelitian yang telah dilakukan [15]. Diplomasi ekonomi secara umum dapat dimengerti sebagai sebuah proses dan praktik di dalam memformulasikan dan meningkatkan kebijakan terkait dengan produksi, distribusi, hingga pertukaran atas jasa, tenaga kerja, barang, serta investasi yang terjadi melewati lintas batas Negara [16]. Secara terminologi, diplomasi ekonomi tradisional dapat dipahami sebagai bagian tidak terpisahkan dari kerangka besar diplomasi, serta lebih dikenal sebagai diplomasi dagang [17].

Distingi atas aliran diplomasi ekonomi diperlukan sebelum melakukan penelitian terkait diplomasi ekonomi [18]. Akan tetapi, kompleksitas aktivitas di dalam aliran-aliran tersebut kurang cocok digunakan untuk menjelaskan diplomasi ekonomi di tingkat bilateral, secara khusus bagi negara berkembang [19].

Berdasarkan hal tersebut, penelitian akan berfokus pada cakupan diplomasi ekonomi yang lebih luas [20]. Dengan demikian, aktivitas diplomasi ekonomi yang diteliti ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Diplomasi Ekonomi dan Diplomasi Komersial

Melalui Gambar 1, dapat dipahami bahwa cakupan diplomasi ekonomi meliputi (tetapi tidak terbatas pada) kegiatan yang termasuk ke dalam diplomasi komersial, serta aktivitas lainnya yang lebih luas. Dikotomi antara praktik diplomasi ekonomi dan komersial menjadi krusial untuk melihat peran dan aktor yang terlibat di dalam praktiknya. Secara umum, diplomasi ekonomi dilakukan oleh (tetapi tidak terbatas pada) negara sebagai aktor utama, sedangkan diplomasi komersial umumnya dilakukan oleh (tetapi tidak terbatas pada) pelaku bisnis dan pengusaha yang menjalin relasi antarnegara [21].

Di dalam meneliti diplomasi ekonomi, khususnya pada negara berkembang, Kishan S. Rana mengemukakan konsep strategi diplomasi ekonomi yang diperoleh melalui pengalaman diplomasi ekonomi India, observasi diplomasi negara-negara berkembang, serta sintesis atas pemikirannya. Konsep strategi diplomasi ekonomi negara berkembang dapat digunakan untuk melihat bagaimana negara-negara berkembang menangani praktik diplomasi ekonomi yang dilakukan dengan melihat tahap-tahap yang ada.

Konsep tersebut dapat diuraikan sebagai berikut. *Economic salesmanship*, berfokus pada upaya promosi dagang, secara khusus ekspor, serta menarik investasi asing untuk masuk ke negara tersebut (*inward investment*). *Economic networking and advocacy*, berfokus pada upaya pembentukan jejaring, advokasi, serta pembentukan koalisi tingkat domestik (*home country*) dengan tingkat negara lainnya (*abroad*), serta advokasi yang dilakukan. *Image building*, berfokus pada upaya pembangunan citra negara (*branding*), secara khusus di dalam upaya promosi turisme untuk menarik wisatawan mancanegara untuk datang ke negara tersebut. *Regulatory management*, berfokus pada upaya rangkaian tindakan lanjutan yang dilakukan saat dan setelah dilakukannya negosiasi perjanjian, kerja sama, hingga kesepakatan terkait ekonomi (termasuk perdagangan, investasi masuk, dan turisme).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini akan dilakukan dengan pemahaman mendalam (*in-depth analysis*) terhadap jenis data primer dan sekunder. Data primer akan diperoleh melalui wawancara dan diskusi *purposive sampling* yang dilakukan dengan Pejabat Kementerian Perdagangan RI dan Pejabat Indonesia Investment Promotion Center (IIPC) Abu Dhabi. Data sekunder akan diperoleh melalui studi pustaka, termasuk *documentary* dan *internet-based research* yang berisi sumber-sumber kredibel seperti buku (termasuk Rencana Strategis Pemerintah RI), jurnal, media cetak dan *online*, serta *website* resmi *stakeholders* terkait diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA tahun 2020-2022.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik setelah data diperoleh. Pada analisis tematik, tujuan penelitian merupakan identifikasi terhadap pola atas studi kasus sehingga diperoleh kode dan tema untuk menjelaskan bagaimana hal tersebut dapat terjadi, sesuai interpretasi dari peneliti. Penelitian akan berfokus pada pendalaman terhadap studi kasus dengan data yang diperoleh dari hasil pencatatan, pengamatan, hingga wawancara. Kemudian, data akan dilakukan pengelompokan didasarkan pada kode yang telah ditentukan sebelumnya untuk menentukan tema. Terakhir, interpretasi peneliti akan menjadi kunci penting analisis penelitian, secara khusus berkaitan dengan strategi diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Perseruan Emirat Arab tahun 2020-2022.

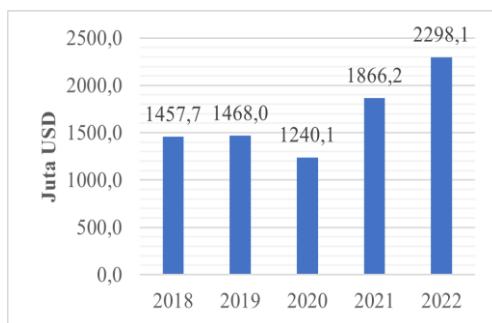
3. Hasil dan Pembahasan

Perseruan Emirat Arab (PEA) merupakan sebuah negara yang bertempat di Kawasan Timur Tengah dan berbatasan dengan wilayah Teluk Oman dan Teluk Persia. PEA sebagai salah satu negara yang menjadi bagian dari Dewan Kerjasama Negara-Negara Teluk Arab, berbatasan juga dengan negara-negara Teluk lainnya, seperti Bahrain, Iraq, Oman, Kuwait, Qatar, serta Kerajaan Saudi Arabia. PEA memiliki 7 negara bagian atau Emirat yang masing-masing memiliki tanggung jawab terhadap kondisi ekonominya. Jika merunut sejarah, masyarakat PEA memiliki sumber mata pencarian awal dengan mengandalkan sumber daya kelautan negara tersebut, sebelum mengalami perkembangan ekonomi yang pesat hingga saat ini. Secara holistik, saat ini PEA memiliki posisi strategis dan potensial bagi jalur perdagangan internasional. Secara khusus, PEA menjadi pusat transit dan jalur perdagangan di sektor minyak dan gas (migas) dunia.

