

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era kepemimpinan Presiden Jokowi saat ini, Presiden Jokowi menegaskan bahwa salah satu prioritas kebijakan luar negeri Indonesia adalah melalui diplomasi ekonomi demi meningkatkan kepentingan nasional (Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2015). Diplomasi ekonomi merupakan kemampuan setiap negara dalam mengelola hubungan luar negeri yang berupa kegiatan ekspor-impor, investasi dan pinjaman luar negeri, bantuan luar negeri. Menurut Peter va Bergeijk, diplomasi ekonomi mencakup tiga hal, yaitu: (1) penggunaan pengaruh politik dan relasi untuk memaksimalkan serta meminimalisir kegagalan pasar sehingga perdagangan dan investasi internasional dapat berkembang seiring dengan perkembangan pasar. (2) memperkuat hubungan kerjasama yang stabil baik secara politik maupun ekonomi sehingga tercapai keamanan ekonomi melalui penggunaan aset ekonomi serta relasi antar negara. (3) konsolidasi iklim lingkungan politik dan ekonomi internasional demi memfasilitasi dan mencapai tujuan ekonomi (Sayekti, 2020).

Relasi ekonomi antar negara dapat diciptakan melalui berbagai macam kegiatan kerjasama seperti kegiatan ekspor-impor karena bagi pihak negara eksportir maupun importir pada dasarnya mencari keuntungan yang besar dan semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya alam dan kemampuan yang tersedia (Husaini & Farina, 2017). Ekspor-Import merupakan kunci transaksi dari perekonomian suatu negara, apabila kegiatan ekspornya lebih tinggi daripada kegiatan impornya, maka dapat dipastikan negara tersebut akan menjadi negara yang maju dan memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi, jika sebaliknya maka negara tersebut cenderung bisa dikatakan laju perekonomiannya sangat tergantung

pada negara lain (Kartawinata, Wardhana, & Syahputra, 2014). Selain itu, kegiatan ekspor-impor didasari oleh kondisi dan keadaan bahwa tidak ada suatu negara yang benar-benar dapat bertahan sendiri tanpa bantuan negara lain karena negara satu dengan negara yang lain saling membutuhkan. Hal ini didukung bahwa setiap negara memiliki karakteristik yang berbeda-beda, baik dari sektor ekonomi, politik, geografi, sosial, sumberdaya alam, iklim, dan sebagainya (Jackson & Sorensen, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan keberagaman hayati maupun hasil kekayaan alam. Atas potensi tersebut banyak negara yang tertarik untuk menjalin kerjasama dengan Indonesia, salah satunya adalah Hong Kong. Agar dapat menjalin hubungan kerjasama antara kedua negara maka kedua negara harus melakukan perdagangan internasional. Hubungan perdagangan internasional merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian bagi setiap negara yang ada di dunia. Dengan adanya perdagangan internasional ini maka, perekonomian diberbagai negara akan saling tercipta dan terjalin antara satu negara dengan negara lainnya (Ginting, 2017).

Adapun tujuan-tujuan yang dapat diciptakan melalui kerjasama internasional antara lain:

1. Mempererat persahabatan antar negara yang melakukan kerjasama internasional
2. Menciptaan keadilan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyatnya
3. Meningkatkan dan memacu pertumbuhan ekonomi pada setiap negara
4. Memperluas tenaga kerja (Adytya, 2020).

