

# KERJA SAMA EKONOMI DI KAWASAN AMERIKA & EUROPA



*Menembus Pasar Prospektif*

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa  
Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan  
Kementerian Luar Negeri  
2016







# **Kerja Sama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif**

PUSAT PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KEBIJAKAN  
KAWASAN AMERIKA DAN EROPA  
BADAN PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KEBIJAKAN  
KEMENTERIAN LUAR NEGERI  
2016

**Kerjasama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa:  
Menembus Pasar Prospektif**

xxi + 148 ; 17 cm x 24 cm

**Pertama diterbitkan di Indonesia pada tahun 2016**

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa  
Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan  
Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia  
Jalan Taman Pejambon No. 6  
Jakarta Pusat 10110  
Indonesia

Email : p3k2.amerop@kemlu.go.id

Editor : Leonard F. Hutabarat, Ph.D.

ISBN : 978-602-72818-2-0

©2016 Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa

# KATA PENGANTAR



Diplomasi ekonomi merupakan satu dari 4 (empat) prioritas kebijakan luar negeri Indonesia di bawah Pemerintahan Presiden Joko Widodo 2014-2019. Pelaksanaan diplomasi ekonomi diharapkan dapat membantu pencapaian target perekonomian nasional tahun 2019, di antaranya peningkatan ekspor nasional sebesar 65%, investasi mencapai USD 72,46 miliar, dan kunjungan wisatawan asing sebesar 20 juta orang.

Di tengah dinamika geo-politik dan geo-ekonomi global saat ini, pencapaian target tersebut menghadapi sejumlah kendala yang semakin kompleks. Perlambatan pertumbuhan perekonomian dunia, khususnya RRT sebagai salah satu mitra dagang utama Indonesia telah berkontribusi signifikan dalam penurunan ekspor nasional tahun 2015 sebesar 14 persen. Hasil pemilu Amerika Serikat yang dimenangkan oleh Donald J. Trump turut membawa ketidakpastian bagi pemulihan perekonomian dunia dan kebijakan ekonomi Amerika Serikat sebagai mitra dagang terbesar ketiga Indonesia.

Kawasan Amerika dan Eropa merupakan kawasan yang menyumbang 66% *Gross Domestic Product* (GDP) dunia. Namun, ekspor Indonesia ke kedua kawasan tersebut hanya 23% dari total ekspor Indonesia ke seluruh dunia (2014). Dari jumlah tersebut pun perdagangan Indonesia masih didominasi oleh Amerika Serikat dan negara-negara Eropa Barat. Padahal, kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah Timur memiliki *emerging economies* yang prospektif sebagai pasar alternatif.

Pasar prospektif bukanlah wacana baru sebagai alternatif pasar di tengah kelesuan ekonomi. Namun, hingga saat ini belum ada kajian yang secara komprehensif mengangkat peluang Indonesia ke negara-negara tersebut. Terlebih lagi, dalam menargetkan negara pasar prospektif diplomasi ekonomi membutuhkan strategi dan pendekatan yang terukur. Pemikiran tersebut melatarbelakangi Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan (Pusat P2K2) Amerika dan Eropa, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan (BPPK), Kementerian Luar Negeri untuk menyusun kajian mandiri dengan tema “**Kerja Sama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif**”.

Kajian ini berupaya mengidentifikasi negara pasar prospektif di kawasan Amerika dan Eropa dengan menggabungkan pendekatan *Market Potential Index* (MPI) dan analisa kualitatif dengan mempertimbangkan aspek geo-strategis serta faktor kedekatan hubungan bilateral dengan Indonesia. Sebagai hasil dari kajian, telah disusun sejumlah strategi dalam meningkatkan hubungan bilateral di bidang perdagangan, investasi dan pariwisata dengan keempat negara pasar prospektif di kedua kawasan, yaitu Meksiko dan Chile (Amerika Latin) serta Polandia dan Turki (Eropa Tengah dan Timur).

Dalam upaya memperkuat strategi diplomasi ekonomi Indonesia, diharapkan kajian ini dapat menjadi rujukan dalam mengembangkan potensi kerjasama ekonomi Indonesia dengan negara-negara pasar prospektif. Semoga kajian ini dapat memberikan sumbangan positif dalam pencapaian target diplomasi ekonomi Indonesia. Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan kajian ini.

Jakarta, Desember 2016

Siswo Pramono, Ph.D.  
Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan (BPPK)  
Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia

# RINGKASAN EKSEKUTIF

Sebagai perwujudan diplomasi ekonomi yang menopang kemandirian ekonomi nasional, sesuai Visi-Misi Presiden/Wakil Presiden dan prioritas kebijakan luar negeri Indonesia, Kementerian Luar Negeri dituntut untuk selalu memantau dan menyikapi perkembangan geo-politik dan ekonomi global yang berdampak pada kepentingan nasional Indonesia.

Dalam beberapa dekade terakhir muncul sejumlah perubahan signifikan konstelasi politik dan ekonomi internasional. Berakhirnya Perang Dingin mendorong pergeseran fokus aliansi antar negara kepada peningkatan kerjasama ekonomi melalui blok-blok perdagangan antar kawasan atau regionalisme ekonomi. Di sisi lain, sejumlah negara yang ditopang sumber daya alam, manusia dan posisi strategisnya, muncul sebagai kekuatan ekonomi baru yang sedang berkembang (*emerging economies*). Keberadaan *emerging economies* ini menjadi penting, khususnya di saat krisis ekonomi global mengancam pertumbuhan dan daya tahan ekonomi negara-negara ekonomi maju yang menjadi pasar tradisional Indonesia.

Krisis ekonomi global di tahun 2008 memaksa Pemerintah Indonesia untuk melakukan langkah antisipatif dengan mencari pasar prospektif baru di luar kawasan pasar tradisional Indonesia. Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur merupakan dua kawasan yang menunjukkan perkembangan ekonomi cukup menjanjikan yang belum ditangani secara maksimal oleh para pelaku usaha Indonesia. Berdasarkan kajian *Market Potential Index* (MPI) yang dilakukan Tim Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, terdapat dua negara di kawasan Amerika Latin, yaitu Meksiko dan Chile, dan dua negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur, yaitu Turki dan Polandia, yang perlu mendapat perhatian khusus karena keberhasilan mereka tumbuh sebagai *emerging economies*.

Meksiko dan Turki tercatat sebagai dua negara yang bersama dengan Indonesia menjadi anggota MIKTA (*Mexico, Indonesia, Republic of Korea, Turkey and Australia*), kemitraan informal *emerging economies*; Meksiko dan Chile juga bersama Indonesia menjadi bagian dari APEC (*Asia Pacific Economic Cooperation*). Sementara Polandia memainkan peran ganda sebagai negara kawasan Eropa Timur yang tumbuh pesat dengan akses ke Uni Eropa. Turki dengan posisi strategisnya di antara kawasan Asia dan Eropa serta perkembangan pesat ekonomi dan pengaruh politiknya dalam satu dekade terakhir merupakan pasar sekaligus pintu masuk bukan hanya ke kawasan Eropa tetapi juga ke kawasan Asia Barat dan Asia Tengah.

Di tengah upaya Pemerintah RI mendorong pertumbuhan ekspor serta peningkatan investasi dan pariwisata, keberadaan empat negara prospektif di kedua kawasan tersebut menjanjikan pasar ekspor dan pariwisata serta sumber investasi alternatif. Untuk itu

diperlukan strategi diplomasi ekonomi yang efektif guna memaksimalkan potensi dan peluang yang tersedia di kedua kawasan bagi kepentingan *Trade, Tourism and Investment* (TTI) Indonesia. Kajian ini mencoba menggali dan mengidentifikasi potensi pasar yang tersedia di empat negara tersebut, peluang dan tantangan yang perlu diatasi serta strategi diplomasi ekonomi yang tepat guna memenangkan persaingan pasar.

Berdasarkan kajian Tim Pusat P2K2 Amerika dan Eropa dengan masukan dari berbagai pihak, diidentifikasi sejumlah strategi Diplomasi Ekonomi yang perlu dilakukan, antara lain:

1. Koordinasi dan sinergi kebijakan antar Kementerian/Lembaga terkait;
2. Memperkuat *market* dan *economic intelligence* guna mengidentifikasi produk ekspor, proyek investasi dan produk/obyek pariwisata yang potensial untuk dikembangkan serta identifikasi peta persaingan dalam merebut pasar di Chile, Meksiko, Polandia dan Turki;
3. Mendorong pelaku usaha memaksimalkan potensi pasar di negara-negara prospektif tersebut dengan didukung oleh diseminasi informasi yang tepat dan berkesinambungan oleh Pemerintah;
4. Mendorong penyusunan kesepakatan perdagangan dalam kerangka bilateral dan optimalisasi, implementasi dan diseminasi hasil kesepakatan perdagangan dalam kerangka regional antara RI dengan negara-negara pasar prospektif tersebut;
5. Meningkatkan upaya promosi TTI secara terpadu dengan perwakilan K/L terkait.

Hasil Kajian ini diharapkan tidak berhenti sekedar kajian tetapi juga dapat diimplementasikan sebagai rekomendasi kebijakan Pemerintah RI. Kajian ini juga diharapkan sebagai langkah awal Indonesia menguasai pasar di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur dan menjadikan pasar alternatif di kedua kawasan tersebut sebagai penyumbang devisa yang tidak kalah besarnya dibanding negara-negara pasar tradisional Indonesia.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa  
Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia



# TIM PUSAT P2K2 AMERIKA DAN EROPA

## **Pengarah**

Siswo Pramono, Ph.D.  
Kepala BPPK

## **Penanggungjawab**

Siswo Pramono, Ph.D.  
Kepala BPPK

## **Ketua**

Leonard F. Hutabarat, Ph.D.  
Kepala Pusat P2K2 Amerika dan Eropa

## **Editor**

Leonard F. Hutabarat, Ph.D.  
Kepala Pusat P2K2 Amerika dan Eropa

## **Anggota**

Arsi Dwinugra Firdausy  
Tuty Dityawanty  
Erna Herlina  
Oktavia Maludin  
Silvia Juliana Malau  
Tri Astuti  
Deni Sandra  
Linda Widiyanti  
Khotijahtus Sadiyah  
Radityo Panjaitan  
Dea Kurniawan Pradana  
Sitti Muthia Hasanah  
Dicky H.P. Sujatmiko  
Umi Riyanti



# UCAPAN TERIMA KASIH

**Siswo Pramono, Ph.D.**

Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan  
Kementerian Luar Negeri

**Duta Besar Salman Al Farisi**

Staf Ahli Bidang Hubungan Kelembagaan  
Kementerian Luar Negeri

**Duta Besar Djauhari Oratmangun**

Staf Khusus Menteri Luar Negeri untuk Isu-Isu Strategis  
Kementerian Luar Negeri

**H.E. George A. Dogoritis**

Duta Besar Yunani untuk Republik Indonesia

**Prof. Dewi Fortuna Anwar**

Deputi Bidang Dukungan Kebijakan Pemerintahan  
Sekretariat Wakil Presiden RI

**Ir. Agung Kuswandono, MA**

Deputi Bidang SDA dan Jasa  
Kementerian Koordinator Bidang Maritim

**Dr. Ir. Kasan Muhri, MM**

Staf Ahli Menteri Perdagangan Bidang Hubungan Internasional  
Kementerian Perdagangan

**Prof. Dr. Ir. Rokhmin Dahuri**

Guru Besar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Institut Pertanian Bogor

**Prof. Bob S. Hadiwinata, Ph.D.**

Guru Besar Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

**Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D.**

Guru Besar Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang

**Prof. Dr. Hj. Aelina Surya**

Guru Besar Universitas Komputer Indonesia, Bandung

**Gustanto D. Surakusuma**

Asisten Deputi Kerja Sama Ekonomi Amerika dan Pasifik  
Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

**Ina Hagniningtyas Krisnamurthi**

Direktur Kerja Sama Ekonomi ASEAN  
Kementerian Luar Negeri

**Dr. Iur Damos Dumoli Agusman**  
Sekretaris Direktorat Jenderal Hukum dan Perjanjian Internasional  
Kementerian Luar Negeri

**Dra. Tuti Prahastuti**  
Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor  
Kementerian Perdagangan

**Djatismiko Bris Witjaksono, SE., M.SIE**  
Direktur Perdagangan Bilateral  
Kementerian Perdagangan

**Ir. Sri Nastiti Budianti M.Si.**  
Kepala Pusat Kerja Sama Perdagangan Internasional  
Kementerian Perdagangan

**Adriana Elisabeth, Ph.D.**  
Kepala Pusat Penelitian Politik, LIPI

**Titi Kanti Lestari, SE., M. Comm**  
Direktur Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata  
Badan Pusat Statistik

**Noldy Tuerah, Ph.D.**  
Kepala BP Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu (KAPET)  
Manado-Bitung, Sulawesi Utara

**Philips J. Vermonte, Ph.D.**  
Direktur Eksekutif *Center for Strategic and International Studies* (CSIS), Jakarta

**Yose Rizal Damuri, Ph.D.**  
Kepala Departemen Ekonomi *Center for Strategic and International Studies* (CSIS), Jakarta

**Evi Fitriani Ph.D.**  
Ketua Departemen Hubungan Internasional, FISIP,  
Universitas Indonesia, Jakarta

**Edy Prasetyono, Ph.D.**  
Ketua Program Studi S-2 Hubungan Internasional, FISIP,  
Universitas Indonesia, Jakarta

**Michelle Limenta, Ph.D.**  
*Director of Center for International Trade and Investment*  
Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang

**Kiki Verico, Ph.D.**  
Wakil Kepala Bidang Penelitian  
Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM)  
Universitas Indonesia, Jakarta

**Siti Mutiah Setyawati, Ph.D.**  
Dosen / *Institute of International Studies*, Departemen Hubungan Internasional  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

**Fithra Faisal Hastiadi, Ph.D.**  
Dosen Fakultas Ekonomi / Peneliti Lembaga Penelitian Ekonomi Masyarakat (LPEM)  
Universitas Indonesia, Jakarta

**Dr. Siswanto**  
Peneliti Pusat Penelitian Politik, LIPI

**Dr. Raymond Atje**  
*Senior Fellow* Center for Strategic and International Studies (CSIS), Jakarta

**Dipl. Ing. Ade Sudrajat**  
Ketua Umum, Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API)

**Kevin Hartanto**  
Sekretaris Jenderal  
Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API), Jawa Barat

**Prof. Donald E. Weatherbee**  
Professor Emeritus, *University of South Carolina*

**Prof. Alfred H.A. Soons**  
*Professor of Public International Law,*  
Utrecht University / *Netherlands Institute for the Law of the Sea (NILOS)*

**Duta Besar Arifin C. Siregar**  
*Co-Chair and USINDO Advisor*

**Suzie Sudarman, Ph.D.**  
*USINDO Advisor*

**Julio Arias**  
*Political Counsellor / Head of Political, Press and Information Section*  
Delegasi Uni Eropa untuk Republik Indonesia dan Brunei Darusalam, Jakarta

**Harry McDonald**  
*Counsellor of Foreign Policy and ASEAN*  
Kedutaan Besar Inggris di Jakarta

**Hazelia Margaretha**  
*Country Representative USINDO, Jakarta*

**Ferry Samuel Jacob, SH., MM**  
Kepala Bidang Bilateral, Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Internasional,  
Kementerian Perdagangan



# DAFTAR ISI

<b>TIM PUSAT P2K2 AMERIKA DAN EROPA .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.   UMUM.....	1
B.   TUJUAN PENELITIAN.....	3
C.   PERMASALAHAN.....	4
D.   STRUKTUR KAJIAN .....	4
E.   METODE PENELITIAN .....	5
<b>BAB II    DIPLOMASI EKONOMI SEBAGAI PRIORITAS KEBIJAKAN LUAR           NEGERI INDONESIA.....</b>	<b>7</b>
A.   TANTANGAN PEREKONOMIAN GLOBAL .....	7
1. PERLAMBATAN EKONOMI GLOBAL .....	7
2. DINAMIKA REGIONALISME EKONOMI.....	13
3. MUNCULNYA KEKUATAN EKONOMI BARU ( <i>EMERGING MARKET ECONOMIES/EME</i> ) .....	18
B.   DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA .....	21
1. KONSEP DIPLOMASI EKONOMI .....	21
2. KEBIJAKAN EKONOMI LUAR NEGERI PRESIDEN JOKO WIDODO.....	25
<b>BAB III    PASAR PROSPEKTIF DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA .....</b>	<b>33</b>
A.   OPTIMALISASI PASAR PROSPEKTIF DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA.....	33
1. PENURUNAN PERMINTAAN PASAR UTAMA DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA.....	34
2. RISIKO GEO-POLITIK DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA .....	38

3. MENGUATNYA PERSAINGAN DALAM MEMPEREBUTKAN PASAR ALTERNATIF .....	40
B. KAWASAN AMERIKA LATIN SEBAGAI PASAR PROSPEKTIF BAGI INDONESIA.....	51
C. PASAR PROSPEKTIF SASARAN DI KAWASAN AMERIKA LATIN.....	59
1. MEKSIKO .....	59
2. CHILE.....	64
D. KAWASAN AMERIKA EROPA TENGAH DAN TIMUR SEBAGAI PASAR PROSPEKTIF BAGI INDONESIA.....	69
E. PASAR PROSPEKTIF SASARAN DI KAWASAN EROPA TENGAH DAN TIMUR .....	82
1. POLANDIA.....	82
2. TURKI .....	92
F. PENGUATAN DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DI PASAR PROSPEKTIF AMERIKA LATIN DAN EROPA TENGAH DAN TIMUR.....	102

<b>BAB IV STRATEGI DIPLOMASI EKONOMI DENGAN EMPAT NEGARA PROSPEKTIF DI KAWASAN EROPA DAN AMERIKA.....</b>	<b>105</b>
A. MEKSIKO .....	105
1. PERDAGANGAN.....	105
2. INVESTASI.....	106
3. PARIWISATA.....	107
B. CHILE.....	108
1. PERDAGANGAN .....	109
2. INVESTASI.....	111
3. PARIWISATA.....	111
C. POLANDIA .....	112
1. PERDAGANGAN .....	113
2. INVESTASI.....	115
3. PARIWISATA.....	115
D. TURKI .....	118
1. PERDAGANGAN .....	120
2. INVESTASI.....	121
3. PARIWISATA.....	122
E. BEBERAPA STRATEGI UMUM LAIN.....	124



<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>126</b>
A. KESIMPULAN.....	126
B. REKOMENDASI .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>INDEKS .....</b>	<b>143</b>



# DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. <i>European Economies: Real GDP, Consumer Prices, Current Account Balance, and Unemployment</i>	11
Tabel 2. <i>Western Hemisphere Economies: Real GDP, Consumer Prices, Current Account Balance, and Unemployment</i>	12
Tabel 3. <i>Emerging Market Economies (EME)</i>	21
Tabel 4. Daftar Menteri Penghubung	28
Tabel 5. Skala Prioritaa Hubungan Luar Negeri RI dengan Kawasan Eropa dan Amerika	56
Tabel 6. GDP Negara-negara Amerika Latin Periode 2015-2020 (dalam USD milyar)	59
Tabel 7. <i>Purchasing Power Parity</i> Negara-negara Amerika Latin Tahun 2015 dan Proyeksi 2020 (dalam USD)	60
Tabel 8. <i>Market Potential Index</i> Negara-negara Kawasan Amerika Latin Tahun 2014-2016	64
Tabel 9. Neraca Perdagangan Indonesia-Meksiko Periode 2011-2015	65
Tabel 10. Impor oleh Meksiko dari Negara-negara ASEAN 2011-2014	66
Tabel 11. Impor <i>Top 20 Products</i> Meksiko dari Dunia Periode 2011-2015 (Perbandingan dengan Negara-negara ASEAN)	67
Tabel 12. Neraca Perdagangan Indonesia-Chile Periode 2011-2015	71
Tabel 13. Impor oleh Chile dari Negara-negara ASEAN	71
Tabel 14. Impor Top 20 Products Chile dari Indonesia Periode 2011-2015 (Dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)	73
Tabel 15. Proyeksi Pertumbuhan GDP di Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2016-2020 (dalam persen)	78
Tabel 16. Perdagangan Bilateral Indonesia dengan Negara-negara Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam ribu USD)	84

Tabel 17.	<i>Market Potential Index</i> Negara-negara Eropa Tengah dan Timur Tahun 2014-2016	86
Tabel 18.	Peringkat Indikator <i>Market Potential Index Emerging Economies</i> Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2016	87
Tabel 19.	Neraca Perdagangan Indonesia-Polandia Periode 2011-2015 (dalam ribu USD)	91
Tabel 20.	Impor Polandia dari Negara-negara ASEAN Periode 2011-2015 (dalam ribu USD)	91
Tabel 21.	Impor Top 20 Products Polandia dengan Dunia Periode 2011-2015 (Dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)	93
Tabel 22.	Neraca Perdagangan Indonesia-Turki Periode 2011-2015	101
Tabel 23.	Impor Turki dari Negara-negara di ASEAN Tahun 2011-2014	101
Tabel 24.	Impor <i>Top 20 Products</i> Turki dengan Dunia 2011-2015 (dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)	103
Tabel 25.	<i>Mexico: Outbound Tourism</i> 2016 (Thousand)	115
Tabel 26.	Ranking Negara Tujuan Wisatawan asal Polandia	123
Tabel 27.	Neraca Perdagangan Indonesia dengan Turki Periode 2011-2016	128
Tabel 28.	Rekapitulasi Komitmen dan Realisasi Investasi 10 Negara di Indonesia	129

# DAFTAR GRAFIK

	Hal.
Grafik 1. Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi Global Periode 2010-2016 (dalam %)	10
Grafik 2. <i>Capital Inflows and Outflows for Emerging Market Economies</i> 2000-2015	14
Grafik 3. Tingkatan Regionalisme Ekonomi	15
Grafik 4. Perkembangan RTA Global 1948-2016	18
Grafik 5. Persentase CRRTA per Februari 2005	20
Grafik 6. Pertumbuhan GDP Global	22
Grafik 7. Persentase Ekspor Indonesia ke Negara Mitra di Kawasan Amerika	30
Grafik 8. Persentase Ekspor Indonesia ke Negara Mitra di Kawasan Eropa	31
Grafik 9. <i>World Importers 2015 and Annual Growth In Value Between</i> 2011 - 2015	40
Grafik 10. Pertumbuhan Nilai Impor Mitra Dagang Tradisional Indonesia Di Kawasan Amerika dan Eropa Periode 2011 - 2015	41
Grafik 11. Perdagangan Bilateral RI-Amerika Selatan Tahun 2015	62
Grafik 12. Populasi di Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam juta jiwa)	76
Grafik 13. Pertumbuhan Ekonomi Subkawasan Eropa Tengah dan Timur	77
Grafik 14. Pertumbuhan GDP Negara-negara Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam persen)	78
Grafik 15. GDP Negara-negara Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 dan Proyeksi 2016-2020 (dalam USD milyar)	79
Grafik 16. <i>Purchasing Power Parity</i> di Kawasan ETT Periode 2015-2020 (dalam USD)	80
Grafik 17. <i>Chile-Outbound Tourism Indicators-Departures</i>	119

Grafik 18.	<i>Percentage of Polish Residents Who Has Made Domestic Holidays, Outbound Holidays and Both kind of Holiday 2013</i>	124
Grafik 19.	<i>Top 20 OIC Destination Scores</i>	130

# DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. Peta Kawasan Amerika dan Eropa	xxi
Gambar 2. <i>Regional Trade Agreement (RTA) Global</i>	19
Gambar 3. <i>Rapid Growth in Emerging Economies</i>	22
Gambar 4. Konsep Diplomasi Ekonomi	26
Gambar 5. Investasi RRT di Amerika Latin Periode 2005 – 2015	48
Gambar 6. Proyek <i>Twin Ocean Railroad</i> RRT di Amerika Latin	49
Gambar 7. Jalur One Belt One Road RRT	53
Gambar 8. Peta Posisi Geografis Indonesia - Amerika Latin	57
Gambar 9. Peta Posisi Geografis Indonesia - Eropa Tengah dan Timur	75





# DAFTAR SINGKATAN

AIIB	<i>Asian Infrastructure Investment Bank</i>
APEC	<i>Asia Pacific Economic Cooperation</i>
AS	Amerika Serikat
ASEAN	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>
BKPM	Badan Koordinasi Penanaman Modal
BPS	Badan Pusat Statistik
Brexit	<i>British exit</i>
BRICS	<i>Brazil, Russia, India, China and South Africa</i>
CEFTA	<i>Central European Free Trade Agreement</i>
CEPA	<i>Comprehensive Economic Partnership Agreement</i>
CIS	<i>Commonwealth of Independent States</i>
CIVETS	<i>Colombia, Indonesia, Vietnam, Egypt, Turkey and South Africa</i>
CPA	<i>Comprehensive Partnership Agreement</i>
CRRTA	<i>Cross Regional Regional Trade Agreement</i>
CU	<i>Customs Union</i>
D-8	<i>Development-8</i>
DDA	<i>Doha Development Agenda</i>
DT	Diskusi Terbatas
EAEU	<i>Eurasian Economic Union</i>
EAS	<i>East Asia Summit</i>
ECLAC	<i>Economic Commission for Latin America and the Caribbean</i>
ECOSOC	<i>Economic and Social Council</i>
EFTA	<i>European Free Trade Association</i>
EIA	<i>Economic Integration Agreement</i>
EIU	<i>Economic Intelligence Unit</i>
EME	<i>Emerging Market Economies</i>

ETT	Eropa Tengah dan Timur
EU-NODA	<i>European Union Notice of Data Availability</i>
EU-RED	<i>European Union Renewable Energy Directive</i>
FDI	<i>Foreign Direct Investment</i>
FEALAC	<i>Forum for East Asia-Latin America Cooperation</i>
FGD	<i>Focus Group Discussion</i>
FKKLN	Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri
FTA	<i>Free Trade Area</i>
G-20	<i>Group of Twenty</i>
GDP	<i>Gross Domestic Product</i>
GMTI	<i>Global Muslim Travel Index</i>
HAM	Hak Asasi Manusia
IMF	<i>International Monetary Fund</i>
IMO	<i>International Maritime Organization</i>
ISPO	<i>Indonesian Sustainable Palm Oil</i>
ITU	<i>International Telecommunication Union</i>
IUU Fishing	<i>Illegal, Unreported, and Uregulated Fishing</i>
Kemendag	Kementerian Perdagangan
Kemlu	Kementerian Luar Negeri
KTT	Konferensi Tingkat Tinggi
MIKTA	<i>Mexico, Indonesia, Republic of Korea, Turkey and Australia</i>
MoU	<i>Memorandum of Understanding</i>
MPI	<i>Market Potential Index</i>
NAFTA	<i>North American Free Trade Agreement</i>
NATO	<i>North Atlantic Treaty Organization</i>
NKRI	Negara Kesatuan Republik Indonesia
OECD	<i>Organization for Economic Cooperation and Development</i>
P2K2	Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan
PBB	Perserikatan Bangsa-Bangsa
PDB	Produk Domestik Bruto

PDD	<i>Policy Dialogue and Discussion</i>
PPC	<i>Policy Planning Consultation</i>
PPD	<i>Policy Planning Dialogue</i>
PRM	<i>Policy Research Meeting</i>
RCEP	<i>Regional Comprehensive Economic Partnership</i>
RI	Republik Indonesia
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
RRT	Republik Rakyat Tiongkok
RTA	<i>Regional Trade Agreement</i>
SKBIT	Sidang Komisi Bersama Indonesia-Turki
ToR	<i>Terms of Reference</i>
TPP	<i>Trans-Pacific Partnership</i>
TTI	<i>Trade, Tourism, Investment</i>
TTIP	<i>Transatlantic Trade and Investment Partnership</i>
UE	Uni Eropa
WTO	<i>World Trade Organization</i>

**Gambar 1. Peta Kawasan Amerika dan Eropa**



---

# BAB I

---

## PENDAHULUAN



***“Kajian yang komprehensif berperan instrumental bagi tersusunnya rekomendasi kebijakan yang tepat guna mendukung Diplomasi Ekonomi Indonesia”***





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. UMUM

Diplomasi ekonomi saat ini telah menjadi fokus kepentingan sebagian besar negara di dunia, termasuk Indonesia, sebagai upaya untuk mengembangkan perekonomian di masa mendatang. Peningkatan diplomasi ekonomi telah menjadi salah satu prioritas kebijakan luar negeri Indonesia untuk tahun 2014-2019. Hal tersebut telah dirumuskan sesuai dengan visi misi Presiden yang dijabarkan dalam Nawa Cita, Trisakti, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2015-2019, dan Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Luar Negeri (Kemlu) 2015-2019. Dari berbagai aspek diplomasi ekonomi, salah satu yang menjadi prioritas selama periode 2015-2019 adalah bagaimana Indonesia dapat meningkatkan kinerja nilai ekspor non-migasnya.

