

DIPLOMASI EKONOMI KADIN JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN PERDAGANGAN LUAR NEGERI 2011 - 2012

Rr. Eko Setyowati Redjeki

Email : esetyowati94@yahoo.com, eko.setyowati56@gmail.com

ABSTRAK

Diplomasi ekonomi merupakan media yang paling dominan dan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan negara-negara berkembang dalam memanfaatkan peluang dari globalisasi ekonomi. Perekonomian Global ditandai dengan makin tingginya intensitas hubungan antara aktor-aktor hubungan internasional, baik state aktor maupun non state aktor. Sebagaimana perluasan aktor dalam hubungan internasional, aktifitas ekonomi juga mengalami perluasan pelaku dengan semakin dominannya pelaku swasta. Bahkan merekalah yang sering disebut sebagai aktor utama dibalik aktifitas ekonomi negara. Telah tumbuh kesadaran yang semakin luas untuk menerapkan diplomasi multijalur untuk bekerjasama dan mencapai kepentingan negara. Oleh karenanya maka setiap negara berusaha untuk memperbesar sumber daya ekonominya melalui diplomasi dengan cara – cara damai. Penggunaan kekuatan ekonomi melalui *non state aktor* dalam mendukung kebijakan luar negeri juga semakin banyak dijumpai. Organisasi Internasional Kamar Dagang dan Industri (Kadin) memberi perhatian besar bagi kegiatan yang mendorong perekonomian. Kadin Provinsi Jawa Tengah turut berbenah menopang dalam kapasitas perannya sebagai mitra pemerintah, fasilitator, promotor dan juga terlibat dalam proses pengambilan kebijakan terkait bisnis di Indonesia . .

Kata Kunci : *Multitrack Diplomasi Ekonomi, Non State Actor*

Economic diplomacy media is the most dominant and became one of the key for developing countries in exploiting the opportunities of economic globalization

Global economy is marked by the increasing intensity of the relationship between the actors of international relations, both state actors and non-state actors. As the expansion of actors in international relations, economic activity is also undergoing expansion with the increasingly dominant actors private actors. In fact, they are often referred to as the main actor behind the country's economic activity is. Growing awareness of the increasingly widespread for implementing multipath diplomacy to work together and

achieve the interests of the state. Therefore, each country seeks to increase the economic resources through diplomacy in a way - the way of peace. The use of economic power through non-state actors in support of foreign policy is also increasingly common.

International Organization Chamber of Commerce and Industry (Kadin) gave great attention to activities that stimulate the economy. Chamber of Commerce of Central Java province helped improve the capacity sustain its role as the government's partner, facilitator, promoter and is also involved in policy decisions related to business in Indonesia. ,

Keywords: Multitrack Diplomacy Economy, Non State Actor

Pendahuluan

Transformasi ekonomi politik global telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan bangsa dan negara. Adalah Susan Strange (1988; 1992) yang pertama kali menyatakan bahwa telah lahir 'diplomasi' baru dalam sistem ekonomi global yakni perusahaan sehingga memunculkan triangular diplomacy, yaitu diplomasi antara negara dan negara, perusahaan dan perusahaan serta negara dan perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya, proses diplomasi, khusus-nya diplomasi ekonomi, tidak lagi bersifat triangular, Namun decagon atau segi delapan yang melibatkan jauh lebih banyak aktor semisal *non-governmental organisations* dan *international organisations* (Parreira2005). Seiring dengan semakin kompleksnya proses kerjasama ini, negara-negara dituntut untuk mampu meningkatkan kapabilitas mereka dalam hal menangani urusan ekonomi eksternal. Dalam mengelola relasi ini, diplomasi ekonomi merupakan media yang paling dominan dan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan negara-negara berkembang dalam memanfaatkan peluang dari globalisasi ekonomi

Sebagai negara berkembang dan negara dengan sumber daya ekonomi yang mumpuni, Indonesia merupakan salah satu pemain besar dalam relasi ekonomi global. Indonesia adalah pasar yang potensial karena daya beli masyarakat yang tinggi sehingga dijadikan tujuan utama bagi negara – negara lain untuk menjalin kerjasama dengan Indonesia .Kekuatan suatu negara sebagian besar tergantung pada sumber daya ekonominya . Penggunaan kekuatan ekonomi dalam mendukung kebijakan luar negeri juga semakin banyak dijumpai . Oleh karenanya maka setiap negara berusaha untuk memperbesar sumber daya ekonominya melalui diplomasi dengan cara – cara damai. .

Sebagaimana perluasan aktor dalam hubungan internasional , aktifitas ekonomi juga mengalami perluasan pelaku dengan semakin dominannya pelaku swasta. Bahkan merekalah yang sering disebut sebagai aktor utama dibalik aktifitas ekonomi negara . Individu , kelompok dan perusahaan swasta yang turut berkontribusi terhadap perekonomian negara. Aktifitas ekonomi mereka memiliki pengaruh besar terhadap ekonomi secara nasional .