Indonesia secara geografis merupakan sebuah negara kepulauan. Memiliki ribuan pulau serta dua pertiga luas lautan lebih besar daripada

daratan. Hal ini membuat Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor perikanan. Sektor perikanan di Indonesia telah memberikan peran dalam perekonomian yang berkelanjutan di Indonesia (Satria, Anggraini, & Solihin, 2009). Peran tersebut diantaranya adalah sebagai penyedia bahan baku pangan industri maupun masyarakat dan sebagai penyedia lapangan pekerjaan. Selain perikanan laut, Indonesia juga memiliki lahan perikanan tawar yang cukup luas. Potensi sumberdaya perikanan di Indonesia cukup besar dengan keragaman jenis biota air laut yang bernilai ekonomis memungkinkan untuk dibudidayakan, namun pemanfaatannya belum dapat dimaksimalkan sehingga kontribusi sektor perikanan terhadap pembangunan dan perekonomian pada umumnya serta peningkatan taraf hidup masyarakat hidup petani ikan belum optimal. Kementerian Kelautan dan Perikanan selalu berupaya untuk memajukan potensi bidang kelautan dan perikanan Indonesia. Pemerintah memberlakukan strategi dengan terus meningkatkan produksi dari bidang perikanan dan kelautan, khususnya dalam sektor budidaya ikan kerapu (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2017).

Komoditas ikan kerapu merupakan komoditas andalan Indonesia serta dari tahun ketahun permintaan dari pasar ekspor yaitu Hong Kong terus meningkat. Hong Kong merupakan wilayah yang memiliki masyarakat yang cenderung menyukai olahan ikan laut khususnya ikan kerapu dan sudah menjadi menu andalan di hotel dan restoran-restoran yang tersebar di Hong Kong. Hal ini membuat ekspor ikan kerapu memiliki prospek yang cerah untuk dibudidayakan mengingat ikan kerapu memiliki nilai ekonomis tinggi dan memiliki peluang pasar yang sangat baik. Bahkan, di Hong Kong harga jual ikan kerapu sangatlah tinggi. Harga ikan kerapu hidup di Hong Kong berkisar 8,5 USD/kg atau sekitar 119.000 rupiah/kg. Tingginya harga ikan kerapu disebabkan oleh kepercayaan masyarakat Hong Kong yang mempercayai bahwa mengkonsumsi ikan kerapu dapat mendatangkan keberuntungan (Ransih, MOTIVASI INDONESIA BEKERJASAMA DENGAN

HONGKONG DALAM EKSPOR IKAN KERAPU TAHUN 2012-2014 (Studi Kasus: Kota Batam), 2017).

Menurut data dari Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, ikan kerapu merupakan aset potensial bagi pemasukan ekonomi Indonesia karena BPS mencatat dalam kurun waktu 5 (lima) tahun antara tahun 2012 – 2016 neraca perdagangan kerapu Indonesia menunjukkan kinerja yang positif dengan kenaikan nilai ekspor rata-rata mencapai 9,4 persen per tahun. Pada tahun 2016 tercatat nilai ekspor kerapu Indonesia mencapai 32,18 juta US\$, sedangkan hingga per Juli 2017 ekspor kerapu nasional tercatat sebesar 16,42 juta US\$. Begitupun dengan volume ekspor dalam kurun waktu yang sama mengalami kenaikan rata-rata sebesar 30,75 persen per tahun (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2017).

Baru baru ini pembudidaya ikan kerapu di kepulauan Natuna Indonesia melakukan ekspor ikan kerapu ke Hong Kong dengan nilai ekspor mencapai 100.314 US\$ atau Rp1,45 miliar dengan jumlah 16.720kg ikan kerapu hidup. Ekspor dilakukan melalui jalur laut dengan mengandalkan 2 buah kapal berbendera Hong Kong yakni Kapal Cheng Wai Hing dan Kapal Mv. Cheung Kam Wah (Operator KKP, 2018).