Lebih lanjut, Pemerintah RI juga melihat PEA sebagai penghubung (*hub*) guna meningkatkan perekonomian dengan membuka akses terhadap pasar nontradisional lainnya, termasuk ekspansi pasar halal dunia melalui diplomasi ekonomi. Secara spesifik, Pemerintah RI melalui arahan Presiden Joko Widodo menjadikan PEA sebagai *hub* di dalam meningkatkan ekspor berbagai komoditas terhadap negara Organisasi Kerjasama Islam

(OKI), Kawasan Afrika, Timur Tengah, Asia Tengah, hingga Eropa Timur. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana PEA menjadi negara nontradisional Indonesia yang terus dikembangkan. Hal ini sejalan dengan Mandat Presiden RI Joko Widodo yang menginstruksikan Pemerintah RI, khususnya Kementerian Perdagangan RI dan Kementerian Investasi RI untuk mengembangkan dan mengeksplorasi potensi pasar PEA. Pemerintah RI juga memanfaatkan momentum strategi Pemulihian Ekonomi Nasional (PEN) di tengah kondisi ketidakpastian ekonomi global dalam menghadapi Pandemi Covid-19.

Sejalan dengan hal tersebut, Astri Permatasari selaku *public relations (PR) officer* Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) Kementerian Perdagangan RI menjelaskan bahwa PEA sebagai *hub* perdagangan menciptakan angka realisasi ekspor komoditas nonmigas yang stabil sejak tahun 2018 hingga 2022 bagi Indonesia, dengan penurunan hanya terjadi pada awal Pandemi Covid-19 seperti pada Gambar 1. Ditinjau dari nilai tren ekspor nonmigas terhadap PEA selama 5 tahun terakhir, terjadi peningkatan sebesar rata-rata 12,16 persen per tahun. Angka yang dimiliki oleh PEA ini tergolong tinggi dibandingkan negara tujuan ekspor nontradisional lainnya, serta letak geografis PEA yang terletak di Kawasan Timur Tengah sebagai Kawasan tujuan ekspor nontradisional paling potensial. Selanjutnya grafik nilai ekspor non migas di Indonesia ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Nilai Ekspor Non-Migas Indonesia terhadap PEA 2018-2022

Hal yang sama diuraikan oleh Heny Rusmiati selaku Kepala Tim Timur Tengah Direktorat Perundingan Bilateral Kementerian Perdagangan RI, bahwa dalam rangka memulihkan perekonomian nasional Indonesia, Presiden Joko Widodo mengarahkan pemetaan terhadap prioritas negara-negara yang perlu dilakukan percepatan perundingan perjanjian bilateral, termasuk IUAЕ-CEPA sebagai salah satu prioritas utama. Kondisi ini terjadi akibat Pandemi Covid-19 yang menyebabkan kejutan pasar seperti ketidaklancaran arus *supply* dan *demand* pasar global, keterlambatan pengiriman barang akibat keterbatasan mobilitas, hingga penurunan pertumbuhan perekonomian nasional. Lebih lanjut, perjanjian IUAЕ-CEPA juga menjadi medium penguatan sektor ekonomi dan investasi Indonesia terhadap PEA dan Kawasan Timur Tengah, serta memuat pengaturan terkait kerja sama

UMKM kedua negara sebagai roda penggerak ekonomi terbesar bagi Indonesia.

Untuk melihat bagaimana strategi Indonesia di dalam melakukan diplomasi ekonomi terhadap PEA, pada penelitian ini akan dilakukan pemetaan terhadap aktivitas yang dijalankan melalui 4 tahap bersifat *concurrent*, yaitu Pemerintah RI bergerak dari tahap satu ke tahap lainnya dengan tidak meninggalkan tahap sebelumnya. Selanjutnya, aktivitas tersebut akan ditentukan keserasinya dengan kerangka konseptual yang dikemukakan oleh Kishan S. Rana. Penelitian akan berfokus pada sektor TTI yang dijadikan fokus diplomasi ekonomi oleh Pemerintah RI terhadap PEA.

Tahap pertama yang dilakukan di dalam diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA adalah upaya promosi atau *economic salesmanship*, secara khusus berkaitan dengan promosi ekspor dan investasi masuk. Pada tahap ini, Pemerintah RI melalui Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan RI, dan Kementerian Investasi RI bertindak menjadi *salesperson* (pedagang) sekaligus aktor utama dilakukannya kedua aktivitas tersebut. Upaya promosi ini terjadi setelah Pemerintah RI melihat tingginya potensi dan peluang PEA sebagai negara tujuan. Hal ini sebagaimana tercantum di dalam RPJMN 2020-2024, Prioritas Politik Luar Negeri 4+1, serta Mandat Presiden yang menargetkan PEA sebagai negara tujuan ekspor nontradisional dan negara investor potensial asal Kawasan Timur Tengah.

Pada sektor promosi ekspor Indonesia, Kedutaan Besar RI (KBRI) untuk Abu Dhabi, DJPEN, dan Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Dubai memiliki peranan penting sebagai perwakilan Pemerintah RI terhadap PEA. Aktivitas dan upaya utama yang dijalankan oleh DJPEN yang berkantor di Indonesia adalah perencanaan dan pembentukan pameran dagang, eksibisi, *business matching* dengan mitra publik maupun swasta, hingga *business gathering* antarpelaku usaha Indonesia dan PEA. Lebih lanjut, ITPC Dubai yang berada di bawah naungan DJPEN sekaligus sebagai perwakilan promosi perdagangan yang berkantor di Dubai sebagai *overseas representative office*, menjadi kunci dalam mewujudkan berbagai aktivitas tersebut, utamanya guna memfasilitasi eksportir asal Indonesia dan pembeli atau calon pembeli asal PEA serta perwakilan fisik dari Pemerintah RI itu sendiri. Peran KBRI di Abu Dhabi juga cukup penting sebagai pintu akses pertemuan tingkat tinggi mengingat banyak sektor krusial, esensial, dan perusahaan-perusahaan *bonafide* PEA yang dipegang oleh Keluarga Kerajaan.