Sebagai salah satu dari 20 ekonomi terbesar dunia yang tergabung dalam *Group of 20 (G-20)*, Indonesia adalah negara yang memiliki ekonomi Pancasila yang bersifat terbuka. Keterbukaan ekonomi tersebut harus disertai dengan daya saing ekonomi, sehingga Indonesia dapat menjadi negara yang kompetitif. Oleh sebab itu, sejak awal pemerintahan Presiden Joko Widodo pada tahun 2014, diplomasi ekonomi Indonesia difokuskan lebih lagi untuk mendorong ekspor, mempromosikan pariwisata dan meningkatkan perdagangan, pariwisata dan investasi (*TTI-trade, tourism, investment*). Diplomasi ekonomi Indonesia juga diarahkan untuk memperkuat sistem kerja sama ekonomi bilateral dan regional, termasuk mengintensifkan kembali pembahasan *Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA)* dengan beberapa negara maupun kawasan.

Disamping mempertahankan dan meningkatkan hubungan ekonomi dengan pasar tradisional, diplomasi ekonomi Indonesia terus memanfaatkan peluang pasar non-tradisional di semua kawasan, termasuk di kawasan Amerika dan Eropa. Untuk kawasan Amerika, peluang pasar non-tradisional berada di wilayah Amerika Latin. Sedangkan beberapa negara Eropa Tengah dan Timur (ETT) merupakan wilayah peluang pasar non-tradisional di kawasan Eropa.

Untuk itu, di tahun anggaran 2016 ini Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa (Pusat P2K2 Amerika dan Eropa) mencoba menyusun kajian mengenai upaya diplomasi ekonomi Indonesia ke pasar non-tradisional di kedua kawasan tersebut dengan tema **“Kerja Sama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif”**. Kajian dimaksud akan membahas berbagai dinamika yang terjadi di kawasan Amerika dan Eropa serta strategi kebijakan luar negeri Republik Indonesia (RI) dalam menembus pasar prospektif di dua kawasan yang memiliki arti strategis bagi Indonesia tersebut. Berdasarkan perkembangan di kawasan Amerika dan Eropa tersebut, kajian mandiri juga akan mengantisipasi berbagai perkembangan yang mungkin terjadi serta dampaknya terhadap kebijakan luar negeri RI. Kajian ini juga merupakan pendalaman Kajian Pusat P2K2 Amerika dan Eropa berjudul **“Proyeksi Kebijakan Luar Negeri Indonesia di Kawasan Amerika dan Eropa 2015-2019”** tahun 2015.

Kawasan Amerika dan Eropa memiliki beberapa *emerging economies*, khususnya di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur, yang memiliki potensi besar sebagai pasar non-tradisional yang belum dioptimalkan baik dari aspek perdagangan, pariwisata, dan investasi. Sementara itu, diplomasi ekonomi Indonesia juga menekankan pentingnya untuk melakukan upaya penetrasi pasar ekspor produk Indonesia di pasar non-tradisional, termasuk di *emerging economies* kawasan Amerika dan Eropa.

Dengan mencermati perekonomian yang sedang tidak stabil di kawasan Amerika Utara dan Eropa Barat, dan memperhatikan munculnya negara-negara *emerging economies* maka upaya pencapaian kinerja positif diplomasi ekonomi Indonesia memerlukan terobosan melalui perluasan sasaran ekspor ke pasar non-tradisional, khususnya negara-negara *emerging economies* di kawasan Amerika dan Eropa. Meskipun demikian, hubungan dengan pasar tradisional di Amerika Utara dan Eropa Barat juga harus tetap dipertahankan mengingat Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa termasuk mitra dagang utama Indonesia di kedua kawasan tersebut.

Selama ini, hubungan kerja sama dengan negara-negara di kawasan Amerika Utara dan Eropa Barat didasari semangat kemitraan yang setara dan saling menguntungkan. Kemitraan strategis dan komprehensif yang telah dan tengah dibangun dengan negara-



negara di kawasan tersebut mencerminkan kematangan hubungan serta kemitraan antara negara maju dan berkembang dalam menghadapi tantangan global.

Saat ini kawasan Eropa, khususnya Uni Eropa dan Eropa Barat sedang mengalami krisis multi dimensi, dan kawasan Amerika Utara juga menghadapi berbagai tantangan dan ketidakpastian ekonomi. Disamping itu kebijakan *rebalancing* Amerika Serikat di kawasan Asia Pasifik, dan terbentuknya kerja sama Kemitraan Trans-Pasifik (*Trans-Pacific Partnership - TPP*) menawarkan peluang sekaligus tantangan baru bagi Indonesia.

Selain itu, perkembangan kerja sama *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP) perlu mendapat perhatian karena melibatkan Amerika Serikat (AS) dan Uni Eropa (UE) yang merupakan mitra kerja sama penting bagi Indonesia. Kerja sama TTIP diperkirakan akan menguasai lebih dari setengah Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan menjadi kerja sama bilateral perdagangan dan investasi terbesar di dunia. Terealisasinya TTIP juga akan berdampak terhadap kerja sama ekonomi dengan negara-negara non-mitra, termasuk Indonesia.

Kondisi tersebut memunculkan kebutuhan untuk memberikan respon kebijakan luar negeri yang disesuaikan dengan dinamika yang terus berkembang di kawasan Eropa Barat dan Amerika Utara, salah satunya dengan memanfaatkan munculnya *emerging economies* di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur guna memperoleh manfaat yang besar bagi pencapaian kepentingan nasional.

## **B. TUJUAN PENELITIAN**

Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pasar-pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur yang prospektif. Kajian ini dilakukan dengan menganalisa data, perkembangan serta tren di sektor perdagangan, pariwisata dan investasi antara Indonesia dengan kedua kawasan tersebut yang dapat berdampak terhadap kepentingan Indonesia.

Dengan perkembangan ekonomi yang kompleks dan dinamis di kawasan Amerika dan Eropa, terdapat kebutuhan terhadap sebuah kajian yang bersifat preskriptif bagi prioritas diplomasi ekonomi Indonesia dalam menembus pasar prospektif khususnya di Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur. Kajian ini diharapkan dapat pula

membantu perumusan atau proyeksi kebijakan luar negeri Indonesia sesuai dengan dinamika geo-politik dan geo-ekonomi di kawasan Amerika dan Eropa.

### **C. PERMASALAHAN**

Untuk mencapai tujuan penelitian sebagaimana disebut di atas, kajian ini akan menjawab rangkaian pertanyaan sebagai berikut:

1. Perkembangan apa saja yang saat ini terjadi di kawasan Amerika dan Eropa yang perlu mendapatkan perhatian Pemerintah Indonesia, dan apa dampaknya dalam merumuskan diplomasi ekonomi ke kawasan tersebut?
2. Negara-negara mana saja di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur yang merupakan pasar non-tradisional yang prospektif bagi Indonesia?
3. Strategi apa saja, khususnya di bidang ekonomi (perdagangan, pariwisata dan investasi), yang harus dipersiapkan Indonesia dalam upaya menembus pasar-pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur?

### **D. STRUKTUR KAJIAN**

Kajian ini akan terdiri dari lima bab, termasuk Bab Pendahuluan. Pembahasan substantif akan dimulai di Bab II yang akan mengidentifikasi prioritas kebijakan luar negeri Indonesia dalam bidang diplomasi ekonomi.

Bab III kajian ini akan membahas mengenai dinamika hubungan Indonesia dengan kawasan Amerika dan Eropa serta mengidentifikasi pasar-pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur. Selanjutnya Bab IV akan membahas strategi di sektor perdagangan, pariwisata dan investasi dalam menembus pasar-pasar prospektif yang telah diidentifikasi pada Bab III.

Kajian akan ditutup dengan Bab V yang akan menyajikan kesimpulan dan rekomendasi berkaitan dengan pasar-pasar non-tradisional yang prospektif di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur.

## E. METODE PENELITIAN

Kajian mandiri ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang kerja sama dengan pasar prospektif non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur. Dengan menerapkan analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian deskriptif merupakan penelitian yang “berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini. Penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan”.<sup>1</sup>

Analisis adalah suatu proses pengolahan dan penyelesaian data untuk mengungkapkan unsur-unsur dan elemen-elemen dalam suatu penelitian/pengkajian, sebagai dasar untuk pembahasan lebih mendalam. Menurut Ian Dey, “*Analysis is a process of resolving data into its constituent components to reveal its characteristic elements and structure*”.<sup>2</sup> Analisis data merupakan proses vital dalam suatu penelitian dan “berfungsi untuk memberi arti, makna dan nilai yang terkandung dalam data tersebut”.<sup>3</sup>

Kajian mandiri ini juga akan menggunakan pencatatan dan analisis data hasil penelitian serta perhitungan statistik. Hal ini dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan informasi, seperti melalui studi kepustakaan terhadap berbagai sumber tertulis, serta analisis statistik dan laporan dari instansi-instansi terkait bidang perekonomian (perdagangan, pariwisata, investasi).

Dalam menerapkan pendekatan kuantitatif tersebut juga telah dilakukan wawancara dengan para ahli dan pihak-pihak yang membawahi dan terlibat langsung di instansi dan lembaga yang terkait dengan pengembangan pasar prospektif Indonesia di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur. Dalam upaya untuk melengkapi dan memperkaya hasil kajian, Tim Pusat P2K2 Amerika dan Eropa juga telah melakukan *Policy Planning dialogue* (PDD), *Focus Group Discussion* (FGD), Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) dan Diskusi Terbatas (DT) dengan

---

<sup>1</sup> Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Sinar Baru Algesindo, Bandung, 2007.

<sup>2</sup> Ian Dey, *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists*, Routledge, New York, 1993.

<sup>3</sup> Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, UIN-Maliki Press, Malang, 2010.

mengundang narasumber terkait topik kajian mandiri guna mendapatkan data dan statistik yang komprehens.

## BAB II

# DIPLOMASI EKONOMI SEBAGAI PRIORITAS KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA



***“Perubahan arsitektur ekonomi global dan kawasan menghadirkan peluang dan tantangan bagi perumusan kebijakan Diplomasi Ekonomi Indonesia yang perlu dimanfaatkan maksimal bagi kepentingan seluruh rakyat Indonesia”***





## **BAB II**

### **DIPLOMASI EKONOMI**

### **SEBAGAI PRIORITAS KEBIJAKAN LUAR NEGERI INDONESIA**

#### **A. TANTANGAN PEREKONOMIAN GLOBAL**

Dalam *World Economic Outlook 2016*, *International Monetary Fund* (IMF) memprediksikan bahwa perekonomian dunia masih diwarnai ketidakpastian. Perekonomian global masih menghadapi tantangan akibat pemulihan yang masih lambat, perdagangan global yang semakin menurun, dan dampak jangka pendek dari transisi pertumbuhan ekonomi Republik Rakyat Tiongkok (RRT). Sebagai kekuatan ekonomi terbesar dunia, transisi ekonomi RRT akan menguntungkan RRT dan dunia. Namun penyesuaian yang terjadi dalam proses transisi tersebut akan berdampak pada pasar negara berkembang. Tantangan lain adalah pertumbuhan ekonomi yang lambat dan berdampak pengurangan konsumsi dan investasi. Penurunan perlambatan ekonomi secara terus menerus di masa mendatang berpotensi membawa ekonomi dunia pada stagnasi. Penyebab lain adalah tekanan politik, geopolitik atau natural developments, seperti arus imigran di Eropa dari Timur Tengah, *Brexit* dan dampak *El Niño*.

Sistem ekonomi global di era modern ini membawa beberapa tantangan baru bagi masyarakat dunia, yaitu: perlambatan ekonomi global, dinamika regionalisme ekonomi, dan munculnya kekuatan ekonomi baru. Tantangan-tantangan tersebut tentunya akan mempengaruhi kebijakan ekonomi luar negeri Indonesia yang patut disesuaikan dengan dinamika sistem ekonomi global saat ini.

#### **1. Perlambatan Ekonomi Global**

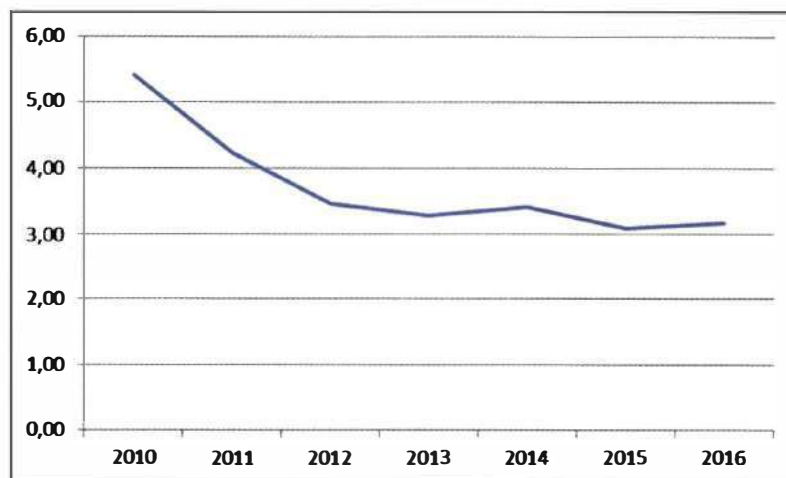
IMF memproyeksikan pertumbuhan global pada 3,4% di tahun 2016 dan 3,6% pada 2017.<sup>4</sup> Di negara maju, pemulihan ekonomi yang lambat dan tidak merata diperkirakan masih berlanjut. Negara-negara maju mengalami sedikit kenaikan hingga 3,2% pada 2016 yaitu dan 3,5% pada 2017, di negara-negara berkembang terdapat

---

<sup>4</sup> IMF (2016, Januari). *World Economic Outlook (WEO) Update, Subdued Demand, Diminished Prospects, January 2016*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/update/01/> diakses tanggal 30 November 2016.

berbagai variasi pertumbuhan dengan angka 4,0%; 4,1%; dan 4,6% pada 2015, 2016 dan 2017.<sup>5</sup>

**Grafik 1. Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi Global Periode 2010-2016 (dalam %)**



Sumber: IMF *World Economic Outlook*, 2016.

Perlambatan ekonomi terparah dialami RRT dimana pertumbuhan ekonomi jatuh ke 6,9% di tahun 2015. Salah satu dampak dari perlambatan tersebut yaitu devaluasi mata uang Yuan yang telah menyebabkan kegelisahan di pasar keuangan global sehingga menyebabkan volatilitas jangka pendek yang lebih tinggi dalam mata uang, pasar saham maupun pasar komoditas.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> IMF (2016, April). *World Economic Outlook, April 2016*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/text.pdf>, hal. 168, diakses tanggal 30 November 2016.

<sup>6</sup> D. Opeyemi, Ventures Africa (2016, 19 Januari). *5 Things You Need To Know about Decelerating Pace of China's Economy*. <http://venturesafrica.com/5-things-you-need-to-know-about-chinas-slow-economic-growth/> diakses tanggal 15 Juli 2016.



**Table 1. European Economies:  
Real GDP, Consumer Prices, Current Account Balance, and Unemployment**

	Real GDP			Consumer Prices <sup>1</sup>			Current Account Balance <sup>2</sup>			Unemployment <sup>3</sup>		
	Projections			Projections			Projections			Projections		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Europe	2.1	2.0	2.1	0.6	1.1	1.9	2.5	2.5	2.3	...	...	...
Advanced Europe	1.8	1.6	1.8	-0.1	-0.5	-1.5	-8.0	-3.0	-2.0	-9.5	-8.9	-8.9
Euro Area <sup>4</sup>	1.8	1.5	1.8	0.0	0.4	1.1	3.0	3.5	3.2	10.9	10.3	9.9
Germany	1.3	1.5	1.5	0.7	0.5	1.4	8.5	6.4	3.0	7.6	7.8	7.8
France	1.1	1.1	1.3	0.1	0.4	1.1	-0.1	0.8	0.3	10.4	10.1	10.0
Italy	0.8	1.0	1.1	0.1	0.2	0.7	2.1	2.3	2.0	11.9	11.4	10.9
Spain	3.2	2.6	2.3	-0.5	-0.4	1.0	1.4	1.9	2.0	22.1	19.7	18.3
Netherlands	1.9	1.8	1.9	0.2	0.3	0.7	11.0	10.8	10.2	6.9	6.4	6.2
Belgium	1.4	1.2	1.4	0.6	1.2	1.1	0.5	0.5	0.1	8.3	8.3	8.2
Austria	0.9	1.2	1.4	0.8	1.4	1.8	3.6	3.8	3.5	5.7	6.2	6.4
Greece	-0.2	-0.6	2.7	-1.1	0.0	0.6	0.0	-0.2	-0.3	25.0	26.0	23.4
Portugal	1.5	1.4	1.3	0.5	0.7	1.2	0.5	0.9	0.4	12.4	11.6	11.1
Ireland	7.8	5.0	3.8	0.0	0.9	1.4	4.5	4.0	3.5	9.4	8.3	7.5
Finland	0.4	0.9	1.1	-0.2	0.4	1.4	0.1	0.0	-0.1	9.3	9.3	9.0
Slovak Republic	3.6	3.3	3.4	-0.3	0.2	1.4	-1.1	-1.0	-1.0	11.5	10.4	9.6
Lithuania	1.6	2.7	3.1	-0.7	0.6	1.9	-2.3	-3.0	-2.9	9.1	8.6	8.5
Slovenia	2.9	1.9	2.0	-0.5	0.1	1.0	7.3	7.8	7.1	9.1	7.9	7.8
Luxembourg	4.5	3.5	3.4	0.1	0.5	1.3	5.2	5.1	5.0	6.9	6.4	6.3
Latvia	2.7	3.2	3.8	0.2	0.5	1.5	-1.6	-2.0	-2.2	9.9	9.5	9.1
Estonia	1.1	2.2	2.8	0.1	2.0	2.9	1.9	1.2	0.5	6.8	6.5	6.5
Cyprus	1.6	1.6	2.0	-1.5	0.6	1.3	-5.1	-4.8	-4.7	15.3	14.2	13.0
Malta	5.4	3.5	3.0	1.2	1.6	1.8	4.1	5.3	5.3	5.3	5.4	5.3
United Kingdom <sup>5</sup>	2.2	1.9	2.2	0.1	0.6	1.9	-4.3	-4.3	-4.0	5.4	5.0	5.0
Switzerland	0.9	1.2	1.5	-1.1	-0.6	-0.1	11.4	9.3	6.8	3.3	3.5	3.3
Sweden	4.4	3.7	2.8	-0.2	-1.1	-1.4	-5.9	-5.8	-5.2	2.4	-5.8	2.0
Norway	1.6	1.0	1.5	2.2	2.8	2.5	9.0	6.5	7.3	4.4	4.6	4.4
Czech Republic	4.2	2.9	2.4	-0.9	-1.0	-2.2	-8.9	-0.6	-0.6	5.0	-1.9	-0.9
Denmark	1.2	1.6	1.8	0.5	0.8	1.4	6.9	6.6	6.5	6.2	6.0	5.8
Iceland	4.0	4.2	3.2	1.6	2.6	3.9	4.2	4.1	2.4	4.0	3.6	3.7
San Marino	1.0	1.1	1.2	0.4	0.9	1.1	...	...	...	8.4	7.9	7.3
Emerging and Developing Europe <sup>6</sup>	3.5	3.5	3.3	2.9	4.1	4.8	-1.9	-2.1	-2.6	...	...	...
Turkey	3.8	3.8	3.4	7.7	9.8	8.6	-4.4	-3.6	-4.1	10.2	10.8	10.5
Poland	3.6	3.6	3.6	-0.9	-0.2	1.3	-0.5	-1.8	-2.1	7.5	6.9	6.9
Romania	3.7	4.2	3.6	-0.6	-0.4	3.1	-1.1	-1.7	-2.5	6.8	6.4	6.2
Hungary	2.9	2.3	2.5	-0.1	0.5	2.4	5.1	5.4	5.2	6.9	6.7	6.5
Bulgaria <sup>7</sup>	3.0	2.3	2.3	-1.1	0.2	1.2	2.1	1.7	0.9	9.2	8.6	7.9
Serbia	0.7	1.8	2.3	1.4	1.7	3.1	-4.8	-4.4	-4.3	18.5	18.7	18.9
Croatia	1.6	1.9	2.1	-0.5	0.4	1.3	4.4	2.7	2.1	16.9	16.4	15.9

Sumber: IMF *World Economic Outlook*, April 2016

Perlambatan ekonomi global ditandai oleh menurunnya pertumbuhan *Gross Domestic Product* (GDP), peningkatan angka pengangguran, dan aliran modal ke dan dari *emerging markets*. Pertumbuhan ekonomi negara-negara maju diproyeksikan akan tetap melambat, sebagaimana tahun 2015. Di kawasan *Advance Europe*, IMF memperkirakan pertumbuhan GDP pada tahun 2016 mencapai 1,6% namun akan meningkat menjadi 1,8% sebagaimana tahun 2015. Sementara pada *Emerging and Developing Europe*, pertumbuhan GDP cenderung lebih besar dengan 3,5% pada 2015 dan 2016 serta 3,3% pada 2017.

Sementara itu di Benua Amerika, pertumbuhan GDP di kawasan Amerika Utara mengalami stagnasi pada tahun 2015 dan 2016 pada 2,3%, namun diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi 2,4%. Sementara di kawasan Amerika Tengah pertumbuhan GDP cenderung lebih tinggi dengan 4,1% pada tahun 2015 dan 4,3% pada 2016 dan 2017.