Pernyataan pers tahunan Menteri Luar Negeri Marty Natalegawa bertajuk Refleksi 2011 Proyeksi 2012 , menyebut bahwa berbagai bentuk diplomasi ekonomi

juga terus dilakukan perwakilan RI di penjuru dunia.¹ Volume perdagangan Indonesia secara total mengalami peningkatan, namun kalau di break down pada ekspor impornya, masih mengalami defisit. Itu tandanya, volume perdagangan Indonesia masih mengalami defisit. Artinya pencapaian diplomasi di bidang ekonomi masih lemah dan perlu ditingkatkan. Kegagalan Indonesia memasukkan minyak sawit mentah sebagai produk ramah lingkungan di forum Asia Pasifik Economic Cooperation (APEC). Negosiasi dengan pihak mitra asing kerap kali tidak dilakukan dengan cermat dan sering diabaikan. Oleh karena itu upaya – upaya menggenjot terus diupayakan, dibutuhkan kemitraan antar instansi agar dapat menembus pasar lebih efektif. Strategi pemerintah dalam perdagangan luar negeri juga belum jelas. Sulitnya mencari *Indonesia Trade Centre* di luar negeri menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah Indonesia. Mengutip pernyataan ketua umum Kadin Indonesia Suryo Bambang Sulistyio diplomasi perdagangan internasional Indonesia masih lemah. Indikasinya dari beban yang ditanggung pengusaha nasional masih banyak. Akibatnya Indonesia selalu rugi dalam kancah perdagangan internasional. Seiring perkembangan jaman dan meningkatnya kompleksitas permasalahan global dalam era globalisasi. Tidak hanya state aktor saja yang mengambil peran dalam hubungan internasional, tapi juga non state aktor.

Organisasi Internasional Kamar Dagang dan Industri Kadin atau disingkat dengan Kadin termasuk kelompok bisnis. Melalui kegiatan perekonomian dan perdagangan, mempunyai potensi dan pengaruh yang ditimbulkannya sangat luar biasa karena terkait dengan kesempatan bisnis, kerjasama perdagangan, yang pada akhirnya menumbuhkan saling pengertian diantara bangsa – bangsa di dunia Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Jawa Tengah. sebagai mitra pemerintah dan sekaligus non state aktor menjembatani wadah komunikasi dan konsultasi mengenai hal – hal yang berkaitan dengan masalah perdagangan. Kadin turut berbenah menopang sebagai promotor, fasilitator dan juga terlibat dalam proses pengambilan kebijakan terkait bisnis.

Dari penjabaran diatas maka pertanyaan yang muncul. Bagaimana diplomasi ekonomi Kadin Jawa Tengah dalam meningkatkan perdagangan luar negeri

Kerangka Teoritis

Diplomasi

Didalam pembicaraan sehari – hari diplomasi mempunyai arti yang banyak dan variatif. Dalam *The Oxford English Dictionary*, diplomasi adalah manajemen hubungan internasional melalui negosiasi yang diselaraskan dan diatur oleh duta besar dan para wakil, bisnis, atau seni para diplomat. Dalam *The Hamber's Twentieth Century Dictionary*, diplomasi adalah seni berunding, khususnya tentang perjanjian diantara negara – negara; keahlian politik. Sedangkan Sir Earnest Satow dalam bukunya : *Guide in Diplomatic Practice* menyebut diplomasi sebagai sebuah

¹ <http://international.rakyatmerdekaonline.com/read/2012/01/05/5108/Menlu-Didesak> -Fokus

Kediplomasi Ekonomi

aplikasi dari sebuah kecerdasan dan kebijaksanaan untuk menghubungkan korelasi – korelasi yang berkenaan dengan jabatan diantara pemerintah di negara merdeka .²Jadi secara umum diplomasi dapat diartikan sebagai suatu hal yang menunjuk pada konsepsi tentang komunikasi antar negara dalam tataran politik global , yang menyangkut pengelolaan dari hubungan antar negara termasuk hubungan dengan negara – negara pelaku laian . Dewasa ini aktivitas diplomasi menunjukkan peningkatan peran yang sangat signifikan seiring dengan semakin kompleksnya isu – isu dalam hubungan international .Seperti yang kita ketahui bersama , bahwa hubungan international dalam kondisi kekinian pun tidak melulu hubungan pemerintah antar negara tapi juga meliputi hubungan antar masyarakat international . Dengan kata lain pula hubungan antar negara kini tidak hanya menggunakan model *First Track Diplomacy* (diplomasi jalur pertama) namun juga menggunakan model *Second Track Diplomacy* (diplomasi jalur kedua) yang melibatkan berbagai aktor dalam bidangnya masing – masing ; mulai dari warga sipil , kaum pebisnis atau kalangan profesional , kaum akademisi , organisasi non pemerintah , lembaga keagamaan , lembaga keuangan , hingga media massa . Maka dari itu setiap negara kini berlomba – lomba menjalankan diplomasi total dengan menggabungkan *First Track Diplomacy* dengan *Second Track Diplomacy* ,atau yang lazim disebut dengan *Multi Truck Diplomacy* .