B. Rumusan Masalah

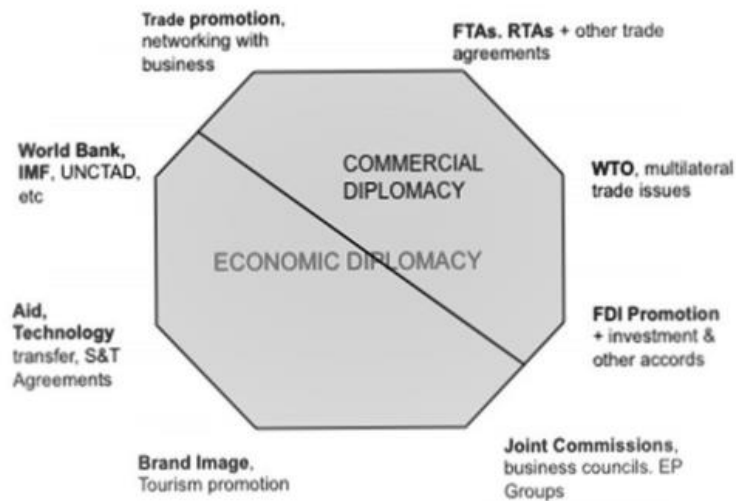
Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka dapat diambil rumusan masalah yaitu “Bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor ikan kerapu ke pasar Hong Kong?”

C. Landasan Teori

Untuk menjawab rumusan masalah dan permasalahan yang dikaji yaitu “Bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor ikan kerapu ke pasar Hong Kong” menggunakan teori Diplomasi Ekonomi.

Diplomasi ekonomi adalah serangkaian kegiatan ataupun praktik yang bertujuan untuk melakukan kepentingan-kepentingan ekonomi eksternal dari negara asal. Diplomasi ekonomi berbeda dari diplomasi komersial atau diplomasi pada umumnya, dan diplomasi komersial dianggap sebagai bagian dari gambaran yang ringkas dari diplomasi ekonomi. Secara umum, diplomasi ekonomi mencakup pengelolaan bantuan keuangan, baik sebagai pendonor maupun penerima dan diplomasi komersial tidak mencakup hal-hal tersebut. Pengelolaan yang berhubungan dengan ekonomi internasional akan dikelola oleh organisasi internasional seperti *World Bank* dan *International Monetary Fund* (RANA).

Figure 1: Economic & Commercial Diplomacy



Gambar 1. Diplomasi Ekonomi dan Diplomasi Komersial

Untuk semua topik yang terlibat dalam kerja sama luar negeri, mereka melibatkan pihak-pihak resmi yang dapat membantu untuk melakukan diplomasi ekonomi dan memonitori kegiatan berorientasi keuntungan di pasar luar negeri. Singkatnya, kementerian, kedutaan besar, lembaga industri, lembaga promosi ekspor, dan lembaga-lembaga yang terkait merupakan penyedia layanan bagi pelanggan diplomasi ekonomi. Mereka

semua bertujuan untuk memberikan informasi dan mempromosikan interaksi dengan pelanggan mereka di luar negeri. Pelanggan adalah pemilik sebenarnya dari diplomasi ekonomi, dan mereka adalah peserta dalam perdagangan barang dan jasa melalui pengembangan kegiatan penanaman modal asing di dalam dan luar negeri serta pelaksanaan kemitraan teknis (RANA).

Diplomasi ekonomi merupakan suatu hal yang penting bagi negara dalam mengelola hubungan ekonomi antar negara lain dikarenakan hubungan ekonomi internasional tidak hanya mengandalkan kekuatan pasar yang sering berubah-ubah maupun berkembang. Sebab itu, diplomasi ekonomi merupakan salah satu alternatif yang cocok bagi negara-negara dalam menjalin kerjasama ekonomi internasional. Menurut Van Bergeijk & Moons, diplomasi ekonomi mengandung 3 aspek, yaitu ;

1. Penggunaan pengaruh dari perdagangan & investasi,
2. Pemanfaatan aset-aset perekonomian demi meningkatkan biaya konflik sehingga dapat memperkuat relasi yang saling menguntungkan,
3. Upaya untuk memperkuat suasana iklim politik dan lingkungan internasional untuk mencapai tujuan suatu negara (Killian, 2012).