**Tabel 2. Western Hemisphere Economies:  
Real GDP, Consumer Prices, Current Account Balance, and Unemployment**

	Real GDP			Consumer Prices <sup>1</sup>			Current Account Balance <sup>2</sup>			Unemployment <sup>3</sup>		
	2015	Projections		2015	Projections		2015	Projections		2015	Projections	
		2016	2017		2016	2017		2016	2017		2016	2017
North America	2.3	2.3	2.4	0.4	1.1	1.7	-2.8	-2.9	-3.3	...	...	...
United States	2.4	2.4	2.5	0.1	0.8	1.5	-2.7	-2.9	-3.3	5.3	4.9	4.8
Canada	1.2	1.5	1.9	1.1	1.3	1.9	-3.3	-3.5	-3.0	6.9	7.3	7.4
Mexico	2.5	2.4	2.6	2.7	2.9	3.0	-2.8	-2.6	-2.6	4.3	4.0	3.9
Puerto Rico <sup>4</sup>	-1.3	-1.3	-1.4	-0.8	-0.6	1.2	...	...	...	12.0	12.0	11.9
South America <sup>5</sup>	-1.4	-2.0	0.0	...	...	...	-3.0	-2.0	-2.2	...	...	...
Brazil	-3.8	-3.8	0.0	9.0	8.7	6.1	-3.3	-2.0	-1.5	6.8	9.2	10.2
Argentina <sup>6</sup>	1.2	-1.0	2.8	...	...	19.9	-2.8	-1.7	-2.2	6.5	7.8	7.4
Colombia	3.1	2.5	3.0	5.0	7.3	3.4	-6.5	-6.0	-4.3	8.9	9.8	9.4
Venezuela	-5.7	-8.0	-4.5	121.7	481.5	1,642.8	-7.6	-6.6	-2.5	7.4	17.4	20.7
Chile	2.1	1.5	2.1	4.3	4.1	3.0	-2.0	-2.1	-2.7	6.2	6.8	7.5
Peru	3.3	3.7	4.1	3.5	3.1	2.5	-4.4	-3.9	-3.3	6.0	6.0	6.0
Ecuador	0.0	-4.5	-4.3	4.0	1.6	0.2	-2.9	-2.3	-0.2	4.8	5.7	6.5
Bolivia	4.8	3.8	3.5	4.1	4.0	5.0	-6.9	-8.3	-7.1	4.0	4.0	4.0
Uruguay	1.5	1.4	2.6	8.7	9.4	8.4	-3.9	-3.9	-3.7	7.6	7.8	7.6
Paraguay	3.0	2.9	3.2	2.9	3.8	4.5	-1.8	-1.2	-1.1	6.1	6.2	6.1
Central America <sup>7</sup>	4.1	4.3	4.3	1.4	2.7	3.2	-4.0	-3.9	-4.8	...	...	...
Caribbean <sup>8</sup>	4.0	3.5	3.6	2.3	4.1	4.3	-4.1	-3.4	-3.5	...	...	...
Memorandum												
Latin America and the Caribbean <sup>9</sup>	-0.1	-0.5	1.5	5.5	5.7	4.3	-3.6	-2.8	-2.4	...	...	...
East Caribbean Currency Union <sup>10</sup>	2.2	2.6	2.5	-0.6	-0.1	1.3	-12.2	-11.7	-12.5	...	...	...

Sumber: IMF *World Economic Outlook*, April 2016

Krisis yang berkepanjangan merupakan penyebab sekaligus dampak tingginya angka pengangguran. Pada puncak resesi global, IMF menyatakan bahwa tingkat pengangguran global telah mencapai titik tertinggi yaitu 200 juta orang, atau 7% dari angkatan kerja dunia.<sup>7</sup> Pengangguran sangat bergantung dari aktivitas ekonomi, saat kondisi perekonomian mengalami krisis, dunia usaha mengurangi pekerjaannya, menyebabkan peningkatan pengangguran dan mengurangi produksi.<sup>8</sup> Sebaliknya pengangguran berkepanjangan atau pengangguran yang berlangsung minimal 1 tahun juga merupakan penyebab terjadinya krisis. Pengangguran yang disebabkan krisis berkepanjangan mengakibatkan depresiasi *human capital/skill depreciation*, yaitu tergerusnya keterampilan dan potensi produksi pekerja.<sup>9</sup> Perlambatan ekonomi yang mengakibatkan menurunnya investasi dan pertumbuhan produksi yang lambat ditambah

<sup>7</sup> IMF (2010, 2 September). *IMF Survey: Sharp Rise in Unemployment from Global Recession*. <https://www.imf.org/en/News/Articles/2015/09/28/04/53/sonew090210a> diakses tanggal 30 November 2016.

<sup>8</sup> Ceyda Öner, Finance & Development, IMF (2012, 28 March). *Unemployment: The Curse of Joblessness*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/unemploy.htm> diakses tanggal 30 November 2016.

<sup>9</sup> P.N. (Raja) Junankar, IZA (2011, Oktober). *The Global Economic Crisis: Long-Term Unemployment in the OECD*. <http://ftp.iza.org/dp6057.pdf> diakses tanggal 30 November 2016.

dengan tingginya tingkat pengangguran dan penurunan *skill* pekerja akan semakin membebani potensi pertumbuhan ekonomi di masa mendatang.<sup>10</sup>

Menurut IMF, pada tahun 2015 di negara *Advanced Europe*, tingkat pengangguran berada pada 9,5%. IMF memperkirakan angka ini akan menurun pada tahun 2016 dan 2017 sebesar 8,9% dan 8,6%. Sedangkan di Amerika Serikat dan Kanada, angka pengangguran masih berada pada 4% dan 7% pada periode yang sama.

Aliran modal (*capital flow*) menuju dan dari *Emerging Market Economies* (EME) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian dunia. EME dan *developing economies* menjadi penting dalam perekonomian dunia karena mereka berkontribusi terhadap 85% populasi dunia, 60% dari GDP dunia yang sebelumnya berjumlah kurang dari setengahnya pada sepuluh tahun yang lalu, 80% pertumbuhan global yang menyelamatkan lapangan pekerjaan di ekonomi negara maju (*advanced economies*) dan merupakan penggerak utama dalam penurunan kemiskinan global.<sup>11</sup> Baik pelemahan aliran modal masuk maupun penguatan aliran keluar modal berkontribusi pada pelemahan ekonomi global. IMF menyatakan bahwa aliran modal menuju *emerging economies* menunjukkan perkembangan yang moderat setelah 5 tahun mengalami penurunan. Hal ini perlu dicermati mengingat aliran modal dapat mendukung pertumbuhan investasi domestik, dan penurunan yang berkepanjangan dalam siklus aliran modal global selama periode 1980 dan 1990 berkaitan dengan insiden krisis utang yang tinggi.<sup>12</sup>

Menurut catatan IMF, perlambatan ekonomi selama periode 2010-2015 diakibatkan oleh penurunan aliran modal masuk. Penguatan aliran modal keluar adalah penyebab utama perlambatan pada 2012-2014, sementara penurunan aliran modal masuk merupakan penyebab perlambatan ekonomi pada 2011 dan 2015. Selanjutnya, IMF juga menandai bahwa perlambatan ekonomi pada 2010-2015 diindikasikan juga

---

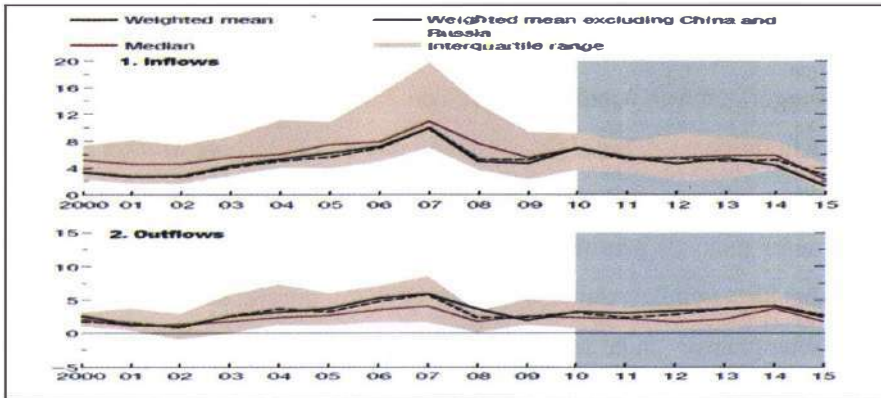
<sup>10</sup> IMF (2016, April). *Op. Cit.*, hal. 26.

<sup>11</sup> Christine Lagarde, IMF (2016, 4 Februari). *The Role of Emerging Markets in a New Global Partnership for Growth by IMF Managing Director Christine Lagarde*. <http://www.imf.org/external/np/speeches/2016/020416.htm> diakses tanggal 30 November 2016.

<sup>12</sup> Rudolfs Bems & Luis Catão, IMF (2016, April). *Press Points for Chapter 2: Understanding the Slowdown in Capital Flows to Emerging Markets World Economic Outlook, April 2016*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/sum.pdf> diakses tanggal 15 November 2016.

oleh pelemahan aliran masuk dan penguatan aliran modal keluar pada 4 tipe permodalan yaitu *foreign direct investment (FDI)*, *portfolio equity*, *portfolio debt*, dan investasi lain.

**Grafik 2. Capital Inflows and Outflows for Emerging Market Economies, 2000-2015**



Sumber: IMF *World Economic Outlook*, 2016

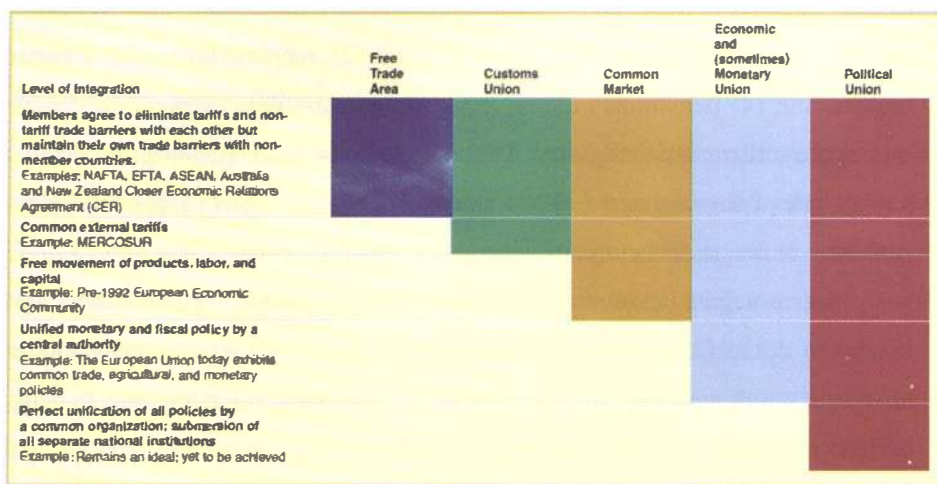
Aliran modal ke *emerging market economies* telah menunjukkan siklus yang berbeda pada beberapa dekade terakhir, dimana pada periode 1980-1990 terdapat penurunan yang hampir sama dengan keadaan pada saat ini. Namun sejak 1990, berbagai perubahan struktural dan pergeseran kebijakan telah diambil oleh *emerging market economies* sehingga bertahan menghadapi perlambatan ekonomi global seperti lebih terintegrasi pada keuangan global, rendahnya hutang publik, tingginya cadangan devisa, dan fleksibilitas nilai tukar yang lebih besar.

Paparan di atas secara umum menjelaskan kondisi perkembangan ekonomi global yang berubah secara signifikan. Hal tersebut telah membawa tantangan baru bagi negara-negara demokrasi berkembang, termasuk di Indonesia, untuk bersaing dengan negara-negara dengan sistem perekonomian yang lebih maju seperti negara-negara di kawasan Eropa Barat dan Amerika Serikat. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi juga dibutuhkan mengingat kondisi kesejahteraan sosial masyarakat di Indonesia terbilang cukup rendah dan kesenjangan ekonomi yang tak kunjung mendapatkan perbaikan. Melalui diplomasi ekonomi yang aktif, diharapkan Indonesia dapat mencapai stabilitas dan kemajuan sistem ekonomi.

## 2. Dinamika Regionalisme Ekonomi

Berakhirnya Perang Dingin memunculkan perubahan besar bagi dunia internasional. Perubahan ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal diantaranya, saling ketergantungan antar negara, memudarnya isu-isu yang bersifat *high politics* (pertahanan dan keamanan) dan meluasnya regionalisme ekonomi yang lebih menitikberatkan pada isu-isu ekonomi antar kelompok negara dalam suatu wilayah geografis tertentu.

Grafik 3. Tingkatan Regionalisme Ekonomi



Sumber: sfsu.edu<sup>13</sup>

Bentuk regionalisme ekonomi dibedakan berdasar tingkat integrasi yang mengikat para anggota. Regionalisme ekonomi yang paling sederhana adalah pembentukan kesepakatan perdagangan bebas dimana negara-negara anggota melakukan perdagangan bebas antar sesamanya, dan menerapkan proteksi bagi negara yang berada di luar *trading bloc* tersebut. Tahapan kedua adalah *customs union* yang merupakan perjanjian dagang di mana sejumlah negara memberlakukan perdagangan bebas di antara mereka dan menerapkan serangkaian tarif bersama terhadap barang dari negara lain. Tahapan selanjutnya adalah *common market* (pasar bersama) yang memungkinkan pergerakan bebas faktor-faktor produksi (modal dan tenaga kerja). Sementara itu, pasar tunggal adalah asosiasi beberapa negara yang melakukan perdagangan satu sama lain tanpa

<sup>13</sup> Rafe Cummings, Pearson Education (2014). *Regional Economic Integration*. <http://slideplayer.com/slide/5286149/> diakses tanggal 15 November 2016.

restriksi maupun tarif. Tujuannya adalah agar terjadi pergerakan bebas dari modal, tenaga kerja, barang, dan jasa di antara negara anggota untuk memudahkan bagi mereka untuk mencapai efisiensi ekonomi yang lebih tinggi. Tahapan yang terakhir adalah *economic and currency union*, yang memerlukan tingkat integrasi politik yang tinggi diantara anggota, dan bertujuan mengintegrasikan ekonomi melalui kebijakan ekonomi bersama, mata uang bersama dan penghapusan keseluruhan hambatan tarif dan non tarif.<sup>14</sup>

Negara-negara membentuk *Regional Trade Agreement* (RTA) dengan berbagai tujuan yaitu: (1) keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar; (2) memperkuat reformasi politik dalam negeri; (3) meningkatkan daya tawar secara multilateral; (4) penjaminan akses; (5) hubungan strategis/ *strategic linkage*; dan (6) interaksi multilateral dan regional. Tujuan yang paling konvensional pembentukan RTA adalah bahwa negara-negara akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar melalui perluasan akses pasar dan konsesi yang resiprokal.

Negara-negara bergabung dalam RTA didasari pada keinginan untuk mereformasi kebijakan domestiknya. Dengan lebih terintegrasi dalam sistem perdagangan global, akan sulit untuk menerapkan kebijakan yang tidak pasti atau bertentangan dengan RTA di masa mendatang. Hal ini yang juga merupakan alasan utama bagi Meksiko dalam *The North American Free Trade Agreement* (NAFTA). Tujuan lebih jauh dari RTA adalah meningkatkan daya tawar dengan negara ketiga. Gagasan ini dilakukan negara-negara yang sebelumnya bergabung dalam *European Community* (EC) ketika bernegosiasi dengan AS. RTA juga berfungsi memberikan jaminan perdamaian regional. Isu ini merupakan tema sentral yang terjadi di Eropa. RTA dipercaya akan mencegah persaingan tradisional antara Jerman dan Perancis yang berujung perang. Alasan strategis tersebut menjadi pertimbangan utama integrasi ekonomi Eropa menggantikan pertimbangan lain mengingat pentingnya menurunkan persaingan kedua negara melalui RTA.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Chung-in Moon, Encyclopedia Britannica (2007, 18 Juni). *Economic Regionalism*. <https://www.britannica.com/topic/economic-regionalism> diakses tanggal 11 November 2016.

<sup>15</sup> John Walley, The National Bureau of Economic Research (1998, Januari). *Why do countries seek regional trade agreement?* <http://www.nber.org/chapters/c7820.pdf> diakses tanggal 3 November 2016.

Regionalisme ekonomi juga dipicu oleh perundingan *Doha Development Agenda* (DDA) di *World Trade Organization* (WTO) yang tidak berjalan mulus. Terhambatnya perundingan DDA disebabkan oleh perbedaan posisi runding di antara negara anggota terkait isu-isu sensitif.<sup>16</sup> Berkaca dari kondisi tersebut, negara-negara di dunia mencari jalan untuk melakukan kerja sama perdagangan antar negara sebagai upaya terus mendorong arus perdagangan terutama antar negara berkembang. Hal ini didukung oleh Pasal 25 Persetujuan WTO yang memperbolehkan anggota untuk membentuk perjanjian antar pemerintah untuk mendirikan *Customs Union* (CU), *Free Trade Area* (FTA), *Regional Trade Agreement* (RTA), dan *interim agreement* menuju ke pembentukan *Customs Union*, *Free Trade Area* dan Perjanjian Integrasi Ekonomi/*Economic Integration Agreement* (EIA).

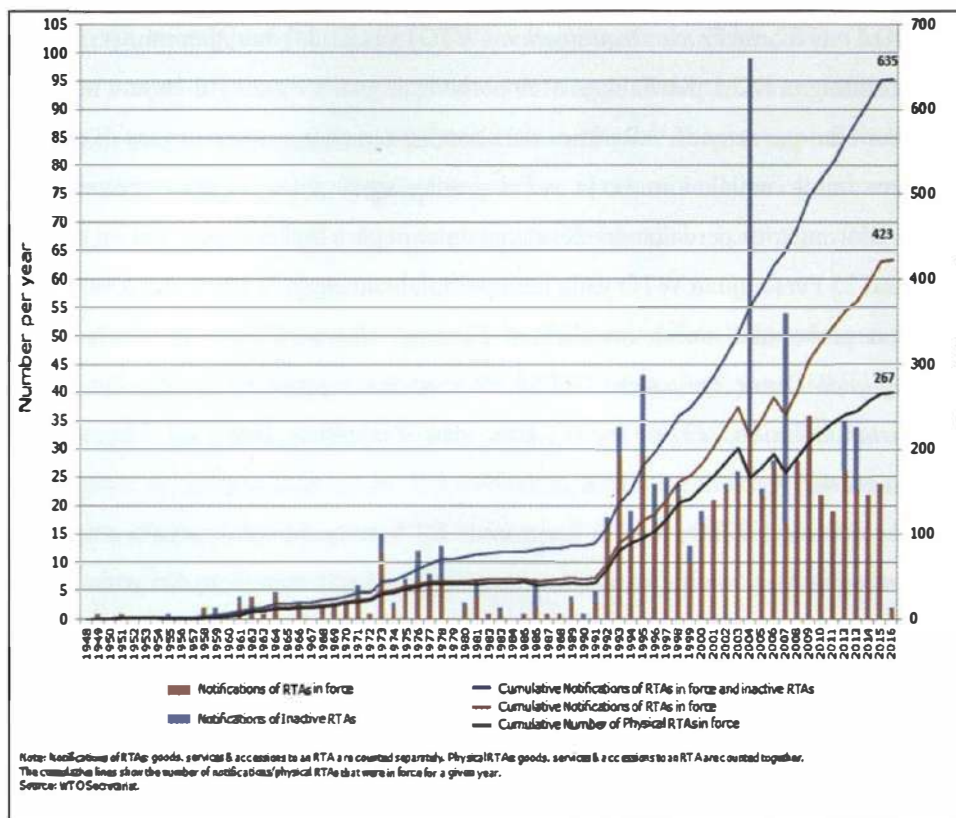
Menurut WTO, jumlah kerja sama RTA yang dibentuk negara anggota semakin meningkat dari waktu ke waktu. Satu negara dapat mengikat diri pada lebih dari 20 RTA, dan sebagai anggota mereka terikat untuk menyampaikan notifikasi keanggotaan RTA kepada WTO. Sejak terbentuknya WTO pada 1995, lebih dari 400 pengaturan tambahan di bidang perdagangan barang dan jasa telah dinotifikasi.

---

<sup>16</sup> Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (2014, 8 Januari). *World Trade Organization (WTO)*. [http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-multilateral/pages/world-trade-organization-\(wto\).aspx](http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-multilateral/pages/world-trade-organization-(wto).aspx) diakses tanggal 7 November 2016.



Grafik 4. Perkembangan RTA Global 1948-2016



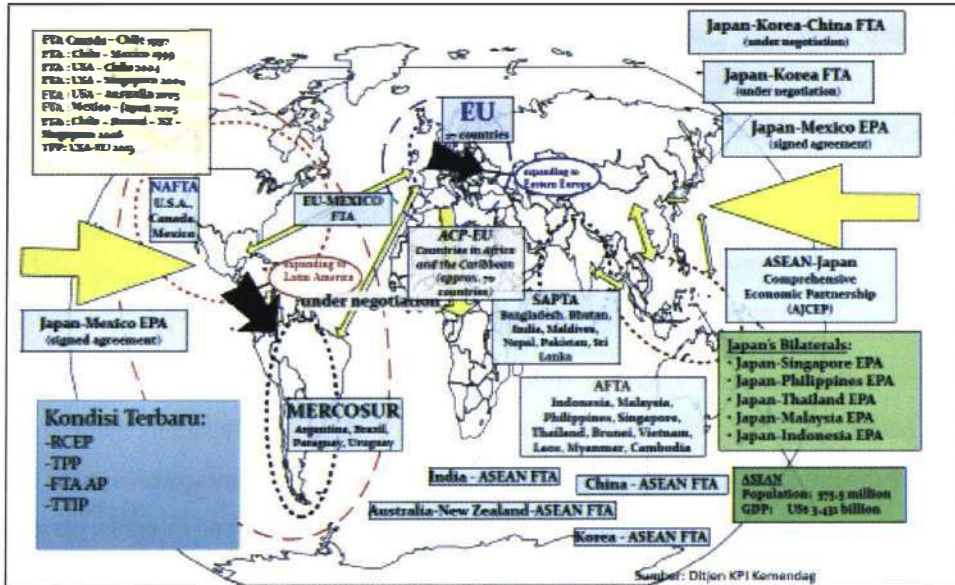
Sumber: Sekretariat WTO<sup>17</sup>

WTO mencatat bahwa sejak 2005 terdapat beberapa kecenderungan dinamika yang dihadapi RTA, di antaranya: (1) negara-negara yang secara tradisional bergantung pada perdagangan multilateral telah meningkatkan RTA sebagai prioritas kebijakan perdagangannya; (2) RTA menjadi semakin kompleks, pada beberapa kasus RTA membentuk rejim perdagangan yang melebihi kesepakatan-kesepakatan multilateral yang telah ada; dan (3) terdapatnya pola-pola ekspansi dan konsolidasi seperti proliferasi RTA lintas kawasan (*Cross regional RTA/CRRTA*) dan perluasan blok perdagangan.

<sup>17</sup> World Trade Organization (2016, 1 Februari). *Regional Trade Agreements: Fact and Figures*. [https://www.Wto.Org/English/Tratop\\_E/Region\\_E/Regfac\\_E.Htm](https://www.Wto.Org/English/Tratop_E/Region_E/Regfac_E.Htm) diakses tanggal 13 November 2016.



Gambar 2. Regional Trade Agreement (RTA) Global



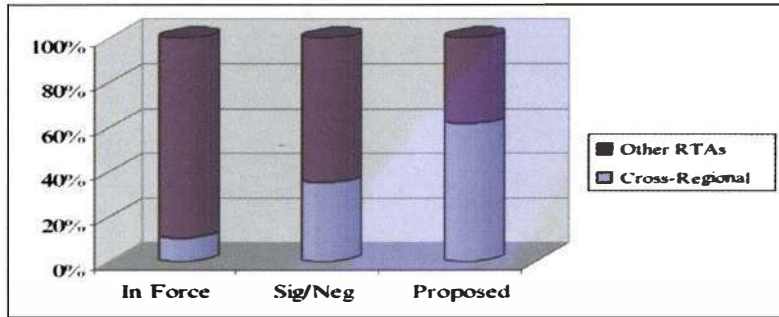
Sumber : LPEM UI<sup>18</sup>

Secara tradisional, pembentukan RTA terjadi diantara mitra dagang yang alamiah, dan secara geografis berdekatan seperti *North American Free Trade Agreement* (NAFTA), *European Free Trade Association* (EFTA), atau *Central European Free Trade Agreement* (CEFTA). Negara-negara menandatangani RTA pertama dengan satu atau beberapa mitra regional atau negara-negara tetangga. Namun ketika satu negara merasa jenuh dengan prospek kerja sama regional yang telah ada, mereka akan memulai untuk mencari mitra yang lebih menguntungkan.<sup>19</sup> RTA semakin banyak dibuat di antara negara-negara yang tidak selalu berdekatan, lintas kawasan dan benua seperti *Trans-Pacific Partnership* (TPP), *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP), *Vietnam-Eurasian Economic Union* (EAEU) *Free Trade Agreement*.

<sup>18</sup> Kiky Verico. "Menimbang Kemitraan Trans-Pasifik", makalah disampaikan tanggal *Focus Group Discussion, Trans-Pacific Partnership* : Tantangan dan Peluang, Bandung, 26 Mei 2016.

<sup>19</sup> Jo-Ann Crawford & Roberto V. Fiorentino, WTO (2009, 10 Februari). *Changing landscape of Regional Trade Agreements*. [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/discussion\\_papers8\\_e.pdf\\_hal.4](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/discussion_papers8_e.pdf_hal.4), diakses tanggal 23 November 2016.

Grafik 5. Persentase CRRTA per Februari 2005



Sumber: Sekretariat WTO <sup>20</sup>

Pembentukan CRRTA dipengaruhi berbagai faktor termasuk pertimbangan-pertimbangan ekonomi, politik dan keamanan. Tujuan bagi negara menjadi anggota atau membentuk CRRTA dapat juga dipicu oleh keinginan untuk mengakses pasar yang lebih besar, mempertahankan akses pasar, serta cara untuk melakukan integrasi ekonomi yang lebih dalam khususnya pada isu-isu yang belum mendapatkan kesepakatan penuh secara multilateral seperti investasi, lingkungan hidup dan standar ketenagakerjaan.

Dampak CRRTA terhadap RTA tradisional yang telah dibuat adalah: (1) akan terdapat pengalihan perdagangan dan investasi dari negara-negara RTA tradisional kepada anggota CRRTA; (2) Negara RTA tradisional anggota CRRTA akan menjadi pintu masuk bagi produk ekspor negara CRRTA; dan (3) negara RTA tradisional anggota CRRTA akan lebih berkonsentrasi kepada blok perdagangan lintas kawasan tersebut mengingat manfaat yang akan lebih banyak didapat daripada dengan RTA tradisional.