Multi Track Diplomacy dan Non State Actor

Konsep multi truck diplomacy ini merupakan sebuah perluasan dari paradigma *track one (state actor)* dan *track two (non state actor)* yang telah membentuk kajian bidang ini dalam beberapa dekade terakhir . Dalam perkembangan sejarahnya konsep mengenai kedua jalur ini berawal dari sebuah kesadaran bahwa tidak selamanya sebuah interkasi formal , *ofisial* dan antar pemerintah diantara perwakilan yan ditugaskan oleh negara berdaulat masing – masing merupakan metode yang efektif dalam mencapai kerjasama internasional yang mutualistik ataupun menyelesaikan sebuah konflik perbedaan . Bahkan warga negara biasa dari berbagai macam latar belakang dan keahlian bisa menghadirkan sesuatu yang kredibel dan dapat membuat suatu bentuk perubahan positif demi kepentingan nasionalnya.³

Dalam konsep *multi track diplomacy* diperlukan juga pemahaman yang kompleks mengingat metode diplomasi satu ini memegang lingkup yang luas (*state actor* dan *non state actor*) dalam pelaksanaannya . *Multi Track Diplomacy* pada dasarnya adalah sebuah kerangka kerja konseptual dalam memandang proses perwujudan perdamaian internasional sebagai sebuah sistem kehidupan . Semuanya tercakup dalam sebuah model jaring – jaring yang saling terkait antara kegiatan ,

² <http://romeltea.com/pengertian-diplomasi>

³ Dr.Louse Diamond & Ambassador John Mc.Donald.1996 .*Multi Track Diplomacy A System Approach to Peace*.Third Edition .Sterling:Kumarian Press

individual, institusi dan komunitas yang bekerja bersama untuk satu tujuan tunggal, yaitu sebuah dunia dalam perdamaian (harmoni).

Berangkat dari model *Multi Track Diplomacy* yang digunakan untuk menjembatani kepentingan nasional sebuah negara dari berbagai kalangan, maka terdapat sembilan jalur utama yang bisa menjalankan aktivitas diplomasi tersebut, yakni antara lain:

1. Pemerintah atau menciptakan perdamaian lewat diplomasi (*peacemaking through diplomacy*). Segala hal yang berkenaan dengan jabatan diplomasi, pembuat kebijakan, dan pembangunan perdamaian yang disampaikan melalui aspek formal dari proses pemerintahan; para eksekutif, departemen negara, kongres, kantor perwakilan negara, kedubes dan lain – lain
2. Profesional (non pemerintah), menciptakan perdamaian lewat resolusi konflik, ini adalah jangkauan kegiatan profesional dari lembaga non pemerintah yang berusaha menganalisa, mencegah, memanager dan memecahkan konflik internasional
3. Bisnis, menciptakan perdamaian melalui sisi komersil atau perdagangan. Aspek ini adalah wilayah bisnis yang memiliki efek aktual dan potensialnya pada pembangunan perdamaian melalui visi keuntungan ekonomi, jaringan formal dan kemitraan internasional yang mendukung terciptanya perdamaian internasional
4. Warga sipil, menciptakan perdamaian melalui pelibatan seorang individu. Termasuk didalamnya berbagai macam warga negara menjadi terlibat dalam perdamaian dan kegiatan pembangunan diplomasi warga negara, program pertukaran, LSM, kelompok kepentingan khusus.
5. Peneliti, pelatihan dan tenaga pengajar, menciptakan perdamaian lewat pembelajaran
6. Aktifitas, menciptakan perdamaian lewat advokasi. Jalur ini meliputi wilayah aktifis perdamaian dan lingkungan seperti isu pelucutan senjata, HAM, keadilan sosial ekonomi dan advokasi pada kelompok kepentingan khusus yang memperhatikan kebijakan spesufik pemerintahan
7. Agamawan, menciptakan perdamaian dengan tindakan agama. Menyelidiki kepercayaan dan tindakan yang berorientasi pada perdamaian yang dilakukan oleh komunitas spiritual –religius dan melawan kekerasan politik.
8. Penyandang dana, menciptakan perdamaian melalui pendanaan riset. Ini menunjukkan komunitas peyandang dana seperti yayasan yang mendanai financial support untuk banyak kegiatan yang disepakati oleh jalur yang lain.
9. Media, menciptakan perdamaian melalui informasi. Ini adalah jangkauan suara rakyat; bagaimana opini publik dapat dikembangkan diekspreskan oleh media massa dan bagaimana kepentingan jalur – jalur sebelumnya bisa iinformasikan kepada rakyat melalui media ini.

Setiap dari sembilan *track* ini mempunyai dunianya sendiri, sesuai dengan filosofidan perspektifnya, tujuan, bahasa, attitude, kegiatan, diversifikasi budaya dan keanggotaannya. Pada saat yang sama, setiap dunia mereka ada pada konteks dunia yang lain. Sembilan *track* ini biasanya dalam Hubungan Internatsional dibagi kedalam dua bagian. Pertama *first track diplomacy*, dimana diplomasi dijalankan

oleh pemerintah , dan yang kedua , *second track diplomacy* , dimana elemen yang lainya yang menjalankan diplomacy . Elemen dari sistem ini secara luas jelas berbeda antara satu dan lainnya , sampai saat ini bagaimanapun juga mereka cukup berhubungan dan berinteraksi dengan yang lainnya untuk membangun energi sinergi yang membawa usaha mereka jauh lebih mudah atau bertambah satu per satu. diplomasi dijalankan oleh pemerintah .

Seperti yang telah kita bahas sebelumnya , bahwa tidak selalu diplomat atau duta besar yang bisa menjalin kerjasama lintas negara , tapi juga semua pihak yang menjalin hubungan internasional atas mandat dari negara. *Stateactor* memang memiliki peran penting dalam birokrasi hubungan dengan negara lain serta mempertahankan pertahanan dan keamanan negara .