Jika melihat ketiga aspek diatas, maka kemampuan negara-negara untuk melakukan diplomasi ekonomi akan berbeda. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh faktor internal dan eksternal, baik dalam kapabilitas kemampuan material dan non-material. Dalam kondisi seperti ini, praktik diplomasi ekonomi antar negara yang memiliki kemampuan lebih kuat dengan kemampuan yang lebih lemah kemungkinan besar akan tidak seimbang. Dalam konteks ekonomi global, hal tersebut terwujud di dalam negara maju dan negara berkembang. Menurut Kishan S Rana, ada 4 tipologi dalam diplomasi ekonomi, yaitu *Traditional, niche-focused, evolving, innovative* (Rana, 2007) . Berikut adalah beberapa strategi dalam melakukan diplomasi:

1. Trade Promotion

Suatu negara menganggap kegiatan ekspor sebagai prioritas utama untuk mendapatkan keuntungan. Apa yang membuat ekspor menguntungkan adalah wilayah atau negara yang ingin dituju mengekspor, produk baru yang menarik bagi komunitas masyarakat eksternal atau luar, dan penggunaan pasar baru. Kedutaan di pasar baru ini dapat membantu negara pengekspor. Bagi negara berkembang, pasar eksternal dapat menimbulkan masalah, misalnya negara pengekspor tidak memahami lingkungan dasar negara asing atau negara tujuan dan tidak memiliki kemampuan investasi dalam eksplorasi. Kemudian, eksportir dalam negeri hampir tidak memahami peraturan luar negeri tentang standar keselamatan dan lingkungan serta norma yang ditetapkan oleh pasar potensial, sehingga membentuk hambatan non-tarif yang nyata. Terakhir, negara pengekspor tidak memiliki kredibilitas dalam hal calon pelanggan asing yang potensial. Oleh karena itu, diplomasi ekonomi harus melibatkan promosi komersial dan harus melakukan hal-hal berikut:

- a. Menginformasikan kepada asosiasi bisnis maupun perusahaan individu tentang kondisi ekonomi dasar negara tujuan. Ini adalah langkah pertama yang memiliki banyak manfaat yang berguna terkait dengan negara target.
- b. Pekerjaan konsuler
- c. Menganalisis potensi dari negara asal. Ini adalah langkah awal dalam melakukan kegiatan ekspor maupun impor.
- d. Melakukan kontak dengan importir produk, dan peka terhadap produk yang mungkin disediakan oleh negara asal.
- e. Ketika eksportir dan produsen berpartisipasi dalam pameran dagang di negara target, mereka akan membangun kredibilitas.

- f. Eksportir diperbolehkan mengadakan pameran kecil antara pembeli dan penjual di kedutaan atau konsulat, jika perlu, untuk menagih eksportir secara langsung untuk biaya tambahan apapun.
- g. Kunjungan oleh perwakilan bisnis adalah metode utama untuk mempromosikan ekspor dan memobilisasi *Foreign Direct Investment* (FDI).
- h. Dalam hubungan bilateral, setiap negara memiliki langkah promosi ekspornya sendiri (RANA).

2. *Investment Promotion*

Memobilisasi investasi langsung asing (FDI) dalam negeri adalah strategi utama untuk mempromosikan ekonomi lain. Permasalahan yang muncul dalam kegiatan perdagangan internasional dapat mendorong eksportir untuk membangun kredibilitas, menemukan terobosan baru, melatih calon investor dari negara / kawasan sasaran, menyelenggarakan kegiatan usaha dan berpartisipasi dalam kegiatan promosi investasi. Keamanan energi adalah fokus negara-negara yang akan mengekspor, dan itu juga membutuhkan tindakan yang fokus ditargetkan (RANA).

3. *Technology Acquisition*

Perusahaan sering menggunakan aktivitas ini untuk menemukan atau menjual teknologinya untuk memahami pasar eksternal mereka, terutama diplomasi. Biasanya perusahaan hanya menyediakan lingkungan yang mendukung demi menyelesaikan masalah kegiatan ini (RANA).