### 3. Munculnya Kekuatan Ekonomi Baru (*Emerging Market Economies/EME*)

Terdapat berbagai definisi mengenai EME. Kriteria IMF dalam membagi perekonomian dunia *advanced economies*, *emerging market* dan *developing economies* didasarkan pada: (1) pendapatan per kapita; (2) diversifikasi ekspor; dan (3) tingkat integrasi pada sistem keuangan global. Namun kriteria ini sangat fleksibel dan dapat berubah sesuai perkembangan.<sup>21</sup> Di kawasan Amerika dan Eropa *advanced economies* didefinisikan sebagai negara-negara pasca industri dengan pendapatan per kapita yang

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 5.

<sup>21</sup> IMF (2016, 4 Oktober). *Frequently Asked Questions World Economic Outlook (WEO)*. Diakses dari <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/faq.htm> tanggal 23 November 2016.

tinggi, industri yang kompetitif dan infrastruktur yang maju seperti AS, negara-negara Eropa Barat, dan Kanada. EME adalah negara yang berkembang yang telah mencapai industrialisasi, modernisasi dan pertumbuhan yang cukup signifikan seperti Armenia, Belarussia, Albania, Bulgaria, Kroasia, Republic Ceko, Estonia, Hungaria, Latvia, Lithuania, Polandia, Romania, Republic Slovakia, dan Slovenia. Sedangkan *developing economies* adalah negara-negara berpendapatan dan industri yang terbatas serta ekonomi yang stagnan seperti Bangladesh dan Bolivia<sup>22</sup>.

**Tabel 3. Emerging Market Economies (EME)**

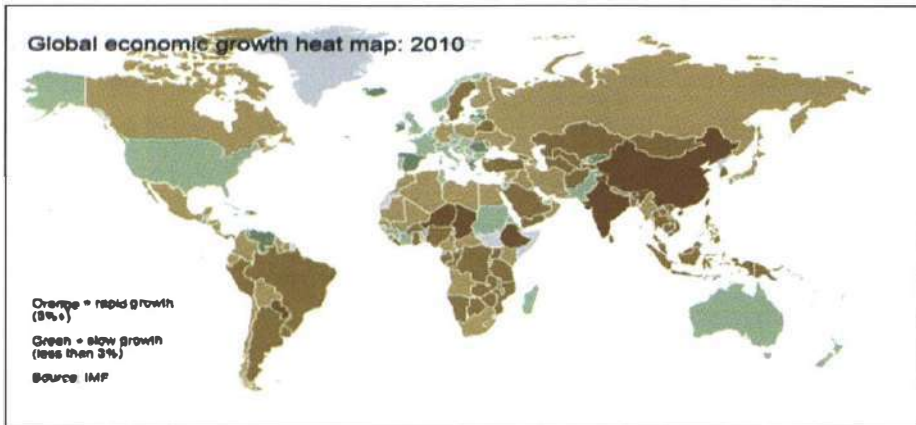
Commonwealth of independent states (8)	Armenian, Belarussia, Kazakhstan, Kyrgyz Republic, Moldova, Russia, Ukraine
Cooperation council for the Arab States of gulf (1)	Saudi Arabia
East Asia (10)	China, India, Indonesia, Korea, Malaysia, Phillipines, Srilanka, Taiwan Province of China, Thailand, Vietnam
Eastern Europe (12)	Albania, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, <b>Poland</b> , Romania, Slovak Republic, Slovenia
Latin America (12)	Argentina, Brazil, <b>Chile</b> , Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, <b>Mexico</b> , Paraguay, Peru, Uruguay
Other Emerging Markets (2)	South Africa, <b>Turkey</b>

Sumber: IMF. 2016

IMF membagi 45 negara di dunia sebagai negara dengan ekonomi yang berkembang (EME). Di kawasan Eropa, EME adalah negara-negara Eropa Tengah dan Timur seperti adalah Albania, Bulgaria, Kroasia, Estonia, Hungaria, **Polandia**, Slovenia, Slovakia, Ceko, Romania dan **Turki**. Di Benua Amerika, EME adalah negara di Amerika Latin seperti **Meksiko**, **Chile**, Argentina, Brazil, Costa Rica, El Salvador, Kolombia Guatemala, Paraguay, Peru dan Uruguay. EME menikmati standar kehidupan yang semakin tinggi dan pertumbuhan ekonomi yang melebihi negara maju.

<sup>22</sup> S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, & John R. Riesenberger (2013, 12 Januari). *International Business. the new realities, 3<sup>rd</sup> edition*. [http://userwww.sfsu.edu/nyang/IBUS%20330/PPT%20Yang%202015/NYPPT15\\_files/Ch10.ppt](http://userwww.sfsu.edu/nyang/IBUS%20330/PPT%20Yang%202015/NYPPT15_files/Ch10.ppt) diakses tanggal 17 November 2016.

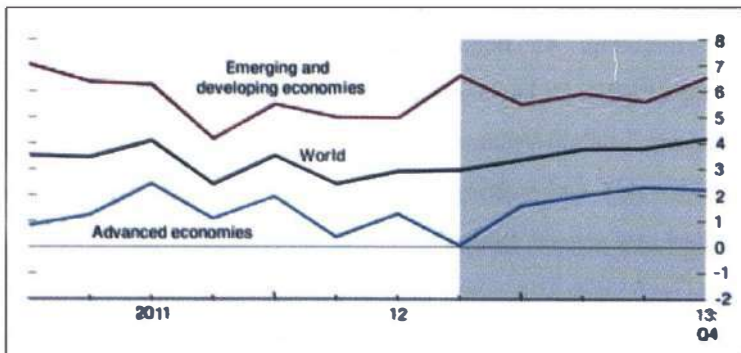
Gambar 3. *Rapid Growth in Emerging Economies*



Sumber: IMF<sup>23</sup>

Pada situasi perlambatan ekonomi global yang diakibatkan krisis ekonomi yang berkepanjangan, EME memiliki volatilitas dan ketahanan yang cukup tinggi. EME memiliki peningkatan GDP yang cukup signifikan, tingkat pengangguran yang relatif rendah terhadap negara-negara maju lainnya dan berhasil menahan peningkatan arus modal keluar sebagai upaya untuk bertahan pada perlambatan ekonomi global. Hal ini diperkuat oleh IMF yang mencatat peningkatan kontribusi EME pada tahun 1980 dari 21% menjadi 36% pada perdagangan dunia dan dari 27% menjadi 44% pada perdagangan dunia ditahun 2014<sup>24</sup>.

Grafik 6. Pertumbuhan GDP Global



Sumber: World Economic Outlook 2013<sup>25</sup>

<sup>23</sup> IMF, Sam Wilkin (2010, 6 Desember). *Global Economic Growth Heat Map: 2010*. <http://samwilkin.com/wordpress/wp-content/uploads/2015/01/2010-heat-map.gif> diakses tanggal 20 November 2016.

<sup>24</sup> IMF (2016, April). *Op.Cit.*, hal. 63.

<sup>25</sup> IMF (2013, 23 Januari). *World Economic Outlook Update Gradual Upturn in Global Growth during 2013*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/update/01/> diakses tanggal 19 November 2016.

Fenomena bergesernya perekonomian dari *advanced economies* ke EME antara lain disebabkan oleh tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi, dan terbukanya pasar bebas, lebih terintegrasi pada sistem perekonomian dunia, ketersediaan sumber daya alam (pertambangan, pertanian, perkebunan), serta sumber daya manusia yang jumlahnya mencukupi serta kompetitif dari segi *skill* dan standar penggajian. Hal ini merupakan faktor yang menyebabkan negara-negara EME sebagai negara-negara yang menarik bagi investasi asing, negara dengan target pasar yang besar, dan destinasi sumber daya.

Kebangkitan EME merupakan faktor yang mempengaruhi perekonomian global pada abad ini. Walaupun perekonomian negara maju telah menunjukkan pemulihan krisis, dan *emerging markets* memasuki periode perlambatan, namun pertumbuhan ekonomi global akan selalu dipengaruhi oleh *emerging markets*.<sup>26</sup>

## **B. DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA**

### **1. Konsep Diplomasi Ekonomi**

Konsep diplomasi ekonomi awalnya diperkenalkan oleh Jepang setelah kekalahannya pada Perang Dunia II dalam upaya untuk meningkatkan aktivitas pasar dan memenuhi permintaan akan sumber daya. Pada tahun 1950-an, Pemerintah Jepang merumuskan konsep diplomasi ekonomi dan secara aktif diimplementasikan dalam hubungannya dengan negara-negara di Asia Tenggara. Secara bertahap, Jepang mulai membuka pasar Asia Tenggara dan memberikan bantuan ekonomi dan membantu beberapa negara di kawasan tersebut untuk meningkatkan infrastruktur dan memperbaiki iklim investasi.

Pada dasarnya, diplomasi ekonomi merupakan aktivitas resmi diplomatik yang difokuskan pada tujuan kepentingan ekonomi suatu negara dalam level internasional, yang mencakup upaya peningkatan ekspor, menarik investasi asing, dan partisipasi kerja dalam berbagai organisasi ekonomi internasional. Sama halnya dengan diplomasi tradisional, diplomasi ekonomi berupaya untuk mempengaruhi kebijakan ekonomi eksternal guna mencapai kepentingan nasional. Menurut Kishan S. Rana, “diplomasi

---

<sup>26</sup>Icef Monitor (2014, 6 Maret). *The Growing Role Of Emerging Markets In Shaping Global Demand*. <http://monitor.icef.com/2014/03/the-role-of-emerging-markets-in-shaping-global-demand/> diakses tanggal 16 November 2016.

ekonomi merupakan suatu proses dimana negara berhubungan dengan dunia luar dalam upaya memaksimalkan tujuannya di segala bentuk aktivitas, seperti perdagangan, investasi, dan bentuk lainnya dari interaksi ekonomi".<sup>27</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan peran dan fungsi diplomasi ekonomi antara lain adalah: 1) proses internasionalisasi dan penguatan dependensi sistem ekonomi dunia; 2) ekspansi pada ekonomi pasar, liberalisasi perekonomian nasional, dan peningkatan interaksi negara melalui perdagangan dan investasi internasional, serta peningkatan aktor ekonomi global; 3) globalisasi ekonomi (gabungan antara proses internasionalisasi dan peningkatan peran perusahaan multinasional) yang berdampak pada peningkatan peran diplomasi ekonomi. Dalam hal ini, diplomasi ekonomi berperan dalam mendorong perkembangan internasionalisasi di negara, namun disisi lain juga menahan kekuatan dari negara atau aktor lain yang berusaha memonopoli keuntungan dari globalisasi tersebut; 4) adaptasi terhadap metode manajemen progresif, efisiensi energi, dan teknologi baru; dan 5) perkembangan inovasi ekonomi negara terhadap keterbukaan ekonomi eksternal.<sup>28</sup>

Diplomasi ekonomi tidak lepas dari faktor politik suatu negara dan saling berkaitan antara kesejahteraan (*prosperity*) atau '*business end*' dan kestabilan politik atau '*power-play end*'. Penggerak kegiatan-kegiatan diplomasi ekonomi adalah tujuan strategis dari suatu pemerintah dan perhitungan-perhitungan matang terkait *cost* dan *benefit* yang berdasar pada logika politik. Oleh karena itu, diplomasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai pemanfaatan alat politik internasional untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi melalui berbagai kerja sama seperti pembangunan (termasuk kesehatan, pendidikan dan pertanian), energi, lingkungan hidup, keuangan, dan pangan.

Pelaku utama diplomasi ekonomi adalah negara. Namun demikian, *non-state actors* juga merupakan pelaku diplomasi ekonomi, sehingga sangat memungkinkan kegiatan diplomasi ekonomi dilakukan oleh pelaku usaha antara dua negara (*B-to-B*). Munculnya berbagai aktor, di samping pelaku-pelaku tradisional dalam diplomasi ekonomi, sudah bukan merupakan hal baru dalam hubungan ekonomi internasional. Di

---

<sup>27</sup>Kishan S.Rana. *Economic Diplomacy: The Experience of Developing States, The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*, Ashgate Publishing, Hampshire, 2007.

<sup>28</sup> Pavol Baranay, *Modern Economic Diplomacy*, Publications of Diplomatic Economic Club, Riga, 2009.

samping kementerian teknis, aktor lain seperti komunitas bisnis, lembaga swadaya masyarakat dan lembaga-lembaga lain semakin berperan dalam diplomasi ekonomi, terutama dengan semakin canggihnya teknologi informasi dan komunikasi. Kesuksesan diplomasi ekonomi ditandai dengan selarasnya simpul-simpul ekonomi eksternal dan internal yakni integrasi promosi perdagangan dan investasi, serta kebijakan domestik perdagangan dan bantuan luar negeri. Kebijakan ini telah banyak diambil oleh negara-negara Skandinavia (Denmark, Finlandia, Norwegia, Swedia, Islandia) dan negara lain seperti Australia, Brunei, Kanada, Korea Selatan, Selandia Baru serta beberapa negara di Karibia.

Dalam *The Changing Politics of Foreign Policy*, Christopher Hill menegaskan bahwa diplomasi ekonomi berawal dari kebutuhan untuk mempromosikan kesejahteraan nasional dan menjalankan kebijakan ekonomi luar negeri. Diplomasi ekonomi umumnya bersifat lebih rutin dari bantuan *Marshall Plan* atau bantuan IMF. Diplomasi ini biasanya terdiri dari bantuan untuk mendorong ekspor perusahaan-perusahaan negara dan menarik investasi ke dalam yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Bagi sektor swasta, usaha mendapatkan kontrak dengan negara lain seringkali membutuhkan bantuan negosiasi *G-to-G*. Disinilah diplomasi ekonomi berjalan, yakni dimana bisnis tidak dapat berjalan tanpa melibatkan diri dengan politik dan diplomasi.<sup>29</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka “diplomasi ekonomi dapat dipahami sebagai penggunaan sarana politik sebagai *leverage* dalam negosiasi internasional, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi nasional, dan penggunaan *leverage* ekonomi untuk meningkatkan stabilitas politik suatu negara”.<sup>30</sup> Dalam upaya mencapai kesejahteraan dan kestabilan politik, dapat dilakukan melalui berbagai jenis diplomasi ekonomi, yaitu dengan *commercial diplomacy*, *trade diplomacy*, *financial diplomacy* maupun *sanctions*. Konsep mengenai diplomasi ekonomi ini dijelaskan secara komprehensif oleh Okano-Heijmans, termasuk berbagai upaya negosiasi FTA secara bilateral maupun regional yang dilakukan banyak negara dalam grafik di bawah ini:

---

<sup>29</sup> Christopher Hill, *The Changing Politics of Foreign Policy*, Palgrave Macmillan, London, 2003.

<sup>30</sup> Maaïke Okano-Heijmans. *Economic Diplomacy: Japan and the Balance of National Interest*, Martinus Nijhoff Publishers, Leiden, 2013.





mendukung kemandirian di bidang pangan dan energi, terutama energi baru dan terbarukan, serta guna menopang kemandirian ekonomi nasional.

## **2. Kebijakan Ekonomi Luar Negeri Presiden Joko Widodo**

Diplomasi Ekonomi telah menjadi mandat utama yang diberikan oleh Presiden RI Joko Widodo kepada Kementerian Luar Negeri (Kemlu). Hal tersebut disampaikan oleh Presiden RI pada saat rapat kerja dengan Kepala Perwakilan RI dari seluruh dunia di Jakarta pada tanggal 2 Februari 2015. Dalam upaya menjalankan dan melakukan upaya penguatan diplomasi ekonomi, Kemlu telah memperkuat infrastruktur dan membangun sistem. Pada tahun tersebut dibentuk unit/kelompok kerja diplomasi ekonomi yang diketuai langsung oleh Wakil Menteri Luar Negeri, dan meluncurkan situs Diplomasi Ekonomi ([diplomasiekonomi.kemlu.go.id](http://diplomasiekonomi.kemlu.go.id)) untuk meningkatkan pemahaman terhadap kebijakan perdagangan negara lain dan memfasilitasi promosi serta interaksi dan penanganan langsung pertanyaan terkait diplomasi ekonomi. Disamping itu juga telah dilakukan kompilasi data peraturan perdagangan investasi dari 151 negara sebagai referensi untuk kemajuan kerja sama perdagangan investasi.

Penguatan tidak hanya dilakukan pada sistem, namun juga pada sumber daya manusia. Diplomat Indonesia secara terus menerus telah diminta untuk menjadi *marketers* bagi Indonesia, dan diwajibkan untuk turun langsung ke lapangan untuk memahami karakter pasar. Selain intensifikasi peran diplomat sebagai *marketers*, Presiden Joko Widodo juga telah menunjuk 12 menteri sebagai penghubung Indonesia dengan negara-negara yang menjadi mitra kerja sama di bidang ekonomi.<sup>33</sup> Menteri penghubung tersebut akan fokus dengan investasi dan perizinan yang menyangkut negara yang bersangkutan. Mereka juga memiliki tanggung jawab untuk meyakinkan investor asing di negara yang bersangkutan untuk memastikan investasi mereka aman di Indonesia.

---

<sup>33</sup> Tanggal tanggal 23 November 2015 Presiden Joko Widodo Menunjuk Menteri Penghubung untuk negara-negara investor, guna melancarkan kerja sama dan investasi dari luar negeri.

**Tabel 4. Daftar Menteri Penghubung**

<b>NO</b>	<b>PEJABAT</b>	<b>NEGARA/KAWASAN</b>
1.	Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral	Timur Tengah
2.	Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional	Jepang
3.	Menteri Badan Usaha Milik Negara	RRT
4.	Menteri Kelautan dan Perikanan	Rusia, Amerika Serikat, Amerika Selatan
5.	Menteri Komunikasi dan Informatika	Rusia, Amerika Serikat, Amerika Selatan
6.	Menteri Perdagangan	Eropa, Australia
7.	Menteri Perhubungan	India
8.	Menteri Koordinator bidang Politik Hukum dan Keamanan	Singapura
9.	Menteri Koordinator bidang Kemaritiman	Malaysia
10.	Kepala Badan Ekonomi Kreatif	Korea Selatan
11.	Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal	Taiwan, Hongkong
12.	Menteri Pertanian	Asia Tenggara, kecuali Singapura dan Malaysia.

Sumber: Diolah oleh Pusat P2K2 Amerika dan Eropa

Rencana pembangunan ekonomi dan pelaksanaan diplomasi ekonomi juga telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Berdasarkan dokumen tersebut, pembangunan ekonomi ditujukan untuk mendorong perekonomian Indonesia kearah yang lebih maju, yang mampu menciptakan peningkatan kesejahteraan rakyat. Hal ini tentunya didukung oleh kondisi yang meliputi: 1) terciptanya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi secara berkelanjutan; 2) terciptanya sektor ekonomi yang kokoh; dan 3) terlaksananya pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan. Dalam Agenda Pembangunan Nasional RPJMN 2015-2019 tersebut, isu strategis pembangunan ekonomi dikelompokkan menjadi 17 aspek, diantaranya terkait peningkatan ekonomi kreatif, penguatan investasi, peningkatan pariwisata, peningkatan daya saing ekspor, peningkatan produktivitas tenaga kerja dan perluasan lapangan kerja, dan kerja sama ekonomi internasional.

Dokumen RPJMN juga telah mengidentifikasi tantangan utama kerja sama ekonomi internasional untuk tahun 2015-2019 yaitu: 1) masih belum selarasnya antara diplomasi politik dan diplomasi ekonomi; 2) belum optimalnya kualitas koordinasi lintas sektor dan seluruh pihak terkait dalam proses penyiapan dan implementasi hasil-hasil kerja sama ekonomi internasional; dan 3) belum optimalnya pemanfaatan kesepakatan kerja sama ekonomi internasional dalam mencapai kepentingan nasional

untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>34</sup>

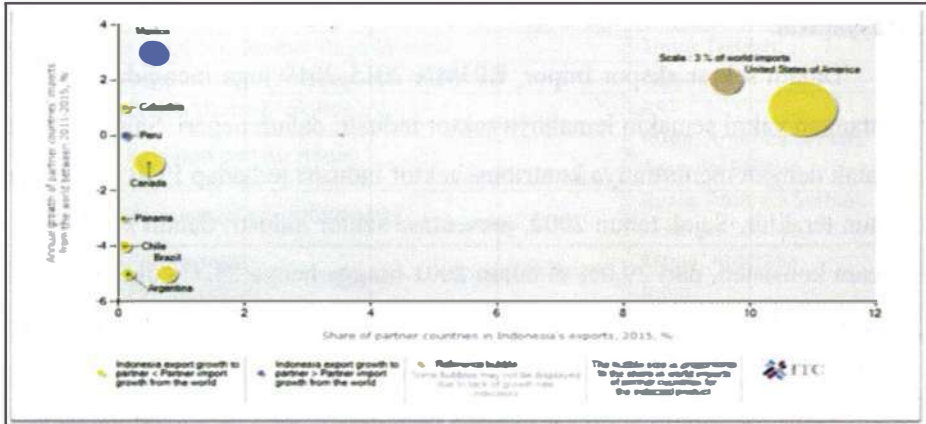
Dalam sektor ekspor impor, RPJMN 2015-2019 juga mengidentifikasi beberapa tantangan yakni semakin lemahnya sektor industri dalam negeri. Salah satu indikasinya adalah dengan menurunnya kontribusi sektor industri terhadap PDB dalam empat belas tahun terakhir. Sejak tahun 2002, persentase sektor industri dalam PDB terus menurun secara konsisten, dari 29,0% di tahun 2001 hingga hanya 23,7% di tahun 2013. Hal ini dilatarbelakangi oleh minimnya investasi yang masuk ke sektor industri sehingga menyebabkan penurunan populasi industri kecil dan menengah di Indonesia.

Terus mengecilnya sektor industri berdampak pada mengecilnya *share* Indonesia pada pasar-pasar tradisional tujuan ekspor Indonesia. Data dari *International Trade Centre* menunjukkan bahwa perkembangan ekspor Indonesia dalam kurun waktu 2011-2015 di beberapa negara besar di Amerika seperti Amerika Serikat, Kanada, Chile, Brasil, Kolombia, Panama, dan Argentina tidak lebih besar dari ekspor negara kompetitor-kompetitor Indonesia ke tujuan negara dimaksud di atas, sehingga kemungkinan pasar untuk produk ekspor yang sama terjadi kompetisi yang justru melemahkan Indonesia. Namun di sisi lain ekspor produk Indonesia ke pasar non-tradisional seperti Meksiko dan Peru di periode yang sama terus meningkat sehingga persentasinya menjadi lebih besar dari ekspor dari negara lain.

---

<sup>34</sup>Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019. Buku II, Agenda Pembangunan Bidang*, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, Jakarta, 2015.

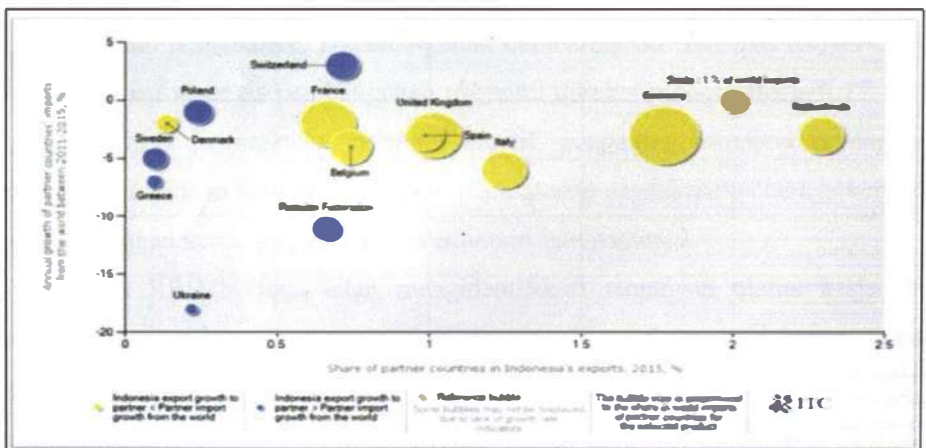
**Grafik 7. Persentase Ekspor Indonesia ke Negara Mitra di Kawasan Amerika<sup>35</sup>**



Sumber: intracen.org

Di benua Eropa, persentase ekspor produk Indonesia ke negara-negara mitra tradisional seperti Inggris, Spanyol, Italia, dan Jerman lebih kecil dibandingkan ekspor negara lain untuk produk yang sama. Hal ini memunculkan urgensi bagi Indonesia untuk merambah pasar non-tradisional bagi produk-produk ekspor unggulannya. Di waktu yang sama, data menunjukkan bahwa produk Indonesia ke negara-negara mitra non-tradisional seperti Swiss, Polandia, Yunani, Swedia, Rusia, dan Ukraina terus meningkat dengan persentase lebih besar dibandingkan ekspor negara lain untuk produk yang sama.

**Grafik 8. Presentase Ekspor Indonesia di negara mitra di Kawasan Eropa<sup>36</sup>**



Sumber: intracen.org

<sup>35</sup> Yose Rizal Damuri, "Menembus Pasar Prospektif", paparan disampaikan pada Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri Pusat P2K2 Amerika dan Eropa Tahun 2016, Bandung, 18 November 2016.