Namun, seiring perkembangan zaman dan meningkatnya kompleksitas permasalahan global dalam era globalisasi , tidak hanya *stateactor* saja yang mengambil peran dalam hubungan internasional tapi juga *non state actor* . Seperti 1) Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) , 2) Trans-national Company , lazim disebut MNC (*Multi National Cooperation* ; organisasi nirlaba yang berdomisili ditiga atau lebih negara yang berdaulat , 3) Media International , 4) *International Terrorist* ; kelompok –kelompok bersenjata dalam organisasi kriminal , 5) religious movement ; gerakan yang mendasarkan pada moralitas , tempat ibadah , dan penolakan kekerasan politik dan 6) *trans – national diaspora communities*. Pengakuan aktor non –negara kedalam teori hubungan internasional secara inheren menjadi sebuah bukti bahwa interaksi antar – negara adalah hubungan utama minat dalam hal – hal peristiwa internasional

Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi atau diplomasi melalui ekonomi , adalah diplomasi yang dikaitkan dengan faktor – faktor ekonomi . Patut diakui bahwa tidak ada satu definisi ketat tentang diplomasi ekonomi . Namun diplomasi ekonomi dapat dimaknai sebagai *formulation and advancing policies relating to production , movement or exchange of goods , services , labor and investment in other countries* .⁴ GR Berridge dan Alan James memaknai konsep ini sebagai upaya sistematis yang dijalankan negara dalam *employing economic resources , either as rewards or sanctions in pursuit of a particular foreign policy objective* . Pengertian lain menyebut diplomasi ekonomi internasional sebagai segala upaya untuk menjalin , meningkatkan , dan memanfaatkan hubungan atau kerjasama dan – apabila diperlukan – dengan menggunakan kekuatan politik untuk mencapai tujuan – tujuan ekonomi .

Penggunaan kekuatan ekonomi dalam mendukung kebijakan luar negeri semakin banyak dijumpai . Dalam kajian tujuan politik luar negeri negara sumber daya ekonomi bisa digunakan sebagai imbalan (*rewards*) baik dijanjikan maupun diberikan (*promised or delivered*) atau hukuman (*punishment*) diberlakukan atau ditimpakan (*threatened or carried out*) . Dengan kata laian , sumber daya ekonomi

⁴ AA. Bayu Perwita. Optimalisasi Diplomasi Ekonomi Untuk Meningkatkan Ekonomi Nasional , dalam Tabloid Diplomasi Deplu No. 40 Tahun IV, 15 Februari – 14 Maret 2011

tersebut bisa diberikan , ditolak , maupun diambil (*given , denied or taken away*). Pertimbangan utama diplomasi terhadap kepentingan nasional harus berhubungan dengan kepentingan finansial , sebab kita juga harus memperhitungkan bahwa uang merupakan salah satu elemen kekuatan nasional yang terpenting . Dan karena pertimbangan utama diplomasi adalah peningkatan kepentingan nasional , maka harus berhubungan dengan pengertian finansial yang hendak dicapai .Cara kerja diplomasi ekonomi adalah sebagai berikut :

1. membuat analisis ,memahami dinamika ekonomi dari negara tujuan , kegiatannya membuat analisis prodkekspor dan impor negara penerima dan kawasan yang terdekat , profil investasi asing , teknomogi kekuasaan yang dimiliki dan sebagainya . Beberapa diplomat dituntut melakukan tur orientasi di negaranya sendiri sebelum menempati posisi baru di negara lain.
2. menyusun catatan perdagangan negara yang meliputi kepentingan memahami profil ekonomi mendasar negaranya , indikator utamanya , organisasi ekonomi , pajak , tarif , kebijakan bea cukai , perbankan dan struktur , nama – nama perusahaan ekspor impor . Panduan ini berguna untuk menjawab permintaan komersial umum dari negara asal . Catatan yang ada bisa dibandingkan dengan informasi dari kedubes negara lain
3. membuat jaringan keluar ; melibatkan kerjasama dengan mitra ekonomi , seperti usahawan lokal yang terkait aktivitas perdagangan bilateral dan investasi .
4. membangun kerjasama termasuk pekerjaan intenal dan kelima mengirimkan utusan dagang .

Ada empat hal yang menjadi pilar dalam kegiatan diplomasi ekonomi ⁵ : promosi perdagangan , promosi peluang investasi , menarik masuknya tehnologi yang memadai , pengelolaan bantuan ekonomi . Salah satu yang membedakan antara perdagangan dalam diplomasi ekonomi dengan marketing ekonomi biasa adalah tugas diplomasi perdagangan yang lebih luas , yakni mempromosikan negara dan promosi tersebut bergabung menjadi sebuah usaha untuk membangun citra negara
Penjelasan diatas mengingatkan kita bahwa masalah politik pada hakekatnya berawal dari masalah ekonomi , sehingga isu – isu ekonomi kemudian menjadi masalah penting . Pada saat ekonomi nasional menjadi penting maka peranan diplomasi ekonomi jelas meningkat . Disinilah bukti bahwa kebutuhan sebuah negara terhadap pengusaha – yang dalam hal ini sebagai pihak yang menjalankan kendali produksi dan pengiriman barang lintas negara – sangat tinggi , saat ini pemerintah di berbagai negara masih beranggapan baha pengusaha – pengusaha macam ini membero pemasukan yang sangat tinggi dalam sebuah negara . Kesalahan persepsi ini kemudian membuat proses diplomasi dan pembuatan kebijakan selalu dipengaruhi oleh kalangan pengusaha . Kejadian seperti ini bukan hal baru dalam

⁵ Sukawarsini Djelantik,2008.Diplomasi Antara Teori dan Praktek. (Yogyakarta : Graha Ilmu) hal. 233 - 236

dunia diplomasi , karena jauh sebelumnya para pakar diplomasi telah membicarakan konsep diplomasi komersial , perdagangan atau *shop – keeper*.