4. *Aid Management*

Di negara donor dan penerima bantuan eksternal, lembaga diplomatik memiliki peran. Saat ini semakin banyak negara berkembang memainkan kedua peran ini secara bersamaan. Sedikit bantuan ini diberikan kepada Kementerian Luar Negeri dan tugas ini biasanya ditangani

oleh Kementerian Perencanaan, Kementerian Keuangan atau Kementerian Ekonomi. Dalam hal ini, kedutaan mengadakan kontak rutin dengan perusahaan donor negara pengirim. Namun, dalam hal bantuan eksternal, kedutaan mengidentifikasi kemungkinan proyek, termasuk bantuan keuangan dan teknis, dan membantu dalam memantau pelaksanaannya. Beberapa negara berkembang secara khusus memberikan bantuan penuh waktu di kedutaan asing mereka, meskipun dalam hal ini negara maju adalah donor utama. Saat ini, dana asing terutama disediakan melalui NGO di negara donor dan negara penerima, dan kontak dengan organisasi tersebut merupakan tugas utama kedutaan. Mereka kebetulan mendapat keuntungan dari memperluas kontak kedutaan dan memperdalam pemahaman mereka tentang dinamika sosial dan ekonomi asing. Diplomasi bantuan juga bersinggungan dengan diplomasi komersial dalam memberikan perdagangan, peluang jasa dan investasi di negara donor. Oleh karena itu, kredit ekspor dan pinjaman dan hibah yang diberikan sebagai "bantuan pembangunan resmi" (ODA) berhubungan langsung dengan donor, atau memiliki hubungan implisit, bahkan jika mereka secara nominal "tidak mengikat". Ini juga perlu menjaga kontak dekat antara kedutaan dan perusahaan tuan rumah untuk menyarankan barang, layanan dan peralatan yang akan dilengkapi (RANA).

5. Regulatory Environment

Sifat perdagangan dan hubungan ekonomi lainnya yang semakin mudah dikelola memungkinkan pemerintah untuk terlibat langsung dalam masalah-masalah yang sebelumnya tidak pernah melibatkan dialog bilateral dan multilateral. Makalah Amar Nath Ram menangkap pandangan ini dengan baik dari perspektif kunci (melihat berbagai masalah antara India dan UE dari Brussel). Siddhartha Mitra menjelaskan pentingnya perjanjian perdagangan bebas bilateral (FTA) dan

operasi hukum dari konsekuensi yang tidak terduga; (dia menulis tentang FTA bilateral pertama yang ditandatangani antara India dan Sri Lanka pada tahun 1999). Leela K Ponappa memberikan wawasan (merinci proses internal dan negosiasi di balik transaksi FTA penting). Setelah tahun 1995, WTO menjadi fokus aksi pada berbagai masalah regulasi ekonomi, terutama ketika perundingan Doha Round yang dimulai pada tahun 2001 (RANA).

6. *Building Partnerships*

Kemitraan dipahami sebagai hubungan kerja sama antara dua atau lebih pihak yang bersepakat untuk mengerjakan suatu prakarsa, yang manfaatnya akan dinikmati bersama, dan risiko yang timbul akan ditanggung bersama. Sebuah kemitraan yang hakiki akan melibatkan tiga elemen utama, yaitu pertama, prakarsa yang dilahirkan dari ide-ide yang diciptakan bersama. Selanjutnya, semua pihak yang terlibat dalam prakarsa tersebut harus memberikan kontribusi atau peran serta secara berimbang, dan yang terakhir, manakala terjadi kegagalan atau tantangan dalam pelaksanaannya, maka semua pihak yang terlibat akan turut bersama-sama menanggung kerugian baik moril maupun material .