<sup>36</sup> *Ibid.*

Kondisi geo-ekonomi global saat ini dan di masa mendatang juga akan menghadirkan tantangan bagi perekonomian Indonesia. Tantangan tersebut antara lain adalah: Pertama, semakin meningkatnya hambatan non tarif di negara tujuan ekspor. Hal ini merupakan salah satu akibat dari krisis global yang terjadi beberapa tahun lalu, dimana masing-masing negara cenderung untuk mengamankan pasar domestiknya melalui upaya penerapan hambatan perdagangan yang berupa *Non Tariff Measures* (NTMs) dan *Non Tariff Barriers* (NTBs). Pada periode 2015, jumlah NTMs di dunia meningkat dengan sangat pesat, seperti: seperti: *Sanitary-and-Phytosanitary* dan *export taxes/restriction*. Sementara itu, apabila dilihat dari sebaran geografisnya, NTMs banyak diterapkan oleh Uni Eropa, India, Rusia dan Amerika Latin.

Kedua, pergeseran fenomena kerjasama ekonomi ke arah plurilateral dan mega blok. Hal ini berangkat dari kesadaran bahwa kerjasama plurilateral dapat mengurangi kerumitan yang terjadi (*noodle bowl syndrome*) akibat banyaknya kesepakatan bilateral. Pergeseran paradigma arsitektur kerjasama ekonomi global tidak berhenti sampai di tingkat plurilateral, karena saat ini telah berkembang keinginan negara-negara untuk membangun konstelasi kerjasama ekonomi yang lebih luas. Tiga kesepakatan kerjasama ekonomi yang sedang dalam proses perundingan, ke depan diperkirakan akan menjadi tiga Mega Blok Perdagangan (*Mega Trading Block*), yaitu: TPP (*Trans Pacific Partnership*) yang saat ini beranggotakan 13 negara Asia dan Pasifik, TTIP (*Trans Atlantic Trade and Investment Partnership*) yang terdiri dari Amerika dan EU, serta RCEP (*Regional Comprehensive Economic Partnership*) yang terdiri dari 10 negara ASEAN dan 6 negara mitra ASEAN. Ketiga mega blok perdagangan ini diperkirakan akan menjadi penentu arsitektur perdagangan dan investasi global.

Di samping tantangan yang diidentifikasi di atas, terdapat beberapa tantangan lainnya yang memengaruhi kinerja diplomasi ekonomi Indonesia, seperti lemahnya konektivitas antar pulau di Indonesia, kurangnya kepastian hukum di Indonesia, seringnya demonstrasi buruh, kurangnya brosur dan bahan promosi, kurang kompetitifnya kualitas produk Indonesia, dan kurangnya jaminan keamanan investasi akibat perubahan hukum ataupun pemerintahan.

Beberapa usaha yang dilakukan pemerintah dalam menghadapi tantangan diplomasi ekonomi tersebut adalah dengan memfokuskan diplomasi ekonomi di bidang

perdagangan untuk peningkatan ekspor ke pasar non-tradisional dan *untapped market*.<sup>37</sup> Pada tahun 2015, diplomasi ekonomi Indonesia terus memanfaatkan peluang pasar non tradisional baik di Pasifik Selatan, Afrika, Timur Tengah, Eropa Timur maupun Amerika Selatan dan Karibia. Diplomasi ekonomi juga diarahkan untuk memperkuat sistem kerja sama ekonomi bilateral dan regional, seperti *Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA)* dengan beberapa negara.<sup>38</sup>

Di bidang investasi, diplomasi ekonomi difokuskan untuk mendorong berbagai upaya untuk menarik investasi asing dan mendorong investasi Indonesia melalui prioritas investasi pada pembangunan infrastruktur maritim, jalan raya, energi, dan ketahanan pangan. Pemerintah juga berkomitmen untuk menyederhanakan perijinan dan membuat “*one stop service*” yang diyakini akan meningkatkan minat investor asing ke Indonesia.<sup>39</sup> Hal ini juga perlu diikuti dengan penyusunan *list of business directory* yang memuat nama perusahaan, jenis usaha, serta kontak yang dapat dihubungi, untuk didistribusikan ke seluruh Perwakilan RI dan memudahkan *business matching* bagi para pengusaha.

Di bidang pariwisata, upaya meningkatkan wisatawan asing ke Indonesia dilakukan dengan memberikan fasilitas bebas visa kunjungan singkat untuk 169 negara.<sup>40</sup> Namun demikian, pemberian visa tersebut harus terus dikaji sesuai kebutuhan dan ditindak tegas apabila ada penyalahgunaan bebas visa. Indonesia memiliki potensi devisa yang besar dari sektor pariwisata, mengingat banyaknya pilihan destinasi wisata alam dan budaya. Pemerintah harus terus membenahi pengelolaan pariwisata Indonesia, terutama dari sisi *branding* yang mengusung slogan “*Wonderful Indonesia*” sejak tahun 2014.

---

<sup>37</sup> Kriteria negara tradisional menurut Kementerian Perdagangan adalah negara yang selalu masuk ke dalam 5 (lima) besar tujuan ekspor selama lebih dari 40 tahun.

<sup>38</sup> RI dan Uni Eropa telah menyelesaikan *scoping paper* pembentukan CEPA. Saat ini UE dalam proses sirkulasi *scoping paper* untuk memperoleh persetujuan negara anggota. Tanggal Kunjungan Presiden Joko Widodo ke Brussel tanggal 21 April 2016, Indonesia dan UE telah sepakat memulai negosiasi setelah menyelesaikan prosedur internalnya.

<sup>39</sup> *One stop service* / Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Pusat di BKPM diluncurkan tanggal 26 Januari 2015. Pembentukan PTSP berdasarkan UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal. PTSP dimaksudkan untuk membantu penanaman modal dalam memperoleh kemudahan pelayanan, fasilitas fiskal dan informasi mengenai penanaman modal.

<sup>40</sup> Peraturan Presiden Nomor 21 Tahun 2016 tentang Bebas Visa Kunjungan tanggal 2 Maret 2016.

Dalam upaya untuk mendorong ekspor, meningkatkan investasi dan promosi pariwisata, maka diplomasi ekonomi juga akan difokuskan pada upaya untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dan konektivitas. Pembangunan *deep sea ports* dan pengembangan *power plants* merupakan beberapa bidang yang dapat dikerjasamakan dengan pihak asing. Kerja sama regional dan internasional di bidang infrastruktur maritim, energi, perikanan dan pelestarian lingkungan bahari juga perlu ditingkatkan. Terkait dengan pembangunan infrastruktur, pariwisata dan transportasi, Menteri Perekonomian Bidang Maritim dan Sumber Daya, Rizal Ramli, menyampaikan bahwa pembangunan akan difokuskan ke wilayah Indonesia bagian Timur serta perbatasan dan pinggiran Indonesia.

Di bawah pemerintahan Presiden Joko Widodo, pembangunan ekonomi Indonesia dirancang untuk menyentuh seluruh lapisan masyarakat, bersifat inklusif dan berkelanjutan. Pertumbuhan ekonomi akan menjadi landasan utama untuk mempersiapkan Indonesia lepas dari posisi sebagai negara berpendapatan menengah menjadi negara maju. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan ditandai dengan terjadinya transformasi ekonomi melalui penguatan pertanian dan pertambangan, berkembangnya industri manufaktur di berbagai wilayah, modernisasi sektor jasa, penguasaan iptek dan berkembangnya inovasi, terjaganya kesinambungan fiskal, meningkatnya daya saing produk ekspor non migas terutama produk manufaktur dan jasa, meningkatnya daya saing dan peranan UMKM dan koperasi, serta meningkatnya ketersediaan lapangan kerja dan kesempatan kerja yang berkualitas.

Meningkatkan kesiapan publik domestik dan meningkatnya peran (kontribusi) dan kepemimpinan Indonesia di ASEAN juga merupakan bagian dari diplomasi ekonomi Indonesia di bawah Presiden Joko Widodo. Upaya ini dilakukan melalui strategi: (a) penguatan diplomasi inklusif Indonesia di ASEAN untuk mewujudkan kawasan yang aman, stabil dan sejahtera sesuai kepentingan nasional; (b) peningkatan peran Indonesia dalam penguatan sentralitas dan peran ASEAN dalam guliran arsitektur kawasan dan global; (c) meningkatkan dukungan dan mendorong pelaksanaan *Treaty of Amity and Cooperation* dan 6-9 mendorong traktat persahabatan dan kerjasama di Kawasan Asia Pasifik dan kawasan lainnya; (d) Mendorong pelaksanaan peran (kontribusi) Indonesia dalam *South East Asia Nuclear Weapon Free Zone* di kawasan; (e) Meningkatkan peran

Indonesia dalam pengelolaan konflik kawasan termasuk sengketa Laut China Selatan melalui mekanisme ASEAN; (f) meningkatkan peran partisipasi aktif di East Asia Summit (EAS) termasuk mendorong penyusunan *road map*; (g) intervensi kebijakan pemerintah terkait Masyarakat ASEAN; (h) penguatan kapasitas domestik dalam pembentukan Masyarakat ASEAN; (i) penguatan kelembagaan untuk mendukung pemantapan pelaksanaan Masyarakat ASEAN; (j) penguatan kemitraan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya; (k) meningkatkan kerja sama ASEAN dengan Mitra Wicara ASEAN.

Selain di tingkat ASEAN, di tingkat global Indonesia juga berupaya menguatkan diplomasi ekonomi dalam forum bilateral, multilateral, regional dan global melalui strategi (a) penguatan diplomasi perluasan pasar prospektif dan promosi perdagangan, pariwisata dan investasi Indonesia; (b) Perumusan Cetak Biru peran Indonesia di G20 untuk memperjuangkan kerjasama yang berimbang dan relevan; (c) pelaksanaan koordinasi kebijakan yang lebih erat antara negara anggota G20 guna menuju pemulihan ekonomi global dan menjaga terciptanya sistem perekonomian global yang kuat, berkelanjutan, dan seimbang; (d) peningkatan peran Indonesia di APEC dan G20 untuk memperjuangkan kepentingan Indonesia dan negara berkembang serta peran aktif dalam kerja sama antarkawasan MIKTA dan IORA; (e) peningkatan pemanfaatan keanggotaan Indonesia di Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan organisasi terkait komoditi, hak kekayaan intelektual (HAKI) dan pembangunan industri guna membuka akses pasar, peningkatan perlindungan HAKI, dan pengembangan SDM nasional; (f) peningkatan diplomasi politik yang seiring dengan target-target diplomasi ekonomi; (g) pelaksanaan peran Indonesia di *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP); dan (h) pelaksanaan kontribusi Indonesia dalam terbentuknya norma/rezim internasional yang mengatur perdagangan dan pembangunan, *energy and food security* sebagai *public goods*; (i) penguatan pranata diplomasi ekonomi sebagai pelaksana diplomasi ekono



## BAB III

# PASAR PROSPEKTIF DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA



***“Perkembangan geopolitik dan ekonomi global memunculkan emerging economies di sejumlah kawasan yang menawarkan peluang pasar prospektif bagi Trade, Tourism and Investment (TTI) Indonesia, termasuk Turki dan Polandia di Eropa Tengah dan Timur dan Meksiko dan Chile di Amerika Latin”***





### BAB III

## PASAR PROSPEKTIF DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA

Bab ini akan memberikan gambaran umum potensi ekonomi kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur (ETT) serta mengidentifikasi dua negara di masing-masing kawasan yang dapat dijadikan fokus penguatan diplomasi ekonomi Indonesia di pasar prospektif. Penetapan empat negara target tersebut akan merujuk pada *Market Potential Index* (MPI)—yang memetakan potensi pasar dari 87 *emerging economies* berdasarkan delapan indikator ekonomi dan politik<sup>41</sup> dan mempertimbangkan faktor-faktor kualitatif, seperti aspek geostrategis, geopolitik, dan hubungan bilateral negara-negara target tersebut dengan Indonesia. Bab ini juga akan menggambarkan upaya diplomasi ekonomi oleh beberapa negara Asia/ASEAN di kawasan Amerika Latin dan ETT dan empat negara target tersebut sebagai rujukan bagi Indonesia dalam memperkuat diplomasi ekonominya di pasar prospektif.

### A. OPTIMALISASI PASAR PROSPEKTIF DI KAWASAN AMERIKA DAN EROPA

Kawasan Amerika dan Eropa menjadi rumah bagi sejumlah mitra dagang dan ekonomi utama (mitra tradisional) Indonesia. Amerika Serikat (AS), Kanada, Uni Eropa (UE), dan Rusia selama ini telah menjadi beberapa destinasi utama bagi pasar produk ekspor Indonesia, sumber investasi dan wisatawan mancanegara (wisman), serta mitra pembangunan dan alih teknologi. Namun demikian, sebagaimana diuraikan pada Bab II, dinamika ekonomi global, seperti lambatnya pemulihan ekonomi global, menurunnya perdagangan dunia, dan melemahnya perekonomian RRT, telah mendesak berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia, untuk memperluas pasar alternatif dan memperkuat diplomasi ekonominya dengan berbagai mitra ekonomi baru atau non-tradisional.

---

<sup>41</sup> Kajian ini menggunakan Market Potential Index (MPI) yang disusun sejak tahun 1996 oleh lembaga *International Business Center, Michigan State University*, Amerika Serikat berdasarkan 8 indikator yaitu: (a) *market size*; (b) *market growth*; (c) *market intensity*; (d) *market consumption capacity*; (e) *commercial infrastructure*; (f) *economic freedom*; (g) *market receptivity*; dan (h) *country risk*. Peringkat MPI 2016 diakses melalui situs GlobalEdge, <http://globaleedge.msu.edu/mpi>, tanggal 17 Oktober 2016.

Dalam konteks kawasan Amerika dan Eropa, terdapat beberapa dinamika yang mendorong perlunya penguatan diplomasi ekonomi Indonesia guna mengoptimalkan peluang di pasar-pasar prospektif secara lebih optimal, yaitu: (a) tren penurunan permintaan pasar Amerika dan Eropa; (b) risiko geopolitik akibat gejolak sosial-politik di Amerika dan Eropa; dan (c) menguatnya persaingan negara-negara dalam memperebutkan pasar prospektif di kawasan Amerika dan Eropa, khususnya Amerika Latin dan ETT.<sup>42</sup>

### **1. Penurunan Permintaan Pasar Utama di Kawasan Amerika dan Eropa**

Selama 5 tahun terakhir, AS dan UE termasuk dalam 5 besar mitra dagang Indonesia. Pada tahun 2015, berdasarkan data *International Trade Center*, perdagangan Indonesia-AS mencapai USD 23,8 miliar. Nilai ekspor Indonesia ke AS tercatat USD 16,2 miliar (10,8% dari total ekspor Indonesia) dan impor dari AS sebesar USD 7,6 miliar (5,3% dari total impor Indonesia). Sedangkan perdagangan antara Indonesia-UE pada tahun 2015 mencapai USD 26,1 miliar. Indonesia mencatatkan total ekspor ke UE sebesar USD 14,8 miliar (9,9% dari ekspor Indonesia) dan impor dari UE sebesar USD 11,3 miliar (7,9% dari impor Indonesia). Namun demikian, pemulihan ekonomi yang berlangsung moderat (*mild recovery*) sejak krisis keuangan global 2008-2009 telah berdampak, antara lain, pada penurunan permintaan impor dari pasar-pasar utama Indonesia di Amerika dan Eropa.

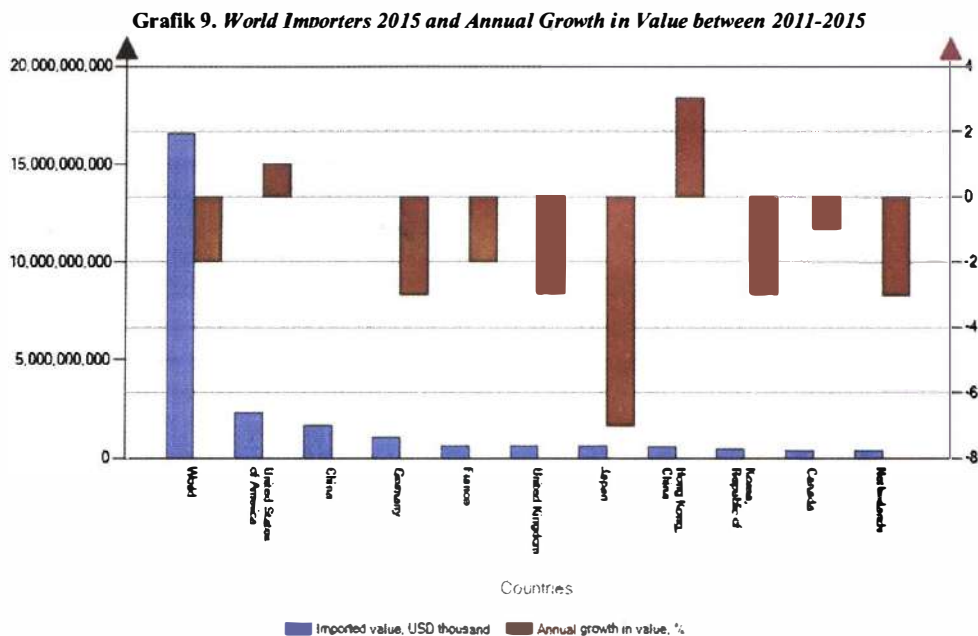
Proyeksi IMF yang dirilis pada Oktober 2016 menyatakan bahwa perekonomian AS akan tumbuh 1,5% (2016) dan 2,2% (2017); Kanada tumbuh 1,1% (2016) dan 1,9% (2017); zona Euro tumbuh 2,1% (2016) dan 2,1% (2017); sedangkan Rusia masih akan berkontraksi 0,7% (2016) dan tumbuh 1% (2017).<sup>43</sup>Tren yang diperkirakan masih akan berlangsung sampai beberapa tahun ke depan ini dikhawatirkan belum mampu meningkatkan permintaan dunia. Hal ini pada gilirannya akan menyulitkan kinerja ekspor Indonesia karena permintaan impor dari mitra dagang utama akan cenderung

---

<sup>42</sup>*Keynote Speech* Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan (BPPK), Kementerian Luar Negeri, Dr. Siswo Pramono, yang disampaikan pada kegiatan Pertemuan Kelompok Ahli bertema “Kerja Sama Ekonomi Indonesia di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif, Bandung, 18 November 2016.

<sup>43</sup> IMF (2016, Oktober). *World Economic Outlook (WEO) Subdued Demand: Symptoms and Remedies, October 2016*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/pdf/c1.pdf>, diakses tanggal 22 Desember 2016.

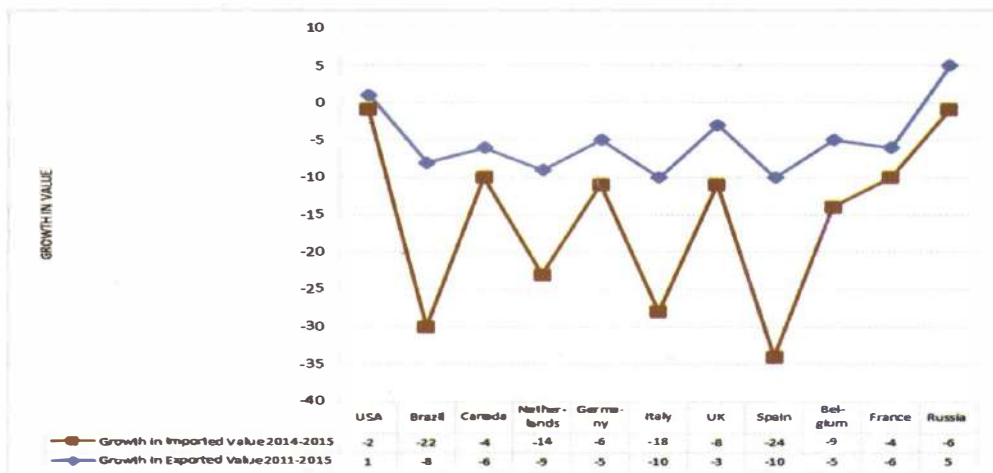
melemah sebagaimana tercermin selama kurun 2011-2015. Nilai impor AS dari dunia bergerak naik hanya 1% sedangkan Kanada tumbuh negatif 1%. Di kawasan Eropa, pertumbuhan impor Jerman, Belanda, Perancis, dan Inggris dari dunia tumbuh negatif sekitar 3% (Grafik 9).



Sumber: *International Trade Center (ITC), 2016*

Dalam konteks bilateral dengan Indonesia, untuk periode 2011-2015, nilai impor mitra dagang tradisional Indonesia umumnya juga menunjukkan pertumbuhan negatif. Ekspor Indonesia ke pasar AS dan Rusia tumbuh moderat masing-masing 1% dan 5%, sementara ke sebagian besar pasar negara-negara UE, ekspor Indonesia mengalami pertumbuhan negatif. Tren ini lebih jelas terlihat pada periode 2014-2015 dimana kinerja ekspor Indonesia ke mitra dagang utama di Amerika dan Eropa umumnya tumbuh negatif (Grafik 10).

**Grafik 10. Pertumbuhan Nilai Ekspor Indonesia ke Mitra Dagang Tradisional di Kawasan Amerika dan Eropa Periode 2011-2015**



Sumber: *International Trade Center (ITC), 2016*, diolah oleh Pusat P2K2 Amerop

Secara khusus untuk Rusia, tren tersebut diperburuk oleh sanksi ekonomi oleh Barat terhadap Rusia pasca aneksasi Rusia terhadap wilayah Krimea di Ukraina tahun 2014. Pada tahun 2015, nilai ekspor Indonesia ke Rusia, yang merupakan mitra dagang utama Indonesia di kawasan ETT, tercatat turun dari USD 1,05 miliar pada tahun 2014 menjadi USD 993,7 juta (0,7% dari total ekspor Indonesia). Begitu pula dengan impor Indonesia dari Rusia yang turun dari USD 1,58 miliar di tahun 2014 menjadi USD 992,6 juta (0,7% dari impor Indonesia) di tahun 2015. Untuk kawasan Eropa, nilai perdagangan Indonesia tumbuh sangat baik dengan Swiss yang meningkat 700% dari sekitar USD 133 juta pada tahun 2014 menjadi USD 1,07 miliar pada tahun 2015 karena peningkatan ekspor produk perhiasan asal Indonesia.

Krisis keuangan global 2008 telah membuktikan bahwa diversifikasi pasar menjadi suatu hal yang harus dilakukan. Ketergantungan yang tinggi terhadap pasar tertentu sangat berisiko bagi perekonomian suatu negara, apalagi dalam situasi krisis ekonomi. Risiko ini dapat terlihat pada kinerja ekspor Indonesia tahun 2009. Sebagai dampak dari krisis ekonomi global tahun 2008, ekspor Indonesia ke pasar utama - AS,

RRT, Jepang, Malaysia, dan Singapura - yang berkontribusi 47% terhadap total ekspor Indonesia pada tahun 2009 menurun 2,7% dari nilai ekspor tahun 2004.<sup>44</sup>

Diversifikasi pasar juga menjadi sangat penting ketika dalam konteks hubungan saling ketergantungan yang asimetris.<sup>45</sup> Hubungan bilateral Indonesia dengan AS dan UE sebetulnya dapat dikatakan bersifat asimetris. Walaupun Indonesia memandang AS dan UE sebagai mitra prioritas, AS dan UE masih merupakan mitra utama bagi satu sama lain mengingat ketergantungan perdagangan dan investasi yang sangat besar.

Menurut data *International Trade Center* (ITC) pada tahun 2015, ekspor AS ke UE-28 mencakup 18,2% dari total ekspornya sementara ekspor Eropa secara keseluruhan ke AS mencapai 20,6% dari total ekspor Eropa. Sedangkan impor AS dari UE-28 dan Eropa mencakup masing-masing 18,9% dan 21,3% total impor AS. Sedangkan dari sisi investasi, pada tahun 2013, investasi langsung UE-28 mencapai €276 miliar (sekitar USD 288,2 miliar), sedangkan investasi langsung AS ke UE-28 mencapai €433,4 miliar (sekitar USD 452,1 miliar). AS juga merupakan mitra utama UE dalam hal investasi portofolio.<sup>46</sup>Selain itu, mitra ekonomi utama Indonesia di ETT yakni Rusia juga tengah mengalami penurunan ekonomi akibat turunnya harga minyak dunia sehingga daya serap Rusia terhadap produk ekspor melemah, khususnya produk *Crude Palm Oil/CPO* asal Indonesia, dan mulai beralih ke Asia.

Kondisi di atas menjadi faktor pendorong bagi Indonesia untuk mengembangkan pasar alternatif di kawasan Amerika Latin dan ETT. Meningkatnya proporsi konsumsi domestik terhadap GDP dan meningkatnya tren impor dan daya beli masyarakat di kedua kawasan tersebut menjadikan kawasan Amerika Latin dan ETT sangat potensial sebagai pasar alternatif.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup>Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Kajian Kebijakan Pengembangan Diversifikasi Pasar dan Produk Ekspor*. Jakarta, 2011, hlm. 2-3.

<sup>45</sup>*Keynote Speech* Kepala BPPK, Kemlu RI, Dr. Siswo Pramono, yang disampaikan pada kegiatan Pertemuan Kelompok Ahli bertema “Kerja Sama Ekonomi Indonesia di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif, Bandung, 18 November 2016.

<sup>46</sup> Eurostat. *Foreign Direct Investment Statistics*. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign\\_direct\\_investment\\_statistics#FDI\\_flows](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign_direct_investment_statistics#FDI_flows), diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>47</sup> Pembahasan pada Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “Proyeksi Ekonomi Kawasan Eropa Tengah dan Timur dan Peluang Bagi Sektor Ekonomi Indonesia”, Bandung, 3 Oktober 2016.