Salah satu aktivitas dan upaya DJPEN dalam melakukan promosi terlihat dari *platform online* yang digunakan sebagai media promosi dagang, berkaitan komoditas-komoditas unggulan asal Indonesia yang berfungsi sebagai etalase digital serta dapat diakses melalui *inaexport.id*. Selain itu, ITPC Dubai juga memiliki etalase fisik berupa ruang *display* yang menampilkan komoditas dan produk unggulan asal Indonesia untuk ditampilkan dan dapat diakses di

kantor ITPC Dubai oleh pembeli, calon pembeli, maupun importir asal PEA.

Aktivitas dan upaya promosi lainnya yang dilaksanakan oleh DJPEN dan ITPC Dubai dapat diamati di dalam World Expo 2020 Dubai. Promosi tersebut dilakukan dengan membentuk Paviliun Indonesia yang dimulai dari Pertemuan Teknis Pra World Expo 2020 Dubai pada Mei 2019, hingga pelaksanaannya pada Oktober 2021 sampai Maret 2022. Pada World Expo tersebut, Pemerintah RI memfokuskan 3 sektor utama TTI untuk dilakukan promosi. Lebih lanjut, Paviliun Indonesia yang terletak di zona Opportunity World Expo 2020 Dubai tersebut mengusung tema Indonesia Emas 2045 guna mempromosikan produk-produk unggulan asal Indonesia dan menarik minat calon pembeli asal PEA.

Produk-produk yang menjadi unggulan Indonesia sebagian besar didominasi oleh pasar UMKM, di antaranya produk rempah-rempah, kelapa sawit atau CPO dan turunannya, perhiasan, produk tekstil dan pakaian, makanan dan minuman, aksesoris rumahan, hingga produk halal berupa *fashion* muslim yang menjadi salah satu daya tarik utama Paviliun Indonesia di pasar PEA dan mancanegara. Terkait dengan produk halal dan busana muslim, PEA menjadi target negara tujuan ekspor utama karena adanya persepsi dan sentimen positif dari pasar PEA yang memiliki kepercayaan tinggi dengan produksi pasar Indonesia.

Selain sektor promosi dagang, World Expo 2020 Dubai juga menjadi momentum untuk menggaet calon investor potensial dari PEA. Hal ini dapat diamati dari upaya Kementerian Investasi RI dan IIPC Abu Dhabi yang mendorong realisasi 5 rencana proyek investasi Indonesia, di antaranya rencana proyek pengembangan produk vaksin, proyek pengembangan sektor pariwisata, proyek pengembangan *renewable energy* atau energi baru terbarukan (EBT), proyek pembangunan infrastruktur nasional, serta proyek pengolahan sumber daya alam dan hilirisasi. Kelima rencana proyek yang digaungkan di World Expo 2020 Dubai tersebut dipromosikan guna mencapai angka realisasi investasi yang berasal dari aliran dana investasi masuk senilai Rp900 Triliun.

Berkaitan dengan hal tersebut, promosi investasi masuk Indonesia terhadap PEA secara umum sebagaimana disampaikan oleh Ridwansyah Ungsi selaku Pejabat Promosi Investasi IIPC Abu Dhabi, memiliki daya tarik tersendiri. Promosi investasi yang dilakukan IIPC Abu Dhabi meliputi kegiatan *business forum* yang bersifat tematik dengan masing-masing forum dilakukan promosi terhadap proyek di sektor tertentu. Investor-investor yang tertarik untuk melakukan investasi di Indonesia umumnya tertarik untuk berinvestasi melalui skema *brownfield investment*. Selain hal tersebut, IIPC Abu Dhabi juga mendorong upaya promosi investasi masuk bagi investor-investor asing asal PEA untuk melakukan investasi melalui skema *greenfield investment* dengan membangun perusahaan baru di Indonesia.

Dengan melihat kemampuan *capital* atau modal yang dimiliki oleh investor-investor asing asal PEA, investasi masuk dengan skema *greenfield investment* akan berimplikasi pada terbukanya lapangan tenaga kerja yang lebih luas serta fasilitas produksi dan transfer teknologi yang lebih banyak. Selain oleh IIPC Abu Dhabi, Kementerian Luar Negeri RI juga aktif melakukan sosialisasi dan jaring masukan terkait penanaman modal asing (PMA) PEA terhadap Indonesia. Hal ini dapat diamati dari aktivitas webinar pada 9 Februari 2022 yang berfungsi sebagai jaring masukan serta upaya promosi investasi masuk dengan skema *greenfield investment*, khususnya berkaitan dengan EBT dan logistik.

Pemerintah RI melalui Kementerian Perdagangan RI juga memiliki program promosi dagang tahunan berupa Trade Expo Indonesia (TEI) sebagai upaya konkret mempromosikan sektor TTI Indonesia ke mancanegara. Salah satu negara nontradisional potensial yang menjadi target dari TEI ini adalah PEA. Di tengah Pandemi Covid-19, Kementerian Perdagangan RI melangsungkan TEI 2020 secara daring yang menawarkan sektor ekspor sebagai daya tarik utama dengan mempromosikan produk manufaktur, kerajinan dan furnitur, *fashion* dan aksesoris, hingga makanan dan minuman. Selain sektor ekspor tersebut, sektor investasi masuk dan turisme menjadi prioritas utama dilakukannya TEI. Ketiga sektor TTI tersebut merupakan paket diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah RI setiap kali melakukan aktivitas dan upaya *economic salesmanship* terhadap negara-negara lainnya, termasuk PEA.

Lebih lanjut, terdapat juga program yang menjadi fasilitas pendukung TEI 2020 berupa *business matching*, *business forum*, serta *business counselling* yang masing-masing diadakan secara virtual. Terdapat juga TEI pada tahun 2021 yang mengusung tema TEI Digital Edition (TEI DE) yang memiliki daya tarik utama serupa dengan TEI 2020 berupa sektor TTI. Pada TEI 2020 dan TEI DE, Konsulat Jenderal RI (KJRI) di Abu Dhabi sebagai aktor kunci juga melakukan kerja sama dengan Perwakilan Pemerintah RI di PEA lainnya, serta peranan penting untuk melakukan promosi kedua TEI tersebut agar dihadiri oleh *stakeholders* terkait asal PEA. Promosi kedua TEI ini dilakukan baik secara langsung maupun melalui website resmi kemlu.go.id.