Selanjur dengan makin suburnya perkembangan diplomasi ekonomi yang membuat perdagangan international kian meningkat , hal ini tentunya juga menimbulkan tekanan yang makin besar dari produsen kepada pemerintah untuk mencari pasar – pasar baru dan memperoleh konsesi bagi barang dagangan mereka .

Dengan kata lain , para diplomat negara ini idealnya juga memberi perhatian sungguh – sungguh untuk memajukan kepentingan dagang negara Indonesia di negara lain . Dengan begitu perdagangan internasional Indonesia , terutama dalam bidang ekspor mendapat kemudahan dukungan penuh dari pemerintah dalam memperluas pasar internasionalnya , karena diplomasi ini juga mempunyai salah satu metode yang mensyaratkan perwakilan resmi suatu negara harus menampilkan sebuah kondisi yang cerah untuk ditampilkan ke negara lain.

Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa tulisan yang peneliti gunakan sebagai bahan tinjauan pustaka. Pertama, makalah yang berjudul “G-33 Sebagai Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Memperjuangkan *Special Product* dan *Spacial Safeguard* Memperjuangkan *Special Product* dan *Spacial Safeguard Mechanism* Dalam Perdagangan Multilateral World Trade oleh Marianne Olivia Dellanova Kawatu (Hubungan International Universitas Gajahmada). Makalah ini menjelaskan strategi diplomasi Indonesia dalam memperjuangkan *special product* dan *special safeguard mechanism* di forum perundingan perdagangan *multilateral World Trade Organization (WTO)*. Hal ini karena banyak permasalahan yang dihadapi oleh negara-negara berkembang, serta Indonesia, dalam perdagangan internasional di sektor pertanian. Sehingga mendorong negara berkembang termasuk Indonesia untuk G-33 merupakan sebuah koalisi bersama dimana 46 negara berkembang memutuskan untuk membentuk Group 33 atau yang biasa disingkat G-33 pasca Konferensi Tingkat Menteri (KTM) Cancun 2003. Dan juga penelitian tesis ini adalah untuk menggambarkan upaya-upaya diplomasi Indonesia dalam memperjuangkan *Special Product* dan *Special Safeguard Mechanism*. Penelitian tesis ini juga berupaya untuk menggali strategi diplomasi ekonomi yang efektif bagi negara berkembang anggota WTO, pada khususnya Indonesia dalam forum multilateral seperti WTO.

Sedangkan yang kedua adalah Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia. oleh PM. Erza Killian. (Hubungan International Universitas Brawijaya Malang) Makalah ini menjelaskan diplomasi ekonomi menjadi instrumen terpenting bagi negara dan karenanya ketidakmampuan negara dalam melakukan diplomasi ekonomi menjadi krusial . Dalam artikel ini ditemukan bukti bahwa diplomasi ekonomi Indonesia masih bersifat tradisional meskipun beberapa aktivitasnya digolongkan sebagai tipe *niche-focused* dan *evolving*. Kendati terdapat pergeseran paradigma, namun pergeseran itu belum signifikan dan masih bersifat sporadis. Karena itu, perlu ada perubahan dalam lima elemen diplomasi ekonomi

Indonesia, yakni external economic management, policy management, role of non-state actors, dan economic aid. Perubahan itu penting untuk mendapatkan strategi diplomasi ekonomi yang lebih komprehensif dan inklusif.

Alasan dasar kenapa diplomasi ekonomi ini harus dikembangkan adalah karena ini mencakup kepentingan semua pihak, baik pemerintah, perusahaan maupun masyarakat. Pemerintah Indonesia khususnya Departemen Luar Negeri tampaknya belum memiliki konsep yang jelas tentang tujuan diplomasi ekonomi Indonesia. Dalam arti, diplomasi ekonomi masih diartikan secara konvensional dan belum memberikan pandangan yang kritis terhadap tata kelola globalisasi keuangan yang sangat merugikan dari segi kepentingan nasional Indonesia.

Wacana di atas memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yang membedakan adalah pada makalah ini peneliti membatasi ruang lingkup penelitian yaitu Kamar Dagang dan Industri Jawa Tengah (Kadin Jateng) sebagai non state actor dalam melakukan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan perdagangan luar negeri. Analisis terhadap temuan (data – data dan fakta) yang diperoleh dengan terkait pola diplomasi ekonomi Kadin Jawa Tengah dalam meningkatkan perdagangan luar negeri tahun 2011 – 2013. Tidak tertutup kemungkinan penulis juga mengumpulkan data yang diperoleh dari tahun sebelum ataupun setelah tahun 2013 sebagai unit eksplanasi untuk memperkuat analisis.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah – masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa – apa yang berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.