## 2. Risiko Geo-politik di Kawasan Amerika dan Eropa

Saat ini, kawasan Amerika dan Eropa menghadapi beberapa dinamika politik, ekonomi, dan sosial yang dikhawatirkan menimbulkan ketidakstabilan pasar dan ketidakpastian arah kebijakan ekonomi yang akan diadopsi oleh negara-negara di kawasan ini. Salah satu kekhawatiran yang muncul adalah kemungkinan diterapkannya pendekatan dan kebijakan ekonomi yang cenderung protektif, antara lain, peningkatan hambatan perdagangan oleh pasar Amerika dan Eropa. Beberapa dinamika yang perlu diantisipasi oleh Indonesia dalam upayanya memperkuat diplomasi ekonomi di kawasan Amerika Latin dan ETT sebagai pasar alternatif adalah sebagai berikut:

### a. Pemilihan Presiden Amerika Serikat

Presiden terpilih ke-45 AS Donald Trump yang berhasil mengalahkan kandidat asal Partai Demokrat, Hillary Clinton, pada pemilu AS tanggal 9 November 2016 diperkirakan akan berfokus pada pembangunan kembali ekonomi AS melalui kebijakan yang cenderung *inward looking*. Dalam konteks kerja sama ekonomi internasional, Pemerintahan Presiden Trump yang akan dilantik pada 20 Januari 2017 mendatang diperkirakan akan menata kembali kerja sama internasional AS berdasarkan *rational cost and benefits*. Beberapa implikasi yang mungkin timbul, antara lain: (i) peninjauan ulang *North American Free Trade Agreement* (NAFTA) dan proses ratifikasi *Trans-Pacific Partnership* (TPP) yang oleh Trump dipandang akan meningkatkan defisit perdagangan AS dan mengalihkan lapangan kerja ke luar negeri; dan (b) agresivitas AS dalam mencari kesalahan mitra dagang maupun penghapusan status *Generalized System Preferences* (GSP), yang selama ini juga dinikmati oleh Indonesia. AS juga diperkirakan akan semakin kritis dalam isu perlindungan HAKI dan kandungan lokal.<sup>48</sup>

Beberapa hal yang perlu diantisipasi oleh Pemerintah Indonesia dalam kondisi ketidakpastian pasca kemenangan Trump ini adalah: (i) kekhawatiran akan menguatnya hambatan perdagangan, baik tarif maupun non-tarif bagi produk ekspor Indonesia seperti standar lingkungan, kesehatan, dan *sustainability* yang tinggi terhadap produk

---

<sup>48</sup>Pembahasan pada kegiatan *Foreign Policy Dinner* "Proyeksi Hubungan RI-AS berkaitan dengan Terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden AS" dalam Pemilu AS 8 November 2016", di Kementerian Luar Negeri, Jakarta, 11 November 2016.



CPO, hasil hutan, dan perikanan; (ii) ketidakpastian status dan masa depan TPP; dan (c) kemungkinan kebijakan ekonomi AS menjadi semakin protektif. Kondisi ini perlu diantisipasi oleh Pemerintah Indonesia dengan memprioritaskan negosiasi perdagangan regional seperti RCEP, Indonesia-UE CEPA atau mendorong perjanjian perdagangan bilateral dengan mitra dagang lain untuk membuka akses ke pasar alternatif.

#### **b. Keluarnya Inggris dari UE (*Brexit*) dan Krisis Pengungsi di Eropa**

Dalam konteks bilateral, hubungan ekonomi Indonesia-Inggris pasca hasil referendum 23 Juni 2016 yang menginginkan Inggris keluar dari keanggotaan UE (*Brexit*) kemungkinan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Neraca perdagangan Indonesia terhadap Inggris selalu surplus dan investasi asal Inggris pun termasuk yang terbesar di Indonesia. Namun demikian, dalam konteks pengembangan hubungan ekonomi dengan negara-negara di kawasan ETT, Indonesia perlu mencermati dampak *Brexit* terhadap ekonomi Inggris dengan ETT. Hal ini mengingat bahwa mitra dagang dan ekonomi utama ETT umumnya adalah UE. Ketidakpastian ekonomi di UE akan mempengaruhi perekonomian ETT.

Demikian pula dengan dampak dari krisis pengungsi yang terjadi di Eropa. Dalam jangka pendek, krisis pengungsi diprediksi akan berpengaruh terhadap peningkatan GDP akibat ekspansi fiskal dan kontribusi imigran terhadap pasar tenaga kerja (terutama di Jerman, Austria, dan Swedia).<sup>49</sup> Sedangkan dampak ekonomi jangka menengah dan panjang masih melihat pada penyerapan kaum migran di bursa tenaga kerja. Namun demikian, krisis sosial yang dapat ditimbulkan akibat krisis ini perlu diantisipasi dapat menimbulkan ketidakstabilan karena mendorong tren Eropa yang lebih tertutup, antara lain, dengan perkembangan politik yang bergeser ke sayap kanan.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup>Shekhar Aiyar, Bergljot Barkbu, Nicoletta Batini, Helge Berger, Enrica Detragiache, Allan Dizioli, Christian Ebeke, Huidan Lin, Linda Kaltani, Sebastian Sosa, Antonio Spilimbergo, The Refugee Surge in Europe: Economic Challenges, International Monetary Fund (IMF) Staff Discussion Note, SDN/16/02, January 2016, <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2016/sdn1602.pdf>, diakses tanggal 13 Desember 2016

<sup>50</sup>Shekhar Aiyar, Bergljot Barkbu, Nicoletta Batini, Helge Berger, Enrica Detragiache, Allan Dizioli, Christian Ebeke, Huidan Lin, Linda Kaltani, Sebastian Sosa, Antonio Spilimbergo, The Refugee Surge in Europe: Economic Challenges, International Monetary Fund (IMF) Staff Discussion Note, SDN/16/02, January 2016, <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2016/sdn1602.pdf>, diakses tanggal 13 Desember 2016

### **c. Meningkatkan Popularitas Partai Sayap Kanan di Eropa**

Kecenderungan penguatan politik Sayap Kanan di Eropa sebenarnya telah terjadi dalam sepuluh tahun terakhir. Tren penguatan politik Sayap Kanan ini dapat terlihat di Italia, Austria, Hungaria, Polandia, dan Swiss, serta negara-negara lain di Eropa, seperti Perancis dan Belanda, yang memiliki kecenderungan peningkatan proporsi jumlah kursi partai Kanan dari tahun ke tahun. Haluan Kanan yang percaya bahwa Eropa akan lebih sejahtera bila berdiri sendiri atau jika negara-negara anggota UE mendapatkan kembali wewenang mereka untuk memerintah dapat memunculkan risiko (a) kebijakan ekonomi yang lebih proteksionis dan cenderung anti-imigran; (b) resistensi atau pembatasan bagi pencari suaka sehingga menyulitkan penyelesaian krisis imigran; dan (c) munculnya fasisme baru mengingat di Austria sudah tercetus pernyataan oleh partai Sayap Kanan bahwa *Political Islam* adalah fasisme baru.<sup>51</sup>

Kemenangan-kemenangan partai dan organisasi Sayap Kanan di satu negara di Eropa dikhawatirkan dapat menimbulkan efek domino di negara lain yang pada akhirnya mengganggu stabilitas politik di Eropa. Apabila tidak dikelola dengan baik, tren penguatan haluan Kanan ini akan mengganggu stabilitas sosial yang dapat berujung pada kehancuran rezim berkuasa. Fenomena ini perlu diantisipasi oleh Pemerintah Indonesia apabila ingin mengelola pasar prospektif di kawasan Eropa khususnya ETT.

### **3. Menguatnya Persaingan dalam Memperebutkan Pasar Alternatif**

Persaingan antarnegara dalam merebut pasar alternatif semakin ketat. Ketidakpastian ekonomi di Amerika dan Eropa selama beberapa tahun terakhir menjadikan tidak hanya Indonesia, namun juga negara lainnya di dunia, mencari solusi untuk mengantisipasi kondisi perekonomian dalam negerinya yang secara langsung maupun tidak langsung terpengaruhi, salah satunya dengan memprioritaskan pengelolaan pasar prospektif di kawasan Amerika Latin maupun ETT.

Dalam memperluas akses pasar dan memperdalam hubungan ekonominya dengan Amerika Latin dan ETT, Indonesia akan bersaing dengan negara-negara adikuasa

---

<sup>51</sup>Dinna Wisnu. *Uni Eropa di Persimpangan Jalan*. Koran Sindo. 7 Desember 2016. <http://nasional.sindonews.com/read/1161059/18/uni-eropa-di-persimpangan-jalan-1481071948/>, diakses tanggal 15 Desember 2016.

maupun negara-negara berkembang berdaya saing tinggi dan memiliki kekuatan modal, seperti AS dan RRT, UE, Vietnam dan Malaysia, yang semakin gencar menjalin kemitraan ekonomi dengan kedua kawasan ini. Berikut ini beberapa ilustrasi upaya penetrasi ekonomi yang dilakukan oleh RRT dan Vietnam di kawasan Amerika Latin dan ETT.

#### a. **Diplomasi Ekonomi RRT di Amerika Latin**

Penetrasi ekonomi oleh RRT di Amerika Latin selama satu setengah dekade terakhir ini telah membuahkan hasil yang luar biasa. Sejak tahun 2000, perdagangan bilateral RRT-Amerika Latin meningkat hampir 2000%. Capaian ini didorong pula oleh adanya mekanisme perjanjian perdagangan bilateral antara RRT dan Peru serta Chile.<sup>52</sup> Terpuruknya harga komoditas dunia yang menjadi pilar hubungan ekonomi keduanya tidak menyurutkan langkah RRT dalam mengoptimalkan peluang di Amerika Latin.

Amerika Latin merupakan mitra yang semakin penting bagi RRT dan sebaliknya. Bagi Amerika Latin, RRT merupakan mitra dagang, sumber investasi dan dana alternatif bagi pembangunan infrastruktur di kawasan. Untuk sebagian negara di kawasan ini seperti Venezuela, RRT juga dipandang sebagai aliansi dalam melawan imperialisme Barat.<sup>53</sup>

Kawasan Amerika Latin merupakan mitra dagang terbesar ke-4 bagi RRT. Perdagangan RRT dengan Amerika Latin meningkat 22 kali lipat antara 2000-2013, mencapai USD 236,5 miliar di tahun 2015. Destinasi ekspor utama antara lain Brasil, Meksiko, Chile, Argentina, dan Panama. Pada tahun 2014, RRT mengambil posisi UE sebagai mitra dagang terbesar ke-2 bagi Amerika Latin.<sup>54</sup>

Berdasarkan *White Paper 2008*, kehadiran RRT di Amerika Latin adalah untuk mencapai tujuan jangka panjang mengamankan sumber daya dan memupuk kemitraan

---

<sup>52</sup> Enrique Dussel Peters, *China's Evolving Role in Latin America: Can It be A Win-Win?*, Atlantic Council-Adrienne Arsht-Latin America Center, [http://publications.atlanticcouncil.org/chinalatam//AC\\_CHINA090915DP.pdf](http://publications.atlanticcouncil.org/chinalatam//AC_CHINA090915DP.pdf), diakses tanggal 14 Desember 2016

<sup>53</sup> R. Evan Ellis, *Chinese Soft Power in Latin America: A Case Study*, Issue 60, 1<sup>st</sup> Quarter, 2011, [https://umshare.miami.edu/web/wda/hemisphericpolicy/Speaker\\_Presentations/6LACConf-ChineseSoftPowerinLACaseStudy-Ellis.pdf](https://umshare.miami.edu/web/wda/hemisphericpolicy/Speaker_Presentations/6LACConf-ChineseSoftPowerinLACaseStudy-Ellis.pdf), diakses 11 Desember 2016.

<sup>54</sup> Cary Huang. (11 Desember 2016). *Why China is Cosying Up to Latin America*. South China Morning Post, 11 Desember 2016. <http://www.scmp.com/week-asia/opinion/article/2053391/why-china-cosying-latin-america>, diakses tanggal 22 Desember 2016.

ekonomi di 14 sektor termasuk perdagangan, investasi, infrastruktur, energi, pariwisata, sosial-budaya, dan keamanan. Sejak *White Paper* tersebut dirilis, RRT mengembangkan hubungannya dengan Amerika Latin, antara lain, melalui kerja sama Selatan-Selatan, pembangunan infrastruktur, dan kerja sama perdagangan serta investasi.

Sejak tahun 2000, pendekatan RRT ke kawasan Amerika Latin sangat intensif termasuk melalui saling kunjung pada tataran pemerintahan yang intensif. Selama periode 2011-2015, Presiden dan Perdana Menteri RRT telah melakukan 31 kunjungan ke 12 negara di Amerika Latin. Kunjungan ke Brasil tercatat 6 kali sedangkan ke Argentina, Chile, dan Kuba masing-masing tercatat 4 kali.<sup>55</sup>

Dalam rangka mendekati Amerika Latin, RRT juga meningkatkan peran aktifnya dalam berbagai forum regional di Amerika Latin. RRT memiliki status *observer* dalam *Organization of American States* (OAS) di tahun 2004 dan sebagai anggota dalam *Inter-American Development Bank* (IDB) di tahun 2009 dan berpartisipasi dalam United Nations Peacekeeping di Haiti. RRT juga memiliki mekanisme BRICS (Brazil, Rusia, India, China, South Africa) sebagai penghubung ke Amerika Latin melalui Brasil. RRT juga berpartisipasi aktif dalam *Economic Commission for Latin America and the Caribbean* (ECLAC) yang dapat menjadi sarana terciptanya “*Pacific triangle*” antara US-Amerika Latin-Asia menggantikan “*Atlantic triangle*” antara AS-Amerika Latin-UE.<sup>56</sup>

Pada Januari 2015, RRT menjadi tuan rumah Pertemuan Tingkat Menteri CELAC ke-1 di Beijing yang menghasilkan dokumen *Cooperation Plan CELAC-China* (2015-19) yang menyepakati (i) peningkatan perdagangan sebesar USD 500 miliar setiap tahunnya; (ii) peningkatan investasi langsung RRT ke Amerika Latin dari USD 100 miliar menjadi USD 250 miliar untuk 10 tahun ke depan; (iii) peluncuran 6000 program beasiswa, kesempatan magang/pelatihan bagi 6000 peserta, dan 400 program beasiswa magister untuk warga Amerika Latin di RRT. Besarnya aliran modal pinjaman RRT ke

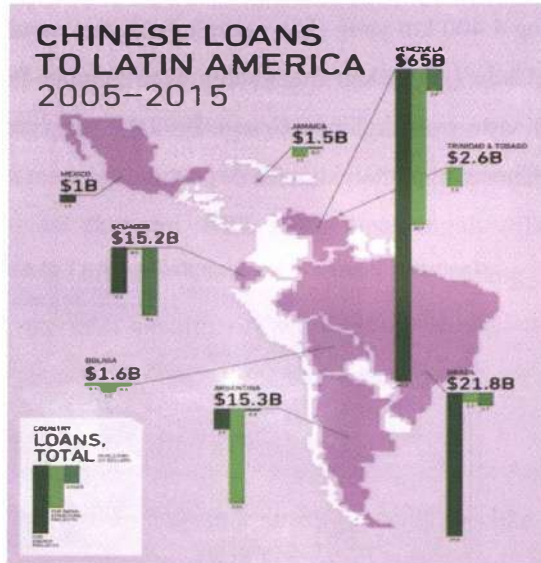
---

<sup>55</sup> Enrique Dussel Peters, *China's Evolving Role in Latin America: Can It be A Win-Win?*, Atlantic Council-Adrienne Arsht-Latin America Center, [http://publications.atlanticcouncil.org/chinalatam//AC\\_CHINA090915DP.pdf](http://publications.atlanticcouncil.org/chinalatam//AC_CHINA090915DP.pdf), diakses tanggal 14 Desember 2016

<sup>56</sup> R. Evan Ellis. *Chinese Soft Power in Latin America: A Case Study*. Issue 60, 1<sup>st</sup> Quarter, 2011, [https://umshare.miami.edu/web/wda/hemisphericpolicy/Speaker\\_Presentations/6LACConf-ChineseSoftPowerinLACaseStudy-Ellis.pdf](https://umshare.miami.edu/web/wda/hemisphericpolicy/Speaker_Presentations/6LACConf-ChineseSoftPowerinLACaseStudy-Ellis.pdf), diakses 11 Desember 2016.

Amerika Latin juga menjadi salah satu penyokong posisi RRT di kawasan ini, antara lain ke Brasil, Venezuela, dan Argentina.

Gambar 5. Investasi RRT di Amerika Latin Periode 2005–2015



Sumber: *Finnish Institute for International Affairs*<sup>57</sup>

Kepentingan RRT di Amerika Latin lebih didorong oleh kepentingan geoekonomi untuk:<sup>58</sup>

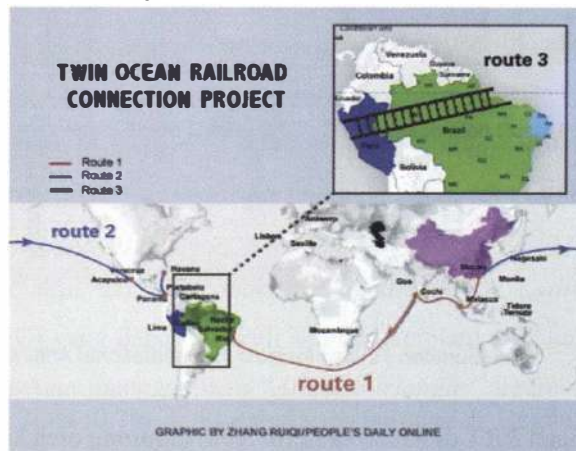
- (i) Mengamankan sumber bahan baku (mineral, tembaga, kacang kedelai) dan energi yang diperlukan bagi keberlangsungan industrialisasi dan kebutuhan pangan yang semakin meningkat di RRT. Hal ini dapat terlihat dari aliran modal RRT ke kawasan ini. Sebesar 75% merger maupun akuisisi perusahaan RRT selama 5 tahun terakhir adalah di sektor industri ekstraktif seperti migas dan tambang; sekitar 66% investasi RRT dialirkan untuk proyek infrastruktur dan pekerjaan

<sup>57</sup>Mikael Wigel. Center for Security Studies, <http://www.css.ethz.ch/en/services/digital-library/articles/article.html/2d9588c7-6ad6-4680-aac9-72943de702b0>, diakses tanggal 22 Desember 2016.

<sup>58</sup> Mikael Wigell (Agustus, 2016). *China's Advance in Latin America: Geostrategic Implications for Europe, the US, and the Region Itself*. The Finnish Institute of International Affairs. FIIA Briefing Paper 199, August 2016. [http://www.fii.fi/en/publication/601/china\\_s\\_advance\\_in\\_latam\\_america/](http://www.fii.fi/en/publication/601/china_s_advance_in_latam_america/), diakses tanggal 22 Desember 2016, dan Kerry Dumbaugh and Mark P. Sullivan. *China's Growing Interest in Latin America*. US Department of State. CRS Report for Congress. 20 April 2005. . <https://fpc.state.gov/documents/organization/45464.pdf>, diakses tanggal 22 Desember 2016.

umum yang berkaitan dengan perolehan akses ke sumber daya atau bahan baku dan sisanya di sektor pertanian, energi, dan mineral. Proyek infrastruktur besar yang disepakati pada saat kunjungan PM Li Keqiang ke Amerika Latin pada Mei 2015 adalah proyek koridor kereta api lintas kontinen “Twin-Ocean Railroad” sepanjang 4.400 km yang akan menghubungkan pantai Atlantik Brasil dan pantai Pasifik Chile (juga akan menghubungkan dengan Peru dan negara *landlocked* Bolivia) serta proyek “*Two-Ocean Tunnel*” yang akan menghubungkan pantai Pasifik Chile dan pantai Atlantik Argentina.

Gambar 6. Proyek *Twin Ocean Railroad* RRT di Amerika Latin



Sumber: *People's Daily Online*<sup>59</sup>

- (ii) Memperluas diversifikasi basis ekspor asal RRT. Hal ini untuk mengatasi ketergantungan RRT terhadap pasar AS dan Eropa sekaligus memperluas kapasitas industri dan basis manufakturnya dan mencari pasar bagi produksi yang sudah melebihi kapasitas. Dalam kaitan ini, RRT kerap mengolah bahan baku dari Amerika Latin menjadi produk bernilai tambah untuk diekspor kembali ke Amerika Latin.

<sup>59</sup> People's Daily Online. <http://en.people.cn/n/2015/0522/c98649-8895960.html>, diakses tanggal 22Desember 2016.

- (iii) Meningkatkan peran mata uang Yuan di pasar internasional, antara lain, melalui mekanisme *bilateral currency swap arrangements* dengan Argentina, Brasil, dan Chile.
- (iv) Menyediakan sarana diplomatik untuk membendung Taiwan dan memperkuat kebijakan *One China Policy*.
- (v) Mengamankan kepentingan strategis yang lebih luas yaitu aliansi politik untuk mendukung kebangkitan RRT sebagai *emerging superpower* dan mengimbangi AS yang berupaya mencegah upaya tersebut, seperti halnya strategi “*pivot to Asia*” AS. Melalui integrasi ekonomi, RRT ingin membangun wilayah pengaruh di Amerika Latin yang menurut Doktrin Monroe dipandang sebagai halaman belakang AS dimana intervensi di Amerika Utara atau Selatan akan dianggap sebagai ancaman (*unfriendly disposition*) terhadap AS.

Ketidakmampuan AS dan Eropa untuk mengimbangi RRT di Amerika Latin dapat memarjinalkan AS dan Eropa secara ekonomi di kawasan ini. Jika pada tahun 2000 perdagangan RRT dengan Amerika Latin mencakup 2% dibandingkan AS yang mencakup 53%, maka pada 2010 perdagangan RRT tumbuh menjadi 11% sementara AS turun menjadi 39%. AS dan Eropa perlu mengembangkan kesepakatan-kesepakatan perdagangan dan inisiatif baru. Secara khusus bagi AS yang dalam kondisi pemerintahan Presiden Trump justru berkeinginan menghapus perjanjian perdagangan seperti NAFTA, menutup perbatasan Meksiko, dan memulangkan para imigran. Padahal RRT justru memanfaatkan kondisi tersebut dan semakin merapat ke Amerika Latin. Hal ini antara lain terefleksi dari kunjungan Presiden RRT Xi Jinping ke Amerika Latin beberapa hari setelah Trump memenangkan pemilu AS.

#### **b. Diplomasi Ekonomi Vietnam di Amerika Latin**

Vietnam semakin agresif mengembangkan perjanjian perdagangan bebas dengan Amerika Latin, antara lain dengan Chile. Dalam beberapa tahun terakhir ini, hubungan antara Vietnam dan negara-negara di kawasan Amerika Latin berkembang semakin kuat. Nilai perdagangan Vietnam-Amerika Latin mengalami kenaikan 17 kali lipat selama 10 tahun terakhir, dari USD 300 juta pada tahun 2000 menjadi USD 5,1 miliar

pada tahun 2011. Perdagangan terbesar Vietnam dengan kawasan ini antara lain dengan Brasil, Argentina dan Meksiko yang telah melampau nilai USD 1 miliar per tahun.<sup>60</sup>

Skema TPP diharapkan akan semakin meningkatkan perdagangan Vietnam dan Amerika Latin, khususnya dengan Chile, Meksiko, dan Peru yang merupakan para pihak pada TPP. Menurut Kementerian Industri dan Perdagangan Vietnam, perdagangan bilateral Vietnam-Amerika Latin telah meningkat dari puluhan juta dolar AS di tahun 1990an menjadi USD 9,5 miliar di tahun 2014, di mana ekspor Vietnam ke Amerika Latin mencapai USD 4,71 miliar dan impor Vietnam dari Amerika Latin mencapai USD 4,8 miliar.<sup>61</sup>

Dalam rangka memperkuat kehadiran Vietnam di Amerika Latin, negara ini telah menjalin hubungan diplomatik setidaknya dengan 27 negara Amerika Latin, membentuk komite-komite Kerjasama gabungan antar pemerintah dengan lima negara, dan membentuk mekanisme-mekanisme konsultasi politik dengan 15 negara Amerika Latin. Dalam satu dekade terakhir, telah terlaksana 9 kunjungan oleh para pemimpin senior Vietnam ke negara-negara Amerika Latin, dan sebaliknya ada 10 kunjungan oleh para pemimpin senior negara-negara Amerika Latin ke Vietnam.<sup>62</sup>

### **c. Diplomasi Ekonomi RRT di Eropa Tengah dan Timur**

Kawasan ETT sempat ditelantarkan dalam politik luar negeri RRT cukup lama. Upaya RRT untuk membangun kembali hubungannya mendapatkan momentum melalui inisiatif “16+1” pada November 2012 yang dimaksudkan sebagai forum untuk mempererat kerja sama RRT dan 16 negara ETT melalui bidang ekonomi, investasi, dan infrastruktur. Pada kesempatan ini, disepakati pula dokumen *Suzhou Guidelines* yang akan menjadi rencana aksi kerja sama sampai dengan tahun 2020. Dokumen ini memuat

---

<sup>60</sup>Radio Suara Vietnam-VOV International, Forum Vietnam – Amerika Latin tentang perdagangan dan investasi: mempersempit jarak geografi dan meningkatkan kerjasama investasi, 5 Juli 2012, <http://vovworld.vn/id-id/Ulasan-Berita/Forum-Vietnam-Amerika-Latin-tentang-perdagangan-dan-investasi-mempersempit-jarak-geografi-dan-meningkatkan-kerjasama-investasi/94060.vov>, diakses tanggal 14 Desember 2016

<sup>61</sup>Oscar Mussons dan Fernando Vidaurri, Vietnam – Latin America Trade: Complementary Economies under the TPP, Vietnam Briefing, 4 Januari 2016, <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-latin-america-trade.html/>, diakses tanggal 14 Desember 2016, <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-latin-america-trade.html/>

<sup>62</sup>Oscar Mussons dan Fernando Vidaurri, Vietnam – Latin America Trade: Complementary Economies under the TPP, Vietnam Briefing, 4 Januari 2016, <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-latin-america-trade.html/>, diakses tanggal 14 Desember 2016, dan <http://vietnamnews.vn/print/viet-nam-latin-america-to-expand-trade/272622.html>, diakses tanggal 14 Desember 2016.



komitmen kerja sama di bidang agrikultur, logistik, dan industri. Skema “16+1” tidak saja menjadi mekanisme dialog bagi RRT dan 16 negara ETT, tetapi juga sebagai saluran bagi RRT untuk mendapatkan akses yang lebih besar ke pasar Eropa, khususnya UE.