Pada tahun 2022, TEI 2022 kembali dihadirkan secara hibrida berupa pameran fisik yang digelar di BSD City Tangerang dan melalui ruang virtual. Pameran dagang yang diikuti oleh 1.097 pengusaha tersebut dihadiri 4.774 pembeli yang berasal dari 194 negara, dengan PEA sebagai salah satu negara partisipan. PT Mustika Ratu Tbk atau MRAT adalah salah satu perusahaan asal Indonesia yang difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan RI di dalam TEI 2022 dan menjadi salah satu perusahaan yang membuka pasar baru di Kawasan Timur Tengah, termasuk PEA. PEA sendiri menjadi pasar yang memiliki minat tinggi terhadap produk kosmetik dan *personal care* dari PT MRAT, serta

menjadi salah satu dari 5 negara yang melakukan kerja sama di sektor ekspor dengan PT MRAT.

Aktivitas dan upaya *economic salesmanship* Pemerintah RI terhadap PEA juga dapat terlihat dari upaya dilakukannya negosiasi hingga penandatanganan Perjanjian IUAЕ-CEPA. Perjanjian yang diinisiasi langsung oleh Pemimpin kedua negara melalui Menteri masing-masing negara pada tahun 2021 dan telah ditandatangani pada tahun 2022 tersebut, mencakup kerja sama ekonomi secara umum, sektor perdagangan, serta investasi khusus yang termasuk ke dalam salah satu dari 19 *chapter* Perjanjian. Presiden Joko Widodo secara spesifik menjadi *salesperson* sebagai aktor individu kunci yang berperan krusial di dalam terwujudnya Perjanjian IUAЕ-CEPA tersebut. Di dalam sektor ekspor, Menteri Perdagangan RI menyampaikan proyeksi potensial berupa penurunan dan pembebasan tarif bea masuk terhadap produk makanan olahan, tekstil, CPO dan turunan, serta produk-produk manufaktur. Secara khusus, terdapat pengaturan khusus terkait kerja sama ekonomi syariah pertama yang dilakukan oleh Pemerintah RI dengan negara lain. Di dalam sektor investasi masuk, IUAЕ-CEPA akan digunakan sebagai instrumen penguatan investasi masuk bagi Pemerintah RI.

Tahap kedua yang dilakukan Pemerintah RI dalam diplomasi ekonomi terhadap PEA merupakan pembentukan jejaring dan advokasi. Pada tahap ini, jejaring yang dibentuk di dalam diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA diinisiasi oleh Pemerintah RI, untuk kemudian menghasilkan relasi antara Indonesia dan PEA, baik antaraktor negara maupun nonnegara. Lebih lanjut, pembentukan jejaring dan advokasi ini meliputi sektor TTI sebagai tiga sektor utama diplomasi ekonomi Pemerintah RI terhadap PEA. Sebagai catatan, Pemerintah RI tetap melakukan upaya dan aktivitas *economic salesmanship* terhadap PEA setelah memasuki tahap ini.

Pembentukan jejaring dan advokasi di sektor ekspor dapat diamati melalui aktivitas dan upaya yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan RI melalui DJPEN yang berkantor di Jakarta dan ITPC Dubai yang berkantor di PEA. Bagi eksportir asal Indonesia, DJPEN memiliki Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor (PPIE) yang bertugas melakukan analisis terhadap pasar dan komoditas-komoditas unggulan asal Indonesia yang diminati oleh pasar PEA. Selain itu, terdapat Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (PPEI) yang saat ini berada di bawah naungan Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan RI, dengan tugas memberikan pelatihan bagi calon eksportir Indonesia terhadap PEA, khususnya bagi generasi muda yang memiliki bisnis di bidang UMKM.

Melalui Direktorat PPIE dan Balai Besar PPEI, DJPEN aktif memberikan sosialisasi dan advokasi terkait peluang dan tantangan ekspor kepada pengusaha-pengusaha asal Indonesia. Hal ini dapat diamati dari diadakannya webinar dengan judul *All About Dubai Expo 2021* pada tahun yang sama, berisikan tata cara

ekspor serta peluang dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM guna melakukan penetrasi terhadap pasar global, khususnya bagi pasar PEA. Webinar ini juga dilakukan dalam rangka pembentukan jejaring eksportir agar berpartisipasi di dalam World Expo 2020 Dubai dan pameran dagang lainnya, baik di dalam negeri maupun luar negeri secara fisik atau virtual. Nantinya, setelah Balai Besar PPEI membentuk jejaring pengusaha-pengusaha dan eksportir yang tertarik untuk bergabung, DJPEN akan memberikan pendampingan ekspor bagi *stakeholders* terkait. Selain dengan mengadakan kegiatan webinar dan sosialisasi, DJPEN juga menyediakan website yang dapat diakses melalui djpen.kemendag.go.id berisikan informasi terkait peluang dan informasi pasar Indonesia terhadap PEA.

Lebih lanjut, terdapat juga pembentukan jejaring dari sisi privat antarpelaku usaha kedua negara. Pada 2 September 2021, Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Republik Indonesia dan Federasi KADIN PEA melakukan penandatanganan MoU berkaitan dengan kerja sama di sektor perdagangan, jasa, serta investasi kedua negara. Kerja sama yang didampingi oleh Menteri Perdagangan Luar Negeri PEA dan Menteri Perdagangan RI ini membentuk jejaring kerja sama B2B dengan komitmen saling membantu antarpelaku usaha jika masing-masing negara mengadakan promosi di sektor dagang. Pembentukan kerja sama ini kemudian membentuk kemitraan publik-privat atau PPPs antara Pemerintah RI, Pemerintah PEA, serta asosiasi pengusaha melalui KADIN kedua negara guna memudahkan praktik diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah RI.