Penelitian ini dilaksanakan di Kadin Provinsi Jawa Tengah. Alasan dipilihnya Kadin adalah selain sebagai non state actor, Kadin adalah organisasi internasional yang bergerak di bidang perekonomian yang keberadaannya ditetapkan melalui Keputusan Presiden No. 49,1973. Pada tahun 1987 keberadaan Kadin ditetapkan dengan Undang- Undang No. 1,1987

Sumber Data

Ditinjau dari sumbernya, data dalam penelitian ini diklasifikasi menjadi dua kelompok :

- a. Data dari sumber primer data yang diperoleh dari sumber pengamatan langsung maupun dengan wawancara dengan pihak terkait. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai langsung dengan pengurus Kadin Jawa Tengah dan staff ahli yang ada di Kadin Jawa Tengah, UKM yang tergabung dalam Kadin dan organisasi yang bernaung dibawah Kadin
- b. Data dari sumber sekunder, yakni data yang diperoleh peneliti dari sumber yang tidak langsung, yakni dari berbagai buku, dokumen, jurnal dan internet serta artikel yang koheran dengan masalah yang akan diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, dengan teknik pengumpulan data dari berbagai sumber sekunder. Yaitu melalui buku teks, pidato, lembaran-lembaran kerjasama (MoU) dalam bidang ekonomi di lingkup Kadin Jawa Tengah,, pernyataan pejabat diplomatik (*press released*), laporan atau jurnal diplomatik, artikel-artikel tentang Kadin , buku-buku penunjang, review penelitian dan sebagainya. Selain itu penulis juga akan menyerap informasi dari sumber-sumber elektronik yang membantu penulis dalam memperoleh data (yang biasa didapat melalui instrumen internet). Wawancara dengan Kadin Jawa Tengah

Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan tehnik analisis deskriptif kualitatif . Yang berarti data dan fakta yang diperoleh berdasarkan teori akan dianalisis secara sistematis , sehingga dapat memperlihatkan hubungan atau korelasi antara fakta yang satu dengan fakta yang lain

Hasil dan Pembahasan

Sebagai organisasi yang terus berupaya memperluas wilayah pemasarannya , Kadin Jateng melakukan serangkaian upaya pemasaran hampir di seluruh wilayah Indonesia dan luar negeri . Peningkatan citra dari negara pengirim merupakan tugas yang penting dan mendasar dari diplomasi yang terkait dan menjadi satu dengan kegiatan – kegiatan eksternal yang luas jangkauan , dan untuk mencapai itu dibutuhkan empat pilar dalam membangun diplomasi ekonomi . Adapun empat pilar diplomasi ekonomi yang telah dilakukan Kadin Jawa Tengah adalah sebagai berikut :

Promosi Pariwisata

Promosi ini dijalankan dengan mengikuti pameran event pariwisata dengan potensi pariwisata dan destinasi yang ada Jawa Tengah . Kadin bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Jawa Tengah , Biro Travel , restaurant , Hotel yang menyediakan mice (meeting , international , conference , exhibition) . Promosi dilakukan bertujuan menanamkan citra Jawa Tengah sebagai tempat tujuan wisata yang harus dikunjungi.

Pariwisata mempunyai multiple effect terhadap perekonomian , mendorong bisnis perhotelan , menggerakkan industri kecil yang membuat hasil kerajinan tangan untuk souvenir , menggiatkan kuliner dan wisata budaya lainnya.

- a. *Enchating Indonesia* di Singapura. adalah pameran pariwisata alam rangka menarik minat wisatawan Singapura ke , kegiatan ini menjadi agenda rutin tahunan yang diikuti Kadin Jateng bersama pelaku bisnis dan pengusaha *tour* dan *travel* , tempat wisata , *resort* , dan hotel . Yang merupakan ajang antara pelaku bisnis pariwisata Indonesia. dan Singapura
- b. *Indonesia Logistics Summit (ILS) 2011* dengan mengusung tema “ *Locally Integrated, Globally Connected* “. *Event* ini merupakan gabungan dari pameran dan konferensi yang bertujuan untuk membangkitkan logistic

nasional yang terwujud dalam pengawasan reformasi sistem logistik nasional agar cepat terlaksana. Sebagai forum pertemuan Logistik , ILS 2011 merupakan ajang untuk kegiatan temu bisnis B to B (antar industri) atau B to G (industri dengan pemerintah). Selain itu , stake holder dapat bertemu dan berinteraksi dengan pakar , profesional , dan pelaku dunia logistik baik dari dalam maupun luar negeri serta memperkenalkan program teknologi dan inovasi dalam produk jasa dan logistik . Melalui kegiatan ini pula , memperoleh peluang usaha dalam keterkaitan dunia logistik terbuka dengan lebar.

- c. *Natas Travel Fair (National Association of Travel Agents Singapore)* . Stand yang dikomandani oleh Kadin Jateng , dengan membawa delegasi pegiat pariwisata , travel agent dan Dinas Pariwisata Jawa Tengah
- d. Mendirikan ruang pameran atau Kadin Corner Jateng di setiap perwakilan Kadin di luar negeri .