Pendekatan RRT ke ETT juga semakin intensif ketika RRT meluncurkan inisiatif *One Belt One Road* (OBOR), skema baru Jalur Sutra (*Silk Road*) RRT, pada tahun 2013. Melalui skema ini, RRT ingin memastikan keterlibatan ETT dalam pembangunan koridor yang akan menghubungkan RRT dan Eropa melalui jaringan transportasi darat (jalan dan kereta api), udara, laut (pelabuhan), telekomunikasi, dan pipa gas.<sup>63</sup> Skema *New Silk Road* atau OBOR akan memiliki tiga koridor yang menghubungkan RRT dengan Eropa melalui ETT, yakni: (a) dari pelabuhan Piraeus di Yunani melalui Eropa Selatan dan bagian Barat wilayah Balkan; (b) melalui Polandia; dan (c) melalui jalur utara negara-negara Baltik.<sup>64</sup>

RRT juga cenderung lebih optimal dalam mengelola negara-negara ETT yang memiliki posisi strategis dalam skema OBOR, seperti Polandia yang akan menjadi salah satu “*new gateway*” ke Eropa, atau negara ETT yang dipandang sebagai *hub* bagi RRT seperti halnya Latvia. Dalam konteks ini, Latvia dipandang sebagai mitra penting RRT di kawasan Balkan. Posisi penting Latvia bagi RRT dapat terlihat, antara lain, ketika Latvia ditunjuk menjadi tuan rumah KTT 16+1 tahun 2016 karena profil ekonomi Latvia sebagai negara transit yang menghubungkan Latvia dengan Asia melalui Rusia, tetapi juga karena Latvia memiliki iklim usaha yang baik yang dipandang mampu menjembatani hubungan RRT dengan UE dan negara-negara Nordik.

---

<sup>63</sup>Dragan Pavlicevic. *China's New Silk Road Takes Shape in Central and Eastern Europe*. China Brief. Volume XV, Issue 1. 9 Januari 2015. <https://jamestown.org/program/chinas-new-silk-road-takes-shape-in-central-and-eastern-europe/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

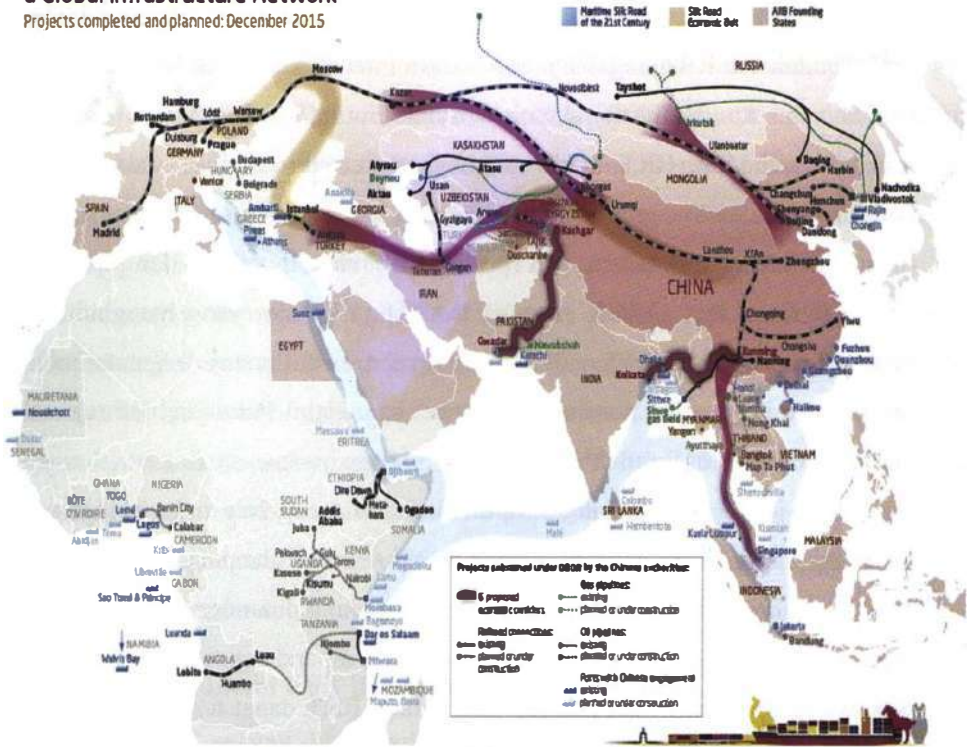
<sup>64</sup>Martin Kaczmariski, Jakub Jakobowski, dan Joanna Hyndie-Hussein. *The China/Central and Eastern Europe Summit: A New Vision of Cooperation, Old Instruments*. Osrodek Studiow Wschodnich (OSW) Analyses. 2 Desember 2015. <https://www.osw.waw.pl/en/publikacje/analyses/2015-12-02/china/central-and-eastern-europe-summit-a-new-vision-cooperation-old>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

Gambar 7. Jalur One Belt One Road RRT

MERICS China Mapping

One Belt, One Road: With the Silk Road Initiative, China Aims to Build a Global Infrastructure Network

Projects completed and planned: December 2015



Sumber: Mercator Institute for China Studies<sup>65</sup>

Dalam KTT “16+1” di Riga pada November 2016, RRT dan 16 negara ETT kembali menyepakati komitmen kerja sama infrastruktur, keuangan, dan industri. Upaya diplomasi ekonomi RRT di ETT membuahkan hasil yang cukup baik. Nilai perdagangan RRT-ETT terbukti meningkat lebih cepat dibandingkan dengan Eropa secara umum. Sebagai ilustrasi, ekspor ETT ke RRT tumbuh 173% pada tahun 2014 dibandingkan ekspor UE ke RRT yang tumbuh 91%.<sup>66</sup> Namun demikian, pendekatan RRT ke ETT

<sup>65</sup> Moritz Rudolf. *One Belt One Road: The New Silk Road*. Mercator Institute for China Studies (Merics) Publications. <http://www.merics.org/en/merics-analysis/infographicchina-mapping/china-mapping/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>66</sup> Agatha Kraus. *The Best of both Worlds? CEE’s Place in China-Europe Economic Relations*. China Analysis: 16+1 China Investing in Influence”. European Council on Foreign Relations (ECFR)/199. Desember 2016. [http://www.ecfr.eu/publications/summary/chinas\\_investment\\_in\\_influence\\_the\\_future\\_of\\_161\\_cooperation7204](http://www.ecfr.eu/publications/summary/chinas_investment_in_influence_the_future_of_161_cooperation7204), diakses tanggal 22 Desember 2016.

tidak saja dilakukan melalui pembangunan infrastruktur dan peningkatan perdagangan serta investasi, tetapi juga melalui penguatan hubungan politik pada tataran pemerintah melalui berbagai kerangka politik (seperti pembentukan *Belgrade Guidelines* yang menjadi panduan jangka menengah strategi hubungan RRT di ETT), kerja sama budaya, pendidikan dan seni, peningkatan hubungan antarmasyarakat (*people-to-people contact*) kedua negara melalui kerja sama *think tank*, jurnalis, dan Sinolog kedua pihak.

#### **d. Diplomasi Ekonomi Vietnam di Eropa Tengah dan Timur**

Hubungan dan kerja sama Vietnam dengan negara-negara di kawasan ETT sudah terjalin cukup lama. Negara-negara di kawasan ini bahkan termasuk yang pertama mengakui kedaulatan dan menjalin hubungan diplomati dengan Vietnam. Keduanya juga memiliki kesamaan dalam hal membuka diri terhadap globalisasi dan transisi ekonomi.<sup>67</sup>

Hubungan ekonomi Vietnam dengan 15 negara ETT, antara lain, Bulgaria, Kroasia, Ceko, Estonia, Hungaria, Latvia, Lituania, Montenegro, Polandia, Slovakia, dan Romania, berkembang cukup baik. Semua negara ETT tersebut telah melakukan ekspansi bisnis ke Vietnam. Polandia mengembangkan kerja sama di bidang keuangan, asuransi, pelabuhan, farmasi, makanan dan minuman, energy, dan informasi dan teknologi dengan Vietnam. Ceko dan Slovakia mengembangkan kerja sama di sektor otomotif, elektronik, dan pertambangan. Sedangkan Hungaria mengembangkan kerja sama di bidang lingkungan dan pengelolaan air.

Vietnam juga termasuk yang cukup proaktif dalam mengembangkan perjanjian perdagangan di kawasan Eropa. *Free Trade Agreement* antara Vietnam dan UE yang disepakati pada Desember 2015 diharapkan akan membantu semakin meningkatkan perdagangan Vietnam dengan negara-negara ETT anggota UE. Selain itu, Vietnam juga telah menandatangani *Free Trade Agreement* (FTA) dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU) pada tahun 2015 untuk semakin menguatkan hubungan ekonomi dengan Rusia dan negara-negara Eurasia.

---

<sup>67</sup>Central and Eastern European Chamber of Commerce in Vietnam. *Central and Eastern Europe-Vietnam: 65 Years of Cooperation*. <http://ceecvn.org/about-ceec/central-and-eastern-europe-vietnam-cooperation/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

Dibandingkan RRT dan Vietnam, Indonesia masih relatif lebih lambat dalam mengupayakan *Free Trade Agreement* (FTA) dengan negara-negara di kawasan Amerika Latin dan ETT dan perlu memanfaatkan FTA dan perjanjian bilateral yang ada secara lebih optimal.<sup>68</sup>

Berbagai fenomena di atas menuntut adanya upaya diplomasi ekonomi yang senantiasa beradaptasi dengan perkembangan dinamika global dan regional. Menurut Mark Webber dan Michael Smith, dalam bukunya *Foreign Policy in a Transformed World*, politik luar negeri suatu negara dapat dikatakan baik apabila dapat merespon perubahan situasi global dengan baik dan bergerak dari paradigma lama bahwa politik luar negeri semata-mata ditujukan untuk mencapai kepentingan nasional dalam definisi yang sempit: memelihara keamanan negara, memperjuangkan kedaulatan negara.<sup>69</sup>

Paradigma baru pasca Perang Dingin tersebut oleh Robert Keohane dan Joseph Nye disebut sebagai “saling ketergantungan yang kompleks” atau *complex interdependence* yang merujuk pada hubungan resiprokal atau timbal balik antar aktor global—negara maupun non-negara—yang ditandai dengan tiga macam unsur, yaitu *multiple channels, multiple issues, dan less strategic-military aspect*:<sup>70</sup>

- (a) saluran yang beragam berarti melibatkan banyak aktor, pejabat negara, perusahaan transnasional, NGOs, *civil society groups* (pekerja, petani, nelayan, UMKM, kaum profesional) dalam *multi-track diplomacy* atau *total diplomacy*.
- (b) isu yang beragam mencakup politik-keamanan (kerja sama militer, pakta pertahanan, kerja sama antar-lembaga), ekonomi (perdagangan, investasi, teknologi), sosial, dan budaya (olahraga, kesenian, pariwisata).
- (c) berkurangnya dimensi militer-strategis (*less strategic-military dimension*) berarti berkurangnya relevansi penggunaan kekuatan militer dalam mengatasi berbagai ancaman baru (*trafficking, terorisme, kerusakan lingkungan*).

---

<sup>68</sup>Fithra Faisal, Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “Proyeksi Ekonomi Kawasan Eropa Tengah dan Timur dan Peluang Bagi Sektor Ekonomi Indonesia”, diselenggarakan oleh Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan, Kementerian Luar Negeri, Bandung, 3 Oktober 2016

<sup>69</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, *Membangun Masa Depan Hubungan Indonesia dan Amerika Latin melalui Peningkatan Kerja Sama Perdagangan*, 2013, hlm. 6, dan Presentasi Prof. Bob S. Hadiwinata, “Menuju Kemitraan Strategis di Kawasan Amerika dan Eropa”, pada kegiatan Pertemuan Kelompok Ahli, Bandung, 18 November 2016.

<sup>70</sup> Waheeda Rana. *Theory of Complex Interdependence: A Comparative Analysis of Realist and Neoliberal Thoughts*. International Journal of Business and Social Science. Vol. 6, No. 2, Februari 2015.

Dalam konteks tersebut, Max Webber dan Michael Smith mengharapkan bahwa polugri dapat responsif melalui tiga macam transformasi: (a) transformasi pada dimensi “lokus kegiatan” yang tidak lagi berpusat di satu kawasan saja sebaik prioritas, tetapi membuka diri bagi seluruh kawasan seperti Amerika Selatan, Asia dan Afrika; (b) transformasi pada dimensi fokus kegiatan yang tidak lagi didominasi oleh isu-isu khas Perang Dingin seperti kegiatan untuk menjamin keamanan negara; dan (c) transformasi pada dimensi instrumen yang digunakan dalam aktivitas hubungan internasional termasuk menggunakan *soft power* berupa nilai, norma, dan budaya.

Berdasarkan pemikiran di atas, diplomasi ekonomi Indonesia perlu beradaptasi untuk mengantisipasi hal tersebut, dengan mencari mitra baru di luar lingkaran hubungan Indonesia dengan mitra tradisionalnya atau mitra strategis sebagaimana tergambar pada tabel berikut ini. Penguatan hubungan ekonomi perlu dilakukan pada lapisan lain, khususnya lapisan kedua (kategori penting), atau pada kategori strategis ketika hubungan bilateral mengalami penurunan karena berbagai faktor.

Tabel 5. Skala Prioritas Hubungan Luar Negeri RI dengan Kawasan Eropa dan Amerika<sup>71</sup>

Status Hubungan	Dimensi Hubungan	Kelompok Negara
Strategis	Adanya intensitas dialog meliputi Pilar I (politik tingkat tinggi), II (dialog sektoral), dan III ( <i>people-to-people contact</i> )	AS, Jerman, Inggris, Perancis, Italia, Belanda, Rusia, Kanada, Brasil, Turki, Meksiko
Penting	Adanya intensitas dialog di dua Pilar (I dan II, atau I dan III, atau II dan III)	Polandia, Hungaria, Slowakia, Bulgaria, Irlandia, Norwegia, Finlandia, Peru, Chile
Mitra	Adanya intensitas dialog di salah satu pilar, dan kurang intensif di kedua pilarnya	Serbia, Kroasia, Albania, Uruguay, Paraguay, Honduras, Ekuador, Panama

## B. KAWASAN AMERIKA LATIN SEBAGAI PASAR PROSPEKTIF BAGI INDONESIA

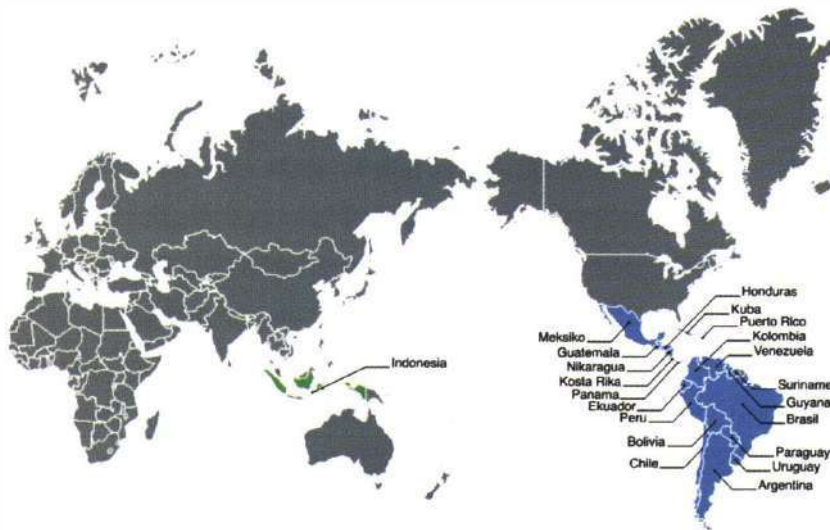
Amerika Latin merupakan kawasan yang memiliki potensi besar dalam rangka ekspansi pasar non-tradisional. Amerika Latin yang terdiri dari 33 negara<sup>72</sup> memiliki luas

<sup>71</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, *Membangun Masa Depan Hubungan Indonesia dan Amerika Latin melalui Peningkatan Kerja Sama Perdagangan*, 2013, hlm. 6, dan Presentasi Prof. Bob S. Hadiwinata, “Menuju Kemitraan Strategis di Kawasan Amerika dan Eropa”, pada kegiatan Pertemuan Kelompok Ahli, Bandung, 18 November 2016.

<sup>72</sup> Meksiko, Belize, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nikaragua, Kosta Rika, Panama (Amerika Utara dan Tengah), Venezuela, Kolombia, Ekuador, Peru, Bolivia, Chile, Argentina, Guyana, Suriname, Brasil, Paraguay,

benua terluas ke-2 dengan 42.292.000 km persegi dan jumlah populasi 954 juta (2013), dimana 65% populasi bertempat di tiga negara: Amerika Serikat, Meksiko, dan Brasil. Total GDP kawasan ini mencapai lebih dari USD 5,5 triliun, diantaranya ada tiga perekonomian yang berada dalam kelompok 20 negara maju (G-20), yaitu Brasil, Meksiko dan Argentina.

**Gambar 8. Peta Posisi Geografis Indonesia-Amerika Latin**



Sumber: Pusat P2K2 Amerika dan Eropa

Amerika Latin adalah kawasan dengan potensi sumber daya alam yang sangat kaya, antara lain, sebagai produsen utama hasil pertanian dan peternakan seperti kacang kedelai yang mencakup hampir 50% produksi dunia, daging sapi yang mencakup hampir sepertiga produksi dunia, dan sepertiga persediaan air tawar dunia dan lahan potensial untuk pertanian. Kawasan ini juga penghasil utama mineral dan energi biofuel dunia.<sup>73</sup>

Amerika Latin merupakan salah satu kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi selama beberapa tahun terakhir. Kekuatan ekonomi kawasan Amerika dapat terlihat dari peringkat *World GDP* (nominal) beberapa negara tahun 2014 dalam

---

Uruguay (Amerika Selatan) dan Kuba, Jamaika, Haiti, St. Vincent & Grenadine, Bahamas, Dominican Rep, St. KITTS & Nevis, Antigua & Barbuda, St. Lucia, Barbados, Grenada, Trinidad & Tobago, Barbados (Karibia). Paul B. Goodwin, *Global Studies, Latin America and The Carribean, 14th Edition*, The McGrawHill, London, 2011.

<sup>73</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, *Membangun Masa Depan Hubungan Indonesia dan Amerika Latin melalui Peningkatan Kerja Sama Perdagangan*, 2013, him. 6.

*US Dollar* (USD), antara lain: (1) Amerika Serikat adalah negara dengan GDP terbesar di dunia USD 17,947 triliun (IMF, 2015), (10) Kanada: GDP USD 1,552 miliar, (9) Brasil: GDP USD 1,773 miliar, (15) Meksiko: GDP USD 1,144 miliar, (21) Argentina: GDP USD 586 juta, (42) Chile: GDP USD 240 juta, (43) Venezuela: GDP 240 juta. Secara khusus untuk kawasan Amerika Latin, menurut data IMF, pada tahun 2015, GDP Brazil menduduki peringkat teratas (sekitar USD 1,7 miliar), disusul oleh Meksiko (USD 1,1 miliar) dan Argentina (USD 630 juta). Tren ini diperkirakan akan berlangsung sampai dengan beberapa tahun ke depan.

**Tabel 6. GDP Negara-negara Kawasan Amerika Latin Periode 2015-2020 (dalam USD milyar)**

<b>Amerika Utara &amp; Tengah</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Meksiko	1,143.796	1,063.606	1,124.316	1,182.511	1,250.764	1,324.518
Belize	1.753	1.770	1.855	1.939	2.014	2.090
Guatemala	63.794	68.389	71.984	76.817	82.022	87.493
Honduras	20.450	20.930	21.406	22.065	22.794	23.547
El-Savador	25.850	26.610	27.659	28.924	30.222	31.532
Nikarangua	12.693	13.413	14.294	15.241	16.215	17.250
Kosta Rica	52.898	57.689	61.534	65.872	70.357	75.227
Panama	52.132	55.227	59.307	64.183	69.591	75.313
<b>Amerika Selatan</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Venezuela	260.089	333.715	314.103	210.164	198.041	192.750
Colombia	292.091	274.135	300.988	325.195	352.059	380.615
Ekuador	100.872	99.118	98.107	97.167	97.428	97.156
Peru	192.113	180.291	192.619	204.857	217.226	230.374
Bolivia	33.238	35.699	39.795	43.373	47.209	51.193

<b>Amerika Selatan</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Chile	240.233	234.903	242.641	253.973	266.550	280.483
Argentina	630.448	541.748	594.975	651.335	709.466	773.445
Guyana	3.164	3.456	3.691	3.860	4.056	4.247
Suriname	5.150	4.137	4.442	4.802	5.061	5.257
Brazil	1,772.589	1,769.601	1,953.861	2,028.923	2,118.323	2,213.760
Paraguay	27.714	27.323	28.581	30.248	32.053	33.995
Uruguay	53.107	54.374	58.145	61.535	65.275	69.002
<b>Karibia</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Kuba	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Jamaika	14.218	13.779	14.562	15.329	16.130	16.993
Haiti	8.713	8.259	7.837	7.962	8.243	8.656
St.Vincent & Grenadine	0.738	0.766	0.797	0.830	0.865	0.904
Bahamas	8.854	9.047	9.345	9.729	10.095	10.540
Rep Dominica	0.517	0.524	0.548	0.573	0.599	0.626
St. Kitts & Nevis	0.915	0.955	1.006	1.062	1.117	1.173
Antigua & Barbuda	1.259	1.303	1.358	1.429	1.505	1.585
St Lucia	1.431	1.439	1.513	1.587	1.661	1.738
Barbados	4.385	4.473	4.640	4.853	5.083	5.327
Grenada	0.984	1.028	1.090	1.146	1.202	1.263
Trinidad&Tobago	24.631	22.809	23.645	25.448	27.093	28.648

Sumber: *World Economic Outlook*, IMF, 2016

Lebih lanjut, jika dilihat dari PDB per kapita (*Purchasing Power Parity*), maka dapat terlihat bahwa PDB per kapita di kawasan Amerika Latin mengalami peningkatan yang cukup pesat. Kawasan Amerika Latin termasuk salah satu dari tiga kawasan di



dunia—Eropa Tengah dan Timur serta RRT dengan pertumbuhan kelas menengah (*middle income class*) yang cukup signifikan. Dalam kurun 2001-2011, populasi kelas menengah di kawasan Amerika Latin tumbuh 11%, dari sekitar 16% total populasi di kawasan pada tahun 2001 menjadi 27% di tahun 2011.<sup>74</sup>

Tabel 7. *Purchasing Power Parity* negara-negara Kawasan Amerika Latin Tahun 2015 dan Proyeksi 2020 (dalam USD)

Amerika Utara & Tengah	2015	2020
Meksiko	18,429.995	22,034.826
Belize	8,321.001	8,617.661
Guatemala	7,758.807	9,115.191
Honduras	5,091.127	6,280.061
El-Savador	8,619.604	10,487.670
Nikarangua	5,044.294	6,469.793
Kosta Rica	15,469.180	19,816.515
Panama	21,808.901	29,104.428
Amerika Selatan	2015	2020
Venezuela	16,784.137	14,392.428
Colombia	13,836.436	17,131.148
Ekuador	11,317.068	10,844.223
Peru	12,518.327	15,733.726
Bolivia	6,953.676	8,488.325
Chile	423.285	530.310
Argentina	20,498.833	23,291.907
Guyana	7,537.126	9,974.745
Suriname	16,253.426	17,103.248
Brazil	15,645.897	17,119.287
Paraguay	9,050.017	11,208.705
Uruguay	21,341.315	25,913.660
Karibia	2015	2020
Jamaika	8,771.231	10,570.919
Haiti	1,757.404	2,126.373
St. Vincent & Grenadine	10,937.362	13,686.913
Bahamas	24,505.351	27,487.365
Rep Dominica	11,162.644	13,878.988
St. Kitts & Nevis	24,476.169	29,953.187
Antigua & Barbuda	23,523.427	27,908.637
St Lucia	11,710.039	13,788.699
Barbados	16,669.536	20,117.143
Grenada	13,571.752	16,847.587
Trinidad & Tobago	32,573.077	37,854.039
Kuba	NA	NA

Sumber: *World Economic Outlook*, IMF, 2016

Di kawasan Amerika, Indonesia telah memiliki pasar tradisional yaitu dengan Amerika Serikat. Dalam hubungan dagang Indonesia dengan negara-negara kawasan

<sup>74</sup> George Gao, Pew Research Center (2015, Juli 20). *Latin America's middle class grows, but in some regions more than others*. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/07/20/latin-americas-middle-class-grows-but-in-some-regions-more-than-others/> diakses tanggal 5 November 2016.

Amerika, AS adalah mitra dagang utama yakni mencakup 87% dari total perdagangan Indonesia dengan kawasan Amerika Utara. AS merupakan mitra dagang terbesar ke-4 dengan total perdagangan USD 27 miliar. Sementara investasi AS sebesar USD 893,2 juta (2015) pada sektor pertambangan, jasa, makanan, dan alat transportasi dengan target investasi AS di Indonesia: USD 67 miliar (tahun 2015-2020). Pada bidang pariwisata, kunjungan wisatawan AS ke Indonesia tercatat sebanyak 251.221 orang (2015).