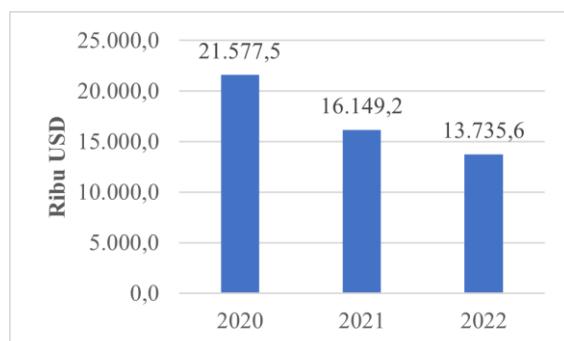
Pada sektor investasi masuk, pembentukan jejaring dan advokasi diplomasi ekonomi diperankan oleh Kementerian Investasi RI sebagai *home office* sekaligus pihak yang menaungi IIPC Abu Dhabi sebagai *overseas representative office*. Pada tahap ini, IIPC Abu Dhabi memfasilitasi investor maupun calon investor asing asal PEA yang memiliki minat untuk melakukan PMA di Indonesia. Pada praktiknya, setelah dilakukan promosi investasi masuk, investor maupun calon investor asing akan mendatangi kantor IIPC Abu Dhabi dan disambut langsung oleh Pejabat Promosi Investasi guna membicarakan keinginan berinvestasi tersebut. Bagi calon investor yang telah memiliki minat untuk berinvestasi di sektor dan lokasi khusus yang telah ditentukan sebelumnya, IIPC Abu Dhabi akan membantu calon investor menentukan *partner* investasi jika ingin melakukan investasi dengan skema *brownfield investment*. Jika skema yang dipilih adalah *greenfield investment*, maka IIPC Abu Dhabi akan memberikan informasi kepada calon investor untuk melakukan penjajakan awal serta menyediakan data-data yang diperlukan sebagai analisis investasi.

Salah satu skema *greenfield investment* terbesar oleh PEA terhadap Indonesia dilakukan oleh PT Masdar Mitra Solar Radiance. Perusahaan yang bergerak di bidang EBT tersebut memberikan rencana investasi kepada Pemerintah RI terkait pembangunan pembangkit listrik terapung tenaga matahari *Floating*

Solar PV PP 145 MWAC, yang menggantikan energi fosil yang selama ini digunakan. Pada tahun 2020, PT Masdar resmi melakukan *Power Purchase Agreement* (PPA) dan membentuk konsorsium dengan PT PLN sebagai BUMN RI yang bergerak di sektor energi listrik. Pertemuan tersebut menjadi gambaran bagaimana IIPC Abu Dhabi berperan sebagai fasilitator negosiasi dan jembatan penghubung antara investor asal PEA dengan Pemerintah RI sebagai eksekutif dan pemangku kebijakan di tingkat domestik.

Lebih lanjut, baik investor asing asal PEA yang telah resmi melakukan PMA maupun calon investor yang ingin melakukan analisis mendalam terkait PMA di Indonesia, IIPC Abu Dhabi akan melakukan kontak dan koordinasi dengan kantor pusat Kementerian Investasi RI selaku *home office*. Koordinasi ini dilakukan untuk mengadvokasi investor dan calon investor secara fisik, mulai dari pendampingan mobilisasi dari PEA hingga tiba ke Indonesia yang juga dibantu oleh KBRI di Abu Dhabi, pengurusan administrasi dan surat izin investasi, pembentukan akta dan penunjukan notaris, hingga pendirian perusahaan PMA di dalam negeri.

Aktivitas dan upaya Pemerintah RI terkait pembentukan jejaring dan advokasi di sektor investasi masuk PEA terhadap Indonesia berpengaruh terhadap nilai PMA tahun 2020-2022. Nilai PMA tersebut dinilai stabil dan masih tinggi mengingat di tahun tersebut terjadi Pandemi Covid-19 yang menjadi tantangan bagi sektor investasi masuk dari PEA ke Indonesia. Selanjutnya grafik nilai PMA PEA terhadap Indonesia ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Nilai PMA PEA terhadap Indonesia 2020-2022

Selain pembantuan secara fisik, Kementerian Investasi RI juga memiliki sistem *online single submission* (OSS) sebagai pelayanan terpadu satu pintu untuk investor asing asal PEA mendapatkan Nomor Induk Perusahaan (NIP) secara daring. Hal tersebut sejalan dengan fokus Pemerintah RI untuk melakukan optimalisasi diplomasi ekonomi terhadap PEA dengan strategi penguatan sektor investasi masuk, promosi investasi terintegrasi, serta perluasan terhadap kerja sama antarnegara guna mendukung pelaksanaan dan implementasi kebijakan yang dirumuskan di tingkat domestik.

Tahap ketiga yang dilakukan oleh Pemerintah RI di dalam aktivitas dan upaya diplomasi ekonomi adalah pembentukan citra negara. Pada tahap ini, aktor yang

memiliki peranan kunci di dalam pembentukan citra negara adalah Pemerintah RI melalui Kementerian Perdagangan RI, Kementerian Investasi RI, serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Pemerintah RI di dalam membentuk citra negara Indonesia yang baik di mata PEA, memberikan gambaran dan mengedepankan potensi dan kultur Nusantara di sektor TTI. Lebih lanjut, pada tahap ini Kementerian Perdagangan RI melalui ITPC Dubai dan Kementerian Investasi RI melalui IIPC Abu Dhabi sebagai *overseas representative offices* memiliki peranan paling penting untuk memasarkan citra negara tersebut secara konsisten.

World Expo 2020 Dubai menjadi salah satu ajang utama bagi Pemerintah RI untuk mempromosikan citra negara di sektor TTI Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pembentukan Paviliun Indonesia yang dikemas dengan keragaman kultur lokal sebagai daya tarik utama (BPMI Sekretariat Presiden RI, 2021a). Melalui Paviliun Indonesia, Pemerintah RI mengusung salah satu tema dengan pembagian tiga zona waktu, yaitu "*Indonesia Yesterday, Indonesia Today, and Indonesia Tomorrow*". Pembagian zona waktu tersebut dilakukan sebagai penggambaran miniatur negeri dan perkembangan Indonesia dari masa ke masa, serta harapan dan sebagai arah tujuan Pemerintah RI untuk membentuk Indonesia di masa yang akan datang.