Promosi Peluang Investasi

- a. Kerjasama Kadin Jateng dengan Selendia Baru,. Penandatanganan MOU antara duta besar RI – Agus Sriyono untuk Selendia Baru dengan ketua umum Kadin Jawa Tengah –Kukrit Suryo Wicaksono. Ditawarkan kepada pelaku usaha Jawa Tengah untuk memasok barang diantaranya berupa papan , kertas, karet , ban , furniture
- b. Penandatanganan MOU dengan Jerman , merupakan program kemitraan pendidikan kejuruan yang ada di Jawa Tengah dalam dukungannya kepada Kadin dengan memberikan training untuk mendukung percepatan sertifikasi vokasi profesi didaerah dan peningkatan SDM .
- c. Kerjasama Kadin Jateng dengan Amerika . Diwakili oleh konsul kedutaan besar AS Diane C Del Rosario , sektor furniture dan garmen tumbuh pesat di Amerika . Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Jateng . Sepanjang Januari – Februari 2011 , volume ekspor provinsi Jawa Tengah ke negara adidaya itu mencapai 164,17 juta dolar AS. Jumlah tersebut meningkat 42.36% dibandingkan periode yang sama tahun 2010 yang hanya 121,81 juta dolar AS. Angka ini merupakan 21.75 % dari total ekspor Jateng yang pada periode tersebut mencapai 754,67 juta dolar AS.
- d. Launching Portal E-Commerce KADIN "getasean.com", kerjasama KADIN Provinsi Jawa Tengah, GMB Malaysia dan Singapore Malay CCI yang bertujuan untuk mendorong perdagangan dan perluasan akses pasar ke luar negeri bagi UMKM Jawa Tengah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015.

Menarik Masuknya Tehnologi

1. *Green Technology* dengan Jerman . Selama lma tahun terakhir ini secara giat melakukan bisnis yang ramah lingkungan . hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha lokal untuk bekerjasama sebagai mitra

2. *Green Economy* . Upaya penanganan perubahan iklim yang telah dimanfaatkan oleh pengusaha batik dengan pewarnaan batik tanpa menggunakan bahan kimia di Pekalongan
3. Pemanfaatan air pegunungan untuk menghasilkan listrik dengan Pembangkit Tenaga Mikro Hidro dan pengelolaan air hujan menjadi air minum di Pekalongan.

Pengelolaan Bantuan Ekonomi

Bantuan asing tidak dalam bentuk dana , tetapi dalam bentuk bantuan kerjasama seperti trainer dari Jerman, Amerika , mengadakan pelatihan short course , ketrampilan kerja dan pengembangan sumber daya manusia.

Analisis Diplomasi Ekonomi Kadin Jawa Tengah Dalam Meningkatkan Perdagangan Luar Negeri

1. Melihat perkembangan Kadin selama ini , tidak ragu lagi bahwa organisasi tersebut , baik secara teoritis maupun empiris mempunyai peran yang cukup potensial dalam mengembangkan dunia usaha di Indonesia.
2. Diplomasi tidak harus berada di meja perundingan . Pendekatan melalui pameran sebagai bentuk promosi perdagangan telah sukses membuat UKM Jawa Tengah dengan produk unggulannya semakin dikenal di luar negeri. Stand di pameran merupakan *show room* sementara dan merupakan tempat yang ideal untuk melakukan komunikasi dagang baik dengan pembeli lama maupun baru. Pameran dagang memang sudah menjadi kebutuhan pokok bagi perusahaan yang ingin berkembang , karena melalui partisipasi pada pameran dagang kemungkinan untuk mendapatkan pembeli baru sangat tinggi . Hal ini menegaskan bahwa mengikuti promosi dan pameran di luar negeri sebagai wujud dari diplomasi ekonomi perlu dikembangkan lebih jauh . Disisi lain langkah Kadin dalam mempromosikan produk dan membuka peluang kerjasama dengan pebisnis asing terbuka lebar , dan disisi lain langkah pemerintah dalam mempromosikan corak, nuansa , culture khas Jawa Tengah bisa lebih optimal .
3. Sebagai langkah- langkah memfasilitasi promosi produk UKM ke luar negeri Kadin juga memasukkan program kerja kunjungan formal dan informal ke kantor – kantor perwakilan Indonesia di luar negeri dalam upaya menjembatani kerjasama ekonomi dan memperkenalkan produk UKM Indonesia melalui promosi , forum bisnis pameran dagang serta menghubungkan pelaku UKM Indonesia dengan pelaku UKM di luar negeri .
4. Perluasan pasar ekspor akan menambah devisa negara karena perdagangan antar negara memungkinkan eksportir Indonesia untuk menjual barang kepada masyarakat di luar negeri . Transaksi ini dapat menambah devisa negara . Dengan demikian kekayaan negara bertambah karena devisa merupakan salah satu sumber penerimaan negara.