Menurut Nicholas Bayne, ada tiga ketegangan utama dalam mempromosikan diplomasi komersial. Ini termasuk masalah politik dan ekonomi, aktor negara dan non-negara, dan entitas publik dan swasta. Hal inilah merupakan faktor yang dapat mengubah praktik diplomasi ekonomi di lapangan. Sebagian besar kegiatan ini membutuhkan interaksi yang luas antara badan diplomatik resmi dan aktor non-negara (asing atau domestik). Institusi ekonomi sangat efektif dalam membina kerjasama karena memiliki manfaat yang besar yang diperoleh dari saling ketergantungan dalam hal ekonomi (Mukti, 2020). Mitra asing non-negara biasanya mencakup asosiasi bisnis dan perusahaan yang bergerak dalam kegiatan ekonomi; bank milik negara, universitas, lembaga

komersial atau sekolah bisnis; lembaga media; asosiasi lokal yang memiliki hubungan dengan negara, dan lain-lain. Tindakan yang melibatkan aktor-aktor tersebut di atas dapat memperluas peluang kedutaan untuk menghubungi mereka dan bekerja sama dengan mereka dalam urusan ekonomi atau kegiatan lainnya. Hubungan baik yang saling menguntungkan antar negara dapat menjalin hubungan bilateral antar negara terkait. Menurut Kishan S Rana, masyarakat diaspora bisa menjadi mitra kunci dalam diplomasi ekonomi. Peran diaspora bisa pada level individu atau kelompok. Karena tujuan perdagangan dan investasi negara tersebut, diplomasi ekonomi antar negara terkait erat dan dipengaruhi oleh reputasi internasional negara tersebut (RANA).

D. Hipotesa

Berdasarkan pemaparan teori sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sementara, bahwa Indonesia dalam menjalankan Diplomasi Ekonominya menggunakan strategi Building Partnership dalam upaya untuk meningkatkan ekspor ikan kerapu ke pasar Hong Kong, dikarenakan dengan digunakannya strategi tersebut produk ekspor Indonesia dapat berkembang sesuai dengan pasar Internasional dan selalu mampu mengikuti tren produk saat ini sehingga dapat terus meningkatkan volume perdagangan Indonesia.

E. Jangkauan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada jangka waktu tahun 2016 hingga 2018, dikarenakan pada tahun 2016 perdagangan kerapu mengalami kenaikan kinerja yang positif dan saat itu pula diberlakukan larangan penangkapan lobster, kepiting dan rajungan. Dibatasi tahun 2018 karena adanya peningkatan pemberlakuan kapal angkut ikan hidup dan pembatasan ruang lingkup dalam penelitian ini diperlukan untuk mempersempit fokus agar tidak terlalu luas pembahasannya.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk memberikan informasi tentang diplomasi ekonomi kegiatan ekspor ikan kerapu dari Indonesia ke Hong Kong, serta dapat meningkatkan daya tarik negara lain dalam kegiatan impor ikan kerapu dari Indonesia. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat di bidang ekonomi tentang ekspor ke negara asing.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan sebagai teknik pengumpulan datanya. Data penelitian ini dikumpulkan dari literatur yang terkait dengan masalah tersebut di atas dan kemudian dianalisis. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai dokumen dari berbagai sumber, seperti buku, media online (*e-book, e-journal*), dan website yang terkait dengan permasalahan yang dibahas.

H. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi ke dalam lima bab pembahasan. Pengaturan tersebut ditujukan guna mempermudah menyampaikan alur pembahasan yang dialami pada setiap babnya. Penataan ini dilakukan agar informasi-informasi yang ada tidak tercampur dan dapat beraturan sesuai tahap pembahasan yang dilakukan. Berikut adalah rincian singkat terkait sistematika yang disajikan oleh penulis didalam setiap babnya:

BAB I Bagian ini menjabarkan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Dasar Teori, Hipotesa, Jangkauan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan. pemikiran, hipotesa, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Bagian ini membahas tentang potensi sumber daya

laut Indonesia dan kondisi pasar ikan laut di Hongkong,

BAB III Bagian ini membahas kegiatan diplomasi ekonomi Indonesia.

BAB IV Bagian ini merupakan bagian pembahasan peran diplomasi ekonomi, peluang, dan dampaknya terhadap ekspor ikan kerapu.

BAB V Bagian ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dari semua bab yang telah dijabarkan.