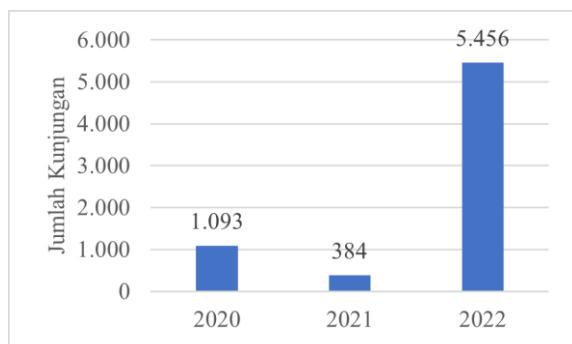
Lebih lanjut, di dalam Paviliun tersebut ditampilkan berbagai produk-produk dan berbagai kegiatan yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia. Salah satu produk yang ditampilkan dan menjadi unggulan untuk dilakukan promosi terhadap pasar PEA adalah produk *fashion muslim*, serta sebagai upaya pembentukan citra Indonesia sebagai negara mayoritas muslim terbesar di dunia. Selain itu, terdapat juga pentas cerita rakyat dengan tema "*Land of Diversity*" yang menggambarkan keragaman kebudayaan, sumber daya alam, serta destinasi wisata yang menjadi daya tarik utama dan ikon Indonesia. Terdapat juga Pameran Warisan Nusantara yang menggambarkan bagaimana leluhur Nusantara mewariskan peradabannya kepada Indonesia masa kini dan masa mendatang.

Selain melalui World Expo 2020 Dubai, Pemerintah RI juga secara aktif melakukan upaya pembangunan citra positif bagi Indonesia sebagai pusat halal dunia dan *modest muslim fashion* dunia sebagaimana diamati dalam pameran TEI DE. Pada pameran TEI DE, Pemerintah RI menggagas katalog elektronik yang juga menggambarkan produk-produk unggulan terkait busana dan produk-produk halal lainnya, serta pengadaan Halal Trade Forum yang secara khusus memasarkan produk halal dan ramah muslim terhadap pasar PEA.

Lebih lanjut, Pemerintah RI juga melakukan sinergi dan kolaborasi antar-Kementerian/Lembaga RI dalam rangka menciptakan stabilitas ekonomi dan politik di tingkat domestik. Pada Tahun 2022, dilakukan Anugerah Layanan Investasi (ALI) yang diinisiasi oleh Wakil Presiden RI guna mewujudkan iklim domestik yang ramah bagi mitra-mitra strategis Indonesia,

termasuk PEA. Pada pertemuan tersebut, kepastian hukum, infrastruktur yang memadai, kapasitas sumber daya manusia, hingga sektor bisnis menjadi substansi utama yang dilakukan pembahasan. Dengan demikian, kondisi domestik yang stabil akan memberikan citra positif bagi Indonesia di mata PEA sebagai negara kondusif dan ramah, khususnya di sektor turisme yang menjadi salah satu daya tarik utama.

Melalui berbagai aktivitas dan upaya pembangunan citra positif tersebut, gelombang wisatawan asing asal PEA ke Indonesia pada 2022 meningkat secara drastis setelah dilakukan kesepakatan Koridor Perjalanan Aman pada tahun sebelumnya sebagaimana termuat dalam Grafik 3. Lebih lanjut, hal ini memberikan efek domino positif terhadap sektor lain di tingkat domestic. Selanjutnya grafik jumlah kunjungan wisatawan PEA ke Indonesia ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Jumlah Kunjungan Wisatawan PEA ke Indonesia 2020-2022

Tahap terakhir diplomasi ekonomi yang dilakukan Pemerintah RI terhadap PEA merupakan manajemen regulasi terkait kerja sama, kesepakatan, hingga perjanjian yang sedang atau telah dilakukan kesepakatan pada tahap-tahap sebelumnya. Pada tahap ini, Pemerintah RI sebagai aktor negara berperan penuh terhadap manajemen regulasi yang terjadi. Pemerintah RI yang berada di tingkat domestik menjadi aktor kunci dari diimplementasikannya berbagai regulasi tersebut. Pada tahap ini, akan dijelaskan bagaimana aktivitas, upaya, serta aktor domestik mana saja yang menjadi garis akhir diplomasi ekonomi yang telah dilakukan. Pada tahap ini, berbagai kerja sama, kesepakatan, hingga perjanjian yang dilakukan regulasi meliputi B2B, B2G, hingga G2G yang berkaitan dengan sektor TTI.

Pada tahun 2020, Presiden Joko Widodo melakukan kunjungan ke PEA guna menandatangi 11 kerja sama B2B dan B2G, berdampak pada sektor ekspor dan investasi masuk dengan realisasi investasi senilai USD88,3 Juta. Penandatanganan yang didampingi Putra Mahkota MBZ saat itu berfokus pada sektor ekspor dan investasi masuk. Kerja sama tersebut meliputi PPA melalui Konsorsium PT Masdar dan PT PLN terkait pembangkit listrik terapung, negosiasi dan pemilihan mitra kilang minyak antara Mubadala Investment Co. dan PT Pertamina melalui *Refinery Investment Principle Agreement* (RIPA), kontrak ketersediaan gas LPG antara PT Pertamina dan Abu

Dhabi National Oil Company, kerja sama Gresik Container Terminal antara PT Pelabuhan Indonesia Maspion dan DP World melalui *Project Execution Management* (PEM), Amandemen MoU antara PT Indonesia Asahan Aluminium dan Emirates Global Aluminium, MoU antara PT Pertamina dan Abu Dhabi National Oil Company melalui MoU terkait Proyek Petrokimia Balongan, kontrak pasokan nafta jangka panjang antara PT Chandra Asri Petrochemical dan Abu Dhabi National Oil Company, MoU pendidikan digital antara PT Telekomunikasi Indonesia dan Sole Proprietorship, MoU dan *Non-Disclosure Agreement* (NDA) pengembangan kawasan logistik antara PT TW Container Services dan PT Rajawali Nusantara Indonesia, MoU kolaborasi penelitian dan pengembangan antara Kementerian Pertanian RI dan Elite Agro LLC, serta *Letter of Intent* (LoI) ketenagakerjaan antara Lulu Group International dan Pemerintah Jawa Barat.