Dalam hal ini keberhasilan perluasan pasar ekspor sangat bergantung kepada peran pengusaha dan pemerintahnya . Dengan kata lain keduanya harus mampu menciptakan sinergi . Sebagai refleksi multitrack diplomacy yang merupakan penggabungan dari diplomasi jalur pertama dan jalur kedua , Kadin sebagai sektor swasta bersama bersama dengan pemerintah bersinergi dalam memperkuat ekonomi domestik dan daya saing Indonesia . Kadin telah melakukan berbagai kegiatan dan terobosan untuk mengembangkan ekonomi *inclusive* yang *pro growth*, *pro poor* serta *pro enviroment*. Dalam rangka meningkatkan investasi , terutama dalam rangka pelaksanaan MP3EI dengan menyelenggarakan *Indonesia International Infrastructure Conference and Exhibition* , dalam *food security* Kadin telah menyelenggarakan berbagai diskusi dengan pihak pemerintah perguruan tinggi dan dunia usaha yang bermuara pada *Conference Feed Indonesia . Feed the World* yaitu program pangan yang mengacu pada pemerintah serta program *partnership on Indonesia 's Suistainable Agriculture* , melakukan pembiayaan sektor agribisnis kecil yaitu model KUR, model kredit ketahanan pangan , dalam meningkatkan UMKM kadin telah melakukan entrepreneurship training , mendorong revitalisasi pasar-pasar tradisional dengan tujuan untuk memperluas peluang bagi pedagang kecil . Semua dilakukan untuk mewujudkan *sustanable growth with equity* dalam rangka perekonomian *inclusive* . Sinergi semacam inilah yang sangat dibutuhkan dalam pencapaian angka ekspor yang maksimal bagi bangsa . Selaian melahirkan peluang marketing Kadin Jawa Tengah , dampak yang muncul dari kegiatan ini setidaknya adalah munculnya pengertian bagi masyarakat International terhadap Jawa Tengah . Pengertian ini diperoleh dari beraneka macam product – product UKM Indonesia khususnya di Jawa Tengah . Disinilah sentuhan diplomasi budaya terjadi . Dari pertemuan budaya ini muncul persepsi positif . Dari persepsi positif ini akan tumbuh kesepahaman yang membuka pintu kerjasama yang lebih luas . Persepsi ini sangat penting diperhatikan karena disatu sisi berkaitan dengan citra nasional . Di sisi lain , persepsi yang keliru bisa justru menimbulkan konflik.

Namun terlepas dari semua itu masih ada kendala – kendala dan hambatan yang terjadi dilapangan yaitu regulasi dari pemerintah yang sering berubah – ubah , seperti kebijakan yang menghambat ekspor seperti bea keluar , pajak – pajak tambahan . Hambatan klasik masih menjadi kendala diantaranya dalam hal kebijakan terutama kecepatan pengurusan ijin investasi dan berusaha , infrastruktur , hingga jaminan keamanan dalam berinvestasi dan berusaha .

Kesimpulan

Sebagai wujud *multi track diplomcyi* , promosi perdagangan tersebut telah melahirkan sebuah pengetahuan baru bagi masyarakat international terhadap Kadin Jateng sebagai payung organisasi dagang yang menjembatani seluruh kepentingan pengusaha , pemerintah dan swasta serta asing . . Aktor bisnis swasta ini bergerak mencari keuntungan ekonomi tetapi disaat yang sama juga turut mempromosikan kepentingan negara . Oleh karena itu diplomasi ekonomi merupakan strategi yang perlu terus dikembangkan di Indonesia.

Bahwa Diplomasi tidak harus dan melulu di meja perundingan , namun bisa dilakukan melalui pameran , pertukaran informasi , pertukaran budaya , dan pelatihan - pelatihan

DAFTAR PUSTAKA

Alexius Jemadu,2008. Politik Global dalam Teori dan Praktik (Yogyakarta : Graha Ilmu)

Sukawarsini Djelantik , 2008. Diplomasi antara Teori dan Praktek (Yogyakarta : Graha ilmu)

Dahlan Nasution , 1996. Politik International Teori dan Konsep. (Jakarta : Airlangga)

Bayne,N.dan S.S.Woolcock,2007."What is Economic Diplomacy dalam Bayne,N.dan S.Woolcock (eds),2007.The New Diplomacy : Decision – Making and Negotiations In ternational Economic Relations. Astigate Publshing Company

Andi Purwono, 2010 . Pengantar Metedologi Hubungan International . (Kudus : Maseifa)

Dr, Diamond . Lousie & Ambassador John Mc. Donald , 1996 . Multi Track Diplomacy A System Approach to Peace . Third Edition (Sterling : Kumarian Press)

Dari Media Massa :

AA. Bayu Perwita , Optimalisasi Diplomasi Ekonomi Untuk Meningkatkan Ekonomi Nasional, dalam Tabloid Diplomasi Deplu No. 40 Tahun IV , 15 Februari – 14 Maret 2011

Edrrida Pulungan , SE .S.Pd . Diplomasi Ekonomi Kadin – Pengembangan UKM Menuju Masyarakat Ekonomi Asean dalam harian Analisa 16 April 2012

KBRI Berlin : Hubungan Ekonomi RI – Jerman Semakin Intens , Tabloid Diplomasi , 22 April 2012

Dari Internet :

Mega Aldikawati ,” Diplomasi Ekonomi Indonesia : Plus Minus SEI terhadap Kebijakan Ekonomi Luar Negeri Indonesia : Summary From my paper for Foreign Polcicy Analysis Study diakses dari http://megaldikablogspot.com/2011/04/diplomasi_ekonomi.html

<http://www.iatengprov.go.id/visitjateng> 2013