Pada tahun 2021, Presiden Joko Widodo kembali mendatangi PEA untuk menghadiri penukaran 14 kerja sama, meliputi 11 kerja sama B2B, B2G, dan G2G yang berdampak pada ketiga sektor TTI. Penandatanganan kerja sama tersebut berupa instrumen terkait ratifikasi perlindungan dan promosi iklim investasi antara Menteri Luar Negeri RI dan Menteri Keuangan PEA, instrumen pengubahan P3B antara Menteri Keuangan PEA dan Menteri Luar Negeri RI, amandemen Koridor Perjalanan Aman untuk mobilisasi antara Menteri Luar Negeri RI dan Menteri Negara PEA, MoU kredit ekspor antara PT Reasuransi Indonesia Utama dan Serikat Departemen Kredit Ekspor PEA, MoU mitra strategis antara Emirates Airlines dan PT Garuda Indonesia, MoU *framework* investasi antara Abu Dhabi Growth Fund (ADG) dan Indonesia Investment Authority (INA), perjanjian pengembangan pelabuhan antara DP World dan INA, RIPA Balikpapan antara Mubadala Petroleum dan INA-PT Kilang Pertamina Internasional, kerja sama *Floating Solar Panel* antara PT Pertamina New Renewable Energy dan PT Masdar, MoU farmasi antara PT Bio Farma dan PT Hayat Biotech, MoU telekomunikasi antara G42 Investments AI Holdings dan PT Amara Padma.

Di tingkat domestik, Pemerintah RI juga membentuk Undang-Undang (UU) Omnibus Law guna menjaga iklim investasi di Indonesia bagi investor-investor asing, termasuk asal PEA. Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan RI sebagaimana meneruskan arahan dari Presiden Joko Widodo, menekankan bahwa UU Omnibus Law akan mencakup berbagai kebijakan, khususnya terkait investasi dan pembangunan lapangan tenaga kerja. Melalui UU tersebut, investor-investor asing asal PEA dapat dengan mudah melakukan perizinan terkait investasi dan pembentukan PT PMA di Indonesia.

Tahun 2022 menjadi puncak dinamika diplomasi ekonomi yang dilakukan Pemerintah RI terhadap PEA melalui penandatanganan Perjanjian IUAE-CEPA. Perjanjian IUAE-CEPA sendiri berisikan 19 chapter

dan 8 annex sebagai lampiran dari *chapter* tersebut. Pada 2 hingga 4 September 2021, Pemerintah RI melalui Menteri Perdagangan RI sebagai *lead negotiator* dan Pemerintah PEA melalui Menteri Negara untuk Perdagangan Luar Negeri PEA secara resmi meluncurkan Perundingan Persetujuan IUAEC-CEPA di Bogor yang menandai dilangsungkannya putaran pertama negosiasi IUAEC-CEPA. Putaran kedua kemudian dilaksanakan pada 28 hingga 30 Oktober 2021 dan berlangsung di Dubai dan secara khusus membahas kemitraan isu ekonomi islam, niaga elektronik, fasilitas dagang, kepabeanan, serta UMKM.

Pada putaran ketiga IUAEC-CEPA yang dilakukan di Semarang, kedua negara melakukan finalisasi terhadap sektor-sektor yang telah dirundingkan sebelumnya dan merencanakan percepatan penyelesaian kesepakatan IUAEC-CEPA sepenuhnya pada putaran selanjutnya. Putaran keempat sekaligus terakhir yang dilaksanakan di Yogyakarta pada 24 hingga 28 Februari 2022 menutup negosiasi substantif Perjanjian tersebut yang akan diserahkan pada masing-masing Pemerintah untuk ditandatangani. Perjanjian IUAEC-CEPA kemudian ditandatangani dan dilakukan penukaran oleh Menteri Perdagangan RI dan Menteri Ekonomi PEA pada 1 Juli 2022, serta dihadiri langsung oleh Presiden kedua negara.

Pada 29 September 2022, Menteri Perdagangan RI dan Menteri Negara untuk Luar Negeri PEA juga menghadiri penandatanganan MoU yang berbentuk B2B antara 11 pelaku usaha Indonesia dan 2 pelaku usaha PEA, sekaligus sebagai komitmen kedua negara setelah diselesaikannya IUAEC-CEPA. MoU tersebut berisikan kontrak kerja sama sektor ekspor produk buah-buahan, alas kaki, kerajinan tangan, makanan grosir, garmen, furnitur, perkakas, serta pencahayaan. Terkait dengan IUAEC-CEPA, terdapat pertemuan antara kedua Menteri di hari yang sama guna membahas perkembangan lanjutan terkait proses ratifikasi Perjanjian IUAEC-CEPA.

Meskipun kedua negara memiliki ambisi tinggi untuk melakukan ratifikasi dan implementasi IUAEC-CEPA, hambatan terjadi di tingkat domestik Indonesia. Pada Rapat Kerja Komisi VI Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI dengan Menteri Perdagangan RI 3 Oktober 2022, dilakukan pembahasan terkait agenda Rencana Pengesahan IUAEC-CEPA yang selanjutnya dilaporkan kepada Pimpinan DPR RI. Pada Rapat pertama terkait hal tersebut, Komisi VI DPR RI mendukung penuh upaya Pemerintah RI dalam meratifikasi Perjanjian tersebut melalui skema Undang-Undang dan diharapkan ratifikasi akan rampung sebelum kunjungan Presiden MBZ ke Solo pada 17 November 2022. Akan tetapi, hingga saat proses ratifikasi tersebut masih belum rampung, serta terdapat rencana pengubahan skema ratifikasi menjadi Peraturan Presiden akibat adanya tarik-ulur birokrasi di tingkat domestik Indonesia. Hal ini menandakan aktivitas dan upaya manajemen regulasi yang kurang maksimal dari Pemerintah RI pasca dilakukannya perundingan Perjanjian IUAEC-CEPA.

4. Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian penelitian di atas terkait strategi diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA tahun 2020-2022 yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut Pertama, diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA dinisiasi oleh Pemerintah RI sebagai aktor negara dan aktor kunci. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Pemerintah RI merumuskan kebijakan luar negeri yang berorientasikan diplomasi ekonomi melalui perumusan Rencana Strategis, RPJMN, Mandat Presiden, hingga Prioritas 4+1 yang menargetkan PEA sebagai negara nontradisional yang potensial dilakukan diplomasi ekonomi. Kedua, sektor TTI menjadi sektor utama diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA. Hal ini dapat diamati dari berbagai aktivitas dan upaya Pemerintah RI untuk terus memaksimalkan ketiga sektor tersebut dalam setiap kesempatan. Pemerintah RI melalui Kementerian dan Lembaga terkait yang menangani sektor tersebut juga saling bersinergi dan berkoordinasi, baik di tingkat domestik selaku *home offices* maupun di PEA selaku *overseas representative offices*. Lebih lanjut, Indonesia juga memiliki visi menjadi pusat halal dunia dengan PEA sebagai target pasar utama. Ketiga, strategi diplomasi ekonomi Indonesia terhadap PEA dijalankan melalui 4 tahap yang selaras dengan konsep yang dikemukakan oleh Kishan S. Rana. Tahap tersebut mencakup *economic salesmanship, networking and advocacy, image building*, serta *regulatory management*. Tahap-tahap ini dilakukan oleh Pemerintah RI secara *concurrent*, yaitu bergerak dari tahap satu ke tahap lainnya dengan tetap melakukan tahap sebelumnya. Tahap yang paling dominan dalam strategi ini adalah *economic salesmanship*, khususnya melalui World Expo 2020 Dubai. Sebaliknya, tahap yang kurang maksimal adalah *regulatory management* terhadap IUAEC-CEPA yang belum dilakukan ratifikasi oleh Pemerintah RI hingga saat ini.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pihak Kementerian Perdagangan RI, IIPC Abu Dhabi, dan Sekretariat Komisi VI DPR RI yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Daftar Rujukan

- [1] Indrasetianingsih, A., & Damayanti, I. (2018). Prediksi Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia dengan Menggunakan Metode ARIMA Box-Jenkins dan Jaringan Syaraf Tiruan. *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistik*, 10(2), 7–14. DOI: <https://doi.org/10.36456/jstat.vol10.no2.a1219>
- [2] Rahman, M. A., Kusuma, A. R., & Resmawan, E. (2019). Studi Kepemimpinan Kepala Biro Dalam Meningkatkan Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Paradigma (Jp)*, 8(1), 11. DOI: <https://doi.org/10.30872/Jp.V8i1.2923> .
- [3] Sabaruddin, S. S. (2017). Pengaruh Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(2), 205. DOI: <https://doi.org/10.26593/jihi.v1i2.2654.205-219> .

- [4] Pambudi, A. A. (2021). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Global*, 6(01). DOI: <https://doi.org/10.36859/jdg.v6i01.347> .
- [5] Nabilla, N. (2021). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Neraca Perdagangan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Politik*, 7(2), 227–239. DOI: <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i2.15925> .
- [6] Astuti, W. R. D., & Fathun, L. M. (2020). Diplomasi Ekonomi Indonesia di dalam Rezim Ekonomi G20 pada Masa Pemerintahan Joko Widodo. *Intermestic: Journal of International Studies*, 5(1), 47. DOI: <https://doi.org/10.24198/intermestic.v5n1.4> .
- [7] Immara Nuur Alfianisa. (2021). Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Merespon RED II. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(8), 1271–1285. DOI: <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i8.384> .
- [8] Meilina, R. Y., & Oktavian, R. (2022). Strategi Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif Berkelanjutan melalui Agenda Tahun Ekonomi Kreatif Internasional. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(2), 63. DOI: <https://doi.org/10.24853/independen.3.2.63-74> .
- [9] Delanova, M. (2016). Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Negara-negara Berkembang dalam G-33 untuk Mempromosikan Proposal Special Products dan Special Safeguard Mechanism. *Jurnal Dinamika Global*, 1(01), 14–31. DOI: <https://doi.org/10.36859/jdg.v1i01.12> .
- [10] Sudarsono, B. P., Mahroza, J., & D.W., S. (2018). Diplomasi Pertahanan Indonesia Dalam Mencapai Kepentingan Nasional. *Jurnal Pertahanan & Bela Negara*, 8(3). DOI: <https://doi.org/10.33172/jpbh.v8i3.441> .
- [11] Rachmawati, T. (2018). Strategi Diplomasi ASEAN terhadap Jepang Untuk Mengurangi Kesenjangan Ekonomi di ASEAN. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 1(2), 87. DOI: <https://doi.org/10.22303/pir.1.2.2017.87-107> .
- [12] Novita, A., & Khairidir, A. (2022). Strategi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Siak dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat melalui Pasar Seni Siak. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(12), 5500–5508. DOI: <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i12.1186> .
- [13] Wahyuni, E. D. (2021). Strategi Memanfaatkan Peluang Pasar Produk Pertanian Dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Ekobistek*, 57–64. DOI: <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i1.84> .
- [14] Kurnia, M. P. (2018). Strategi Optimalisasi Perdagangan Lintas Batas Indonesia-Malaysia Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan. *Jurnal Supremasi*, 7(1), 1. DOI: <https://doi.org/10.35457/supremasi.v7i1.372> .
- [15] Wiyono, E. S., & Solihin, A. (2017). Strategi Perdagangan Tuna Indonesia Ke Pasar Uni Eropa. *Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan: Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian dan Lingkungan*, 3(2), 31. DOI: <https://doi.org/10.20957/jkebijakan.v3i2.15511> .
- [16] Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70–75. DOI: <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.838> .
- [17] Sari, M., & Ismawati, I. (2021). Strategi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palangka Raya Dalam Meningkatkan Pengelolaan Pasar Tradisional Kahayan. *Anterior Jurnal*, 21(1), 36–42. DOI: <https://doi.org/10.33084/anterior.v21i1.2854> .
- [18] Priambodo, D. A., Tn, A. Z., & Budiarto, B. (2019). Perkembangan Ekspor Non-Migas Provinsi Jawa Timur Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 67–74. DOI: <https://doi.org/10.24123/jeb.v23i2.2013> .
- [19] Widyawati, M., Suluh, S., & Sabirin, S. (2021). Analisis perkembangan nilai komoditi ekspor non-migas di propinsi kalimantan tengah. *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pariwisata*, 1(1), 43–55. DOI: <https://doi.org/10.52300/jepp.v1i1.3509> .
- [20] Elvierayani, R. R., Dzikriah, S. I., Arifani, R. D., & Afriyandani, R. (2021). Uji Beda Ekspor dan Import Indonesia-China Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 1077–1085. DOI: <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.16485> .
- [21] Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis Pengaruh Ekspor dan Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(01), 53–62. DOI: <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12512> .