Hubungan baik tersebut merupakan salah satu hasil konkrit dari Indonesia-AS *Comprehensive Partnership Agreement* (CPA) yang ditandatangani pada tahun 2010 sebagai dasar bagi peningkatan hubungan dan kerja sama antara RI-AS berdasarkan prinsip kesetaraan *equal partnership*, *forward looking* dan *opportunity driven*. Kemitraan strategis tersebut diperkuat dalam kunjungan Presiden RI ke AS bulan Oktober 2015 dengan ditandatanganinya sejumlah persetujuan yakni: *Memorandum of Understanding* (MoU) Kerja Sama Energi dan MoU Pengembangan Bahan Bakar Penerbangan Alternatif Berkelanjutan dan Energi Terbarukan, MoU Kerja Sama Maritim, *Joint Statement* tentang Kerja Sama Komprehensif Pertahanan. Selain itu, diresmikannya 19 kesepakatan bisnis antara perusahaan RI dan AS dengan total nilai USD 20,25 miliar, antara lain di bidang energi, agribisnis, industri minuman, konservasi energi, perkeretaapian, dan industri percetakan uang.

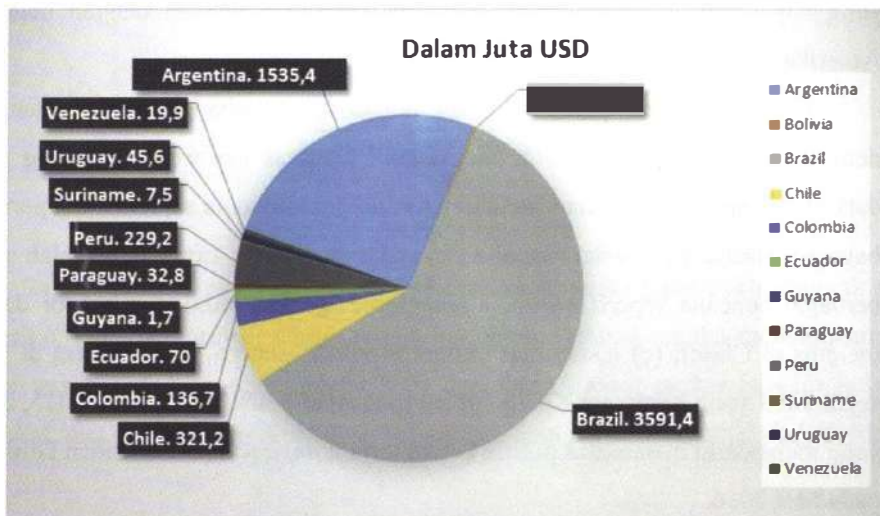
Sementara salah satu negara Amerika Selatan/Latin yang hubungannya telah *established* sebagai mitra Indonesia adalah Brasil. Brasil merupakan mitra dagang utama Indonesia di kawasan Amerika Latin dengan total perdagangan sebesar USD 4,05 miliar pada tahun 2014 dan defisit bagi Indonesia sebesar USD 1,05 miliar atau mengalami peningkatan defisit sebesar 50% dibanding periode yang sama pada tahun sebelumnya. Bagi Brasil, Indonesia merupakan mitra dagang ke-26 untuk impor dan ke-28 untuk ekspor.

Brasil merupakan mitra dagang ke-15 untuk impor dan ke-21 untuk ekspor Indonesia. Produk ekspor utama Indonesia ke Brasil antara lain karet alam, *palm kernel stearin* dan *Refined Bleached Deodorized* (RBD) *palm oil*. Komoditas-komoditas ini juga merupakan kebutuhan bagi Meksiko dan beberapa negara prospektif lainnya di kawasan Amerika Latin. Sedangkan produk impor utama dari Brasil adalah bungkil dan residu padat lainnya, jagung (selain biji) dan kapas (tidak disisir) yang juga dapat

didatangkan dari negara-negara seperti Meksiko dan Argentina. Sementara, total nilai investasi Brasil di Indonesia periode 2010-2015 sebesar USD 275,8 juta walaupun pada tahun 2014 tidak ada nilai investasi.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan nilai perdagangan dan investasi antara Indonesia dan Amerika Latin. Upaya di tingkat regional telah dilakukan, antara lain, melalui *ASEAN-Mercosur*, *ASEAN-Andean Group*, dan *Forum of East Asia-Latin American Cooperation (FEALAC)*. Namun demikian, belum menunjukkan hasil yang terlalu signifikan.

Grafik 11. Perdagangan Bilateral RI-Amerika Selatan Tahun 2015



Sumber: Kementerian Perdagangan 2015

Kawasan Amerika Latin merupakan kawasan yang berkembang dinamis dengan karakteristik yang kuat, yaitu: 1) kemampuan mengatasi krisis ekonomi global dengan kondisi ekonomi yang relatif solid; 2) jumlah populasi yang besar; 3) masyarakat kelas menengah yang meningkat pesat; dan 4) meningkatnya urbanisasi dan industrialisasi yang semakin berkembang.<sup>75</sup>

Peluang yang dapat dimanfaatkan dari kawasan Amerika Latin, yaitu: (1) konektivitas dan infrastruktur di kawasan yang semakin membaik, seperti infrastruktur *Bioceanic* dan *Trans-Andean Railways* yang terintegrasi; (b) sebesar 99% pasar di

<sup>75</sup>Nasruddin Djoko Surjono dan Sulthon Sjahril Sabaruddin, *Analisis Dampak Perdagangan Bebas Indonesia-Chili: Sebuah Masukan dalam rangka Putaran Pertama Negosiasi Perdagangan*, Analisis CSIS, Vol. 43, No. 3, September 2014, hlm. 271.

Amerika Latin belum dikelola dengan baik (impor Amerika Latin dari Indonesia hanya 0,32% atau sekitar USD 1 triliun di tahun 2015); (c) terdapat banyak forum dan organisasi ekonomi di kawasan yang dapat dimanfaatkan. Amerika Latin memiliki konsumen potensial dengan kawasan integrasi ekonomi yang menyediakan banyak forum atau media, seperti *Caricom*, *Mercosur*, *Pacific Alliance*.<sup>76</sup>

Negara-negara di kawasan Amerika Latin walaupun secara umum memiliki bahasa dan kemiripan sejarah namun dalam berbisnis dengan setiap negara memiliki seni dan cara yang sama sekali berbeda. Terlebih bahwa karakter dan jenis produk perdagangannya dapat dikatakan sangat beragam dan tidak sama.<sup>77</sup> Peluang tersebutlah yang dapat dimanfaatkan dalam menjalin hubungan dagang dengan negara-negara Amerika Latin.

Tantangan yang perlu dihadapi dalam mengembangkan hubungan ekonomi dengan kawasan Amerika Latin, antara lain: (a) jarak dan waktu *shipping* yang lebih dari 24 jam atau sekitar 5 hari melalui jalur laut (hal ini tentu saja menjadi pertimbangan bagi pengusaha ); (b)risiko bencana alam (di tahun 2016, kawasan ini telah mengalami berbagai bencana seperti *Matthew Hurricane*, gempa bumi di Ekuador dan gunung meletus di Chile); (c) instabilitas ekonomi-politik, seperti yang dialami di Venezuela sejak 2013 yang berdampak pada inflasi mencapai 370% pada tahun 2015, atau Brasil yang mengalami instabilitas politik ketika terjadi *impeachment* Presiden Dilma Rouseff pada Mei 2016.

Perundingan perdagangan potensial di masa mendatang adalah Indonesia-Chile CEPA, Indonesia-Peru PTA, WGTI Indonesia-Ekuador, dan WGTI Indonesia-Brazil. Indonesia dapat memanfaatkan forum sebagai anggota di APEC dan FEALAC, sebagai *observer* di *The Pacific Alliance*, dan sebagai *Non-Associate* di *Mercosur*.

Ada beberapa faktor yang tentunya perlu diperhatikan dalam menentukan pasar prospektif agar pencapaian target penetrasi dan ekspansi pasar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Salah satu faktornya adalah populasi, pertumbuhan ekonomi, dan kategorisasi produk impor yang didatangkan oleh negara mitra dari Indonesia.

---

<sup>76</sup> Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri Pusat P2K2 Amerika dan Eropa Tahun 2016, Bandung, 18 November 2016.

<sup>77</sup> Thomas H. Becker, *Doing Business in the New Latin America: Keys to Profit in America's Next Door*, 2nd Edition, Praeger, Connecticut, 2011.

Beberapa negara di kawasan Amerika Latin yang tergolong sebagai pasar prospektif menurut lembaga *Global Edge* adalah Brasil, Meksiko, Peru, Chile, Uruguay, El Savador, Argentina, dan Kosta Rika. Sedangkan Negara potensial bagi Indonesia adalah Brasil, Meksiko, dan Peru.

**Tabel 8. Market Potential Index Negara-negara Kawasan Amerika Latin Tahun 2014-2016**

NEGARA	PERINGKAT		
	2016	2015	2014
Brasil	20	20	20
Meksiko	36	38	25
Peru	40	41	51
Chile	44	40	32
Uruguay	49	49	42
El Savador	52	52	52
Argentina	53	56	59
Costa Rica	58	58	48

Sumber: *Global Edge* 2016

Bagi Indonesia, pasar prospektif di Kawasan Amerika Latin cukup banyak seperti Meksiko, Peru, Kolombia, Chile, Argentina, namun dalam rangka menetapkan fokus pasar tersebut, berdasarkan indeks MPI dan faktor-faktor perkembangan hubungan bilateral, dua negara yang ditetapkan sebagai sasaran pasar prospektif adalah: Meksiko dan Chile.

### **C. Pasar Prospektif Sasaran di Kawasan Amerika Latin**

#### **1. Meksiko**

Meksiko merupakan negara Amerika Latin yang terletak di kawasan Amerika Tengah bersebelahan langsung dengan Amerika Serikat. Sehingga dari sisi jarak antara Indonesia-Meksiko hampir sama dengan Indonesia-Amerika Serikat. Saat ini Indonesia-Meksiko sedang dalam proses pencapaian kemitraan strategis 2020 melalui *Plan of Action RI-Mexico 2016-2020*. Hal tersebut guna penguatan diplomasi ekonomi Indonesia dalam bidang ketahanan pangan (impor sapi, ternak dan gandum)

Nilai total perdagangan RI-Meksiko dalam lima tahun terakhir cukup stabil di atas USD 1 miliar. Dalam periode waktu yang sama, neraca perdagangan RI-Meksiko juga

selalu mencatatkan surplus untuk RI. Nilai ekspor tertinggi RI ke Meksiko tercatat pada tahun 2014 sebesar USD 850,8 juta, sementara itu nilai impor tertinggi RI dari Meksiko tercatat pada tahun 2012 sebesar USD 568,4 juta. Pada tahun 2014 dan 2015, nilai surplus perdagangan RI menembus kisaran USD 600 juta sehingga menempatkan Meksiko sebagai negara penyumbang surplus perdagangan terbesar ketiga di kawasan Amerika setelah AS dan Brasil.

Tabel 9. Neraca Perdagangan Indonesia-Meksiko Periode 2011-2015

Uraian	2013	2014	2015	Trend (%) 2011-2015	Jan-Agu		Perub. (%) 2016 /2015
					2015	2016	
<b>TOTAL PERDAGANGAN</b>	<b>1.203.068,0</b>	<b>1.038.336,3</b>	<b>1.021. 60,8</b>	<b>-2,51</b>	<b>683.535,9</b>	<b>654.337,1</b>	<b>-4,27</b>
MIGAS	51.993,6	37.848,5	20.958,1	-18,69	20.958,1	11.293,0	-46,12
NON MIGAS	1.151.074,4	1.000.487,8	1.000.602,7	-1,92	662.577,8	643.044,1	-2,95
<b>EKSPOR</b>	<b>687.275,5</b>	<b>850.874,4</b>	<b>824.002,2</b>	<b>7,45</b>	<b>540.501,3</b>	<b>533.653,1</b>	<b>-1,27</b>
MIGAS	51.993,6	37.730,0	20.830,5	-18,81	20.830,5	11.293,0	-45,79
NON MIGAS	635.281,9	813.144,4	803.171,7	9,03	519.670,8	522.360,1	0,52
<b>IMPOR</b>	<b>515.792,5</b>	<b>187.462,0</b>	<b>197.558,5</b>	<b>-22,76</b>	<b>143.034,6</b>	<b>120.684,0</b>	<b>-15,63</b>
MIGAS	0,0	118,5	127,5	0,00	127,5	0,0	-99,98
NON MIGAS	515.792,5	187.343,4	197.431,0	-22,77	142.907,1	120.684,0	-15,55
<b>NERACA PERDAGANGAN</b>	<b>171.483,0</b>	<b>663.412,4</b>	<b>626.443,7</b>	<b>48,72</b>	<b>397.466,7</b>	<b>412.969,0</b>	<b>3,90</b>
MIGAS	51.993,6	37.611,5	20.703,0	-18,93	20.703,0	11.293,0	-45,45
NON MIGAS	119.489,5	625.800,9	605.740,7	72,63	376.763,7	401.676,0	6,61

Sumber : Kementerian Perdagangan 2015

Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, nilai impor Meksiko dari Indonesia berada di peringkat 6 setelah Malaysia (1), Thailand (2), Vietnam (3), Filipina (4), dan Singapura (5).

**Tabel 10. Impor oleh Meksiko dari Negara-negara ASEAN 2011-2014**

Exporters	Imported value in 2011	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015
World	350.842.806	370.751.407	381.210.149	399.976.864	395.232.221
ASEAN Aggregation	13.799.651	13.735.400	15.467.935	17.608.345	20.887.521
Malaysia	5.609.875	4.735.613	5.379.000	6.560.587	7.463.152
Thailand	3.088.837	3.805.704	4.321.970	4.353.575	4.957.935
Viet Nam	973.263	1.153.987	1.486.021	2.092.096	3.691.606
Philippines	1.635.779	1.389.075	1.592.575	1.935.634	1.993.108
Singapore	1.184.929	1.371.143	1.456.425	1.199.910	1.328.253
Indonesia	1.231.230	1.190.567	1.148.991	1.347.942	1.327.100
Cambodia	69.989	83.901	75.324	109.833	116.797
Myanmar	5.353	4.728	6.217	7.848	8.665
Lao People's Democratic Republic	354	673	1.240	889	894
Brunei Darussalam	42	9	172	31	11

Sumber: *Trademap*, 2016

Melihat data impor Meksiko dari dunia periode 2011-2015 di atas, terlihat komoditas yang banyak diimpor oleh Meksiko. Melihat kemampuan produk ekspor Indonesia (komoditas utama dan potensial) maka Indonesia dapat memanfaatkan peluang ekspor untuk komoditas: produk kertas (Indonesia peringkat teratas di antara kompetitor ASEAN); produk farmasi (bersaing dengan Singapura), produk kimia (teratas di antara kompetitor ASEAN), otomotif (bersaing dengan Thailand), besi dan baja (bersaing dengan Vietnam), dan produk karet (bersaing dengan Thailand. Indonesia juga berpotensi untuk mendorong ekspor produk plastik (bersaing dengan Thailand, Singapura dan Malaysia); furnitur (bersaing dengan Malaysia dan Vietnam), dan tembaga (bersaing dengan Malaysia).



**Tabel 11. Impor Top 20 Products Meksiko dari Dunia Periode 2011-2015  
(Perbandingan dengan Negara-negara ASEAN)**

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Membr states Competitor
1	'85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television...	85.409.754	21	Malaysia (3), Vietnam (7), Thailand (9), Filipina (10)
2	'84	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	67.682.923	30	Thailand (7), Malaysia (12), Filipina (14), Singapore (18)
3	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock...	37.265.337	15	Thailand (9), Vietnam (27), Singapore (33), Malaysia (34)
4	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	26.455.441	-	Singapore (20), Malaysia (40), Thailand (51), Filipina (90)
5	'39	Plastics and articles thereof	22.306.435	28	Thailand (17), Singapore (19), Malaysia (24), Vietnam (34)
6	'90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, medical or surgical ...	14.989.013	36	Vietnam (9), Thailand (10), Malaysia (12), Singapore (15)
7	'29	Organic chemicals	8.075.401	28	Malaysia (18), Vietnam (21), Singapore (22), Filipina (38)
8	'72	Iron and steel	9.406.810	32	Vietnam (30), Malaysia (36), Thailand (42), Singapore (57)
9	'99	Commodities not elsewhere specified	11.701.783	18	Thailand (12), Malaysia (13), Vietnam (17), Filipina (36)
10	'73	Articles of iron or steel	9.384.783	44	Vietnam (11), Thailand (15), Malaysia (19), Singapore (38)
11	'40	Rubber and articles thereof	6.564.320	10	Thailand (7), Malaysia (11), Vietnam (28), Filipina (31)
12	'76	Aluminium and articles thereof	5.481.743	32	Malaysia (19), Vietnam (28), Thailand (29), Filipina (42)
13	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp, of paper...	5.508.384	15	Vietnam (26), Malaysia (41), Thailand (34), Filipina (51)
14	'30	Pharmaceutical products	4.804.086	35	Singapore (20), Malaysia (47), Thailand (48), Filipina (61)
15	'10	Cereals	4.005.351	-	Thailand (10), Vietnam (14), Filipina (20), Singapore (40)
16	'38	Miscellaneous chemical products	4.457.683	13	Malaysia (15), Filipina (28), Singapore (29), Thailand (35)
17	'02	Meat and edible meat offal	3.820.475	-	-
18	'12	Oil seeds and oleaginous fruits, miscellaneous grains, seeds and fruit, industrial or medicinal...	2.956.477	76	Thailand (7), Vietnam (22), Malaysia (43), Singapore (55)
19	'94	Furniture; bedding, mattresses and similar stuffed furnishings...	3.882.755	17	Malaysia (12), Vietnam (13), Filipina (16), Thailand (21)
20	'74	Copper and articles thereof	2.755.259	9	Malaysia (7), Singapore (24), Thailand (30), Filipina (35)

Sumber: Trademap, diolah oleh P3K2 Amerika dan Eropa, November 2016



Dari sisi investasi, nilai investasi Meksiko pada tahun 2014, 2015, dan 2016 tercatat 0 (data Badan Koordinasi Penanaman Modal/BKPM menggunakan satuan juta dolar, yang artinya terdapat investasi dari Meksiko ke Indonesia akan tetapi nilainya sangat kecil). Investasi dari Meksiko tercatat pada sektor hotel dan restoran, perdagangan, reparasi, industri makanan, industri logam dasar, barang logam, mesin dan elektronik. Dalam bidang investasi, Meksiko memfokuskan investasinya di sektor perkebunan alpukat dan pembibitan sapi, sementara investasi Indonesia di Meksiko pada sektor *joint production of radioisotope*.

Negara-negara MIKTA juga merupakan bagian dari kelompok G-20 yang memiliki sebagian besar sumber daya, teknologi, produksi, pasar, dan perputaran keuangan dunia. Dalam G-20, posisi Indonesia berada di peringkat ke-16, didahului oleh empat anggota MIKTA lainnya dan diikuti oleh Turki. Mengingat besarnya potensi dari negara-negara anggota MIKTA, bagi Indonesia forum informal ini dilihat sebagai media untuk meningkatkan kerja sama riil antara negara-negara anggota baik di bidang ekonomi, perdagangan maupun sosial dan budaya.

Penguatan hubungan ekonomi dengan Meksiko dapat dilihat dengan merujuk pada upaya RRT dan Vietnam di negara ini. Momentum penguatan kerja sama ekonomi RRT dan Meksiko dimulai pada tahun 2014 yang didukung dengan prioritas pemerintah Meksiko untuk membuka diri terhadap mitra ekonomi di luar NAFTA, khususnya dengan Asia, melalui strategi "*diversification of its economic ties*". RRT merupakan sumber impor terbesar ke-2 bagi Meksiko. Di tahun 2014, impor Meksiko dari RRT mencapai 16,6% sedangkan ekspor Meksiko ke RRT baru mencapai 1,5%. Investasi RRT di Meksiko belum terlalu besar yakni sekitar 0,1% namun diharapkan akan terus meningkat dalam jangka pendek.

Hubungan keduanya juga semakin erat melalui berbagai proyek infrastruktur RRT di Meksiko dan pembentukan beberapa lembaga untuk memfasilitasi kerja sama ekonomi RRT-Meksiko, khususnya sejak kemenangan presiden terpilih AS Donald Trump, kedua negara sepakat untuk lebih mempererat hubungan ekonomi. Sedangkan Vietnam, walaupun tidak memiliki perjanjian perdagangan dengan Meksiko, namun negara ini merupakan mitra perdagangan terbesar kedua bagi Meksiko di Amerika Latin. Pada tahun 2015, nilai perdagangan bilateral kedua negara mencapai USD 1,7 miliar

atau naik 57%. Skema TPP diharapkan dapat lebih meningkatkan nilai perdagangan ini, khususnya untuk produk-produk elektronik, besi dan baja, dan makanan ternak.<sup>78</sup>

Uraian di atas telah menggambarkan potensi ekonomi Meksiko sebagai pasar prospektif dan mitra ekonomi bilateral Indonesia yang masih menawarkan banyak peluang untuk dioptimalkan, tidak saja dari aspek hubungan antarpemerintah tetapi juga dari aspek hubungan sektoral dan *people-to-people contact*. Forum MIKTA dan G20 menjadi media yang dapat dimanfaatkan untuk lebih mendekatkan hubungan bilateral dan mendorong kerja sama ekonomi yang saling menguntungkan di antara kedua negara.

## 2. Chile

Chile merupakan negara yang peranannya penting di kawasan yang ditunjukkan salah satunya dengan keaktifannya di beberapa forum regional dan multilateral diantaranya *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)* dan *Trans Pacific Partnership (TPP)*. Chile memiliki stabilitas ekonomi paling baik di kawasan Amerika Selatan sehingga menjadi negara tujuan pekerja migran dari negara-negara tetangga sekitar di kawasan. Sementara Indonesia adalah anggota negara G-20 dan merupakan negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan memiliki peran *leading* pada ASEAN. Pentingnya Indonesia bagi Chile juga diungkapkan oleh Menteri Luar Negeri Chile, Sr. Heraldo Munoz di sela-sela perundingan pertama perjanjian perdagangan *Trade in Goods (TiGs)* Indonesia-Chile di Santiago pada Mei 2014.

Dari segi neraca politik, hubungan kedua negara cukup positif. Kunjungan terakhir Presiden RI ke Chile adalah kunjungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ke Santiago, Chile tanggal 18-21 November 2004 pada Pertemuan APEC ke-16. Sementara kunjungan terakhir Presiden Chile ke Indonesia adalah saat Presiden Sebastián Piñera menghadiri pertemuan pimpinan negara APEC di Bali tanggal 4-9 Oktober 2013. Selain itu, dalam hal saling dukung di organisasi internasional periode 2011-2014, Chile telah memberikan dukungannya sebanyak 7 (tujuh) kali, seperti pada *International Maritime Organization (IMO)* periode 2014-2015, *Economic and Social*

---

<sup>78</sup>Oscar Mussons dan Fernando Vidaurri. *Vietnam-Latin America Trade: Complementary Economies under TPP*. Vietnam Briefing, 4 Januari 2016. <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-latin-america-trade.html/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

*Council* (ECOSOC) periode 2012-2014, Dewan Hak Asasi Manusia (HAM) periode 2011-2014 dan Dewan *International Telecommunication Union* (ITU) periode 2010-2015.

Hubungan bilateral Indonesia-Chile kembali mendapat momentum positif saat memasuki peringatan 50 tahun hubungan diplomatik pada bulan September 2015. Momentum ini semakin kuat sekiranya rencana kunjungan Presiden Chile, Y.M. Michelle Bachelet yang disampaikan kepada Duta Besar RI Santiago saat penyerahan *credential* terlaksana pada tahun ini.

Sementara itu, dari sisi neraca ekonomi, volume perdagangan Indonesia-Chile periode 2009 hingga 2014 cenderung bersifat fluktuatif, namun masih cukup prospektif. Pada tahun 2014 tercatat volume perdagangan kedua negara sebesar USD 419,4 juta atau meningkat dari tahun 2013 sebesar USD 412,0 juta. Indonesia mengalami defisit perdagangan dengan Chile tahun 2014 sebesar USD 63,6 juta. Produk impor utama Indonesia yaitu tembaga, biji besi, selulosa, tepung dan minyak ikan, buah segar dan *wine*. Sementara produk ekspor Indonesia seperti: gas alam, batu bara, karet alam, minyak ke'apa sawit, produk tekstil, *footwear*, peralatan elektronik dan suku cadang kendaraan bermotor.

Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, nilai impor Meksiko dari Indonesia berada di peringkat 4 setelah Thailand (1), Vietnam (2), dan Malaysia (3).

**Tabel 13. Impor oleh Chile dari Negara-negara ASEAN**

Exporters	Imported value in 2011	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015
World	74.693.536	80.066.781	79.172.798	72.344.339	63.037.576
ASEAN Aggregation	1.389.848	1.500.826	1.620.154	1.837.351	1.996.873
Thailand	652.930	715.114	757.978	809.900	735.395
Viet Nam	163.568	205.398	281.389	380.670	607.362
Malaysia	166.393	208.950	261.063	260.013	304.286
Indonesia	273.651	219.970	185.404	241.650	183.458
Singapore	69.717	81.724	74.481	59.926	78.920
Philippines	51.026	55.943	41.027	61.082	61.723
Cambodia	12.179	13.408	16.763	21.650	24.724
Myanmar	369	312	1.939	2.451	795
Lao People's Democratic Republic	10	-	102	7	209
Brunei Darussalam	5	7	8	2	1

Sumber: Trademap, 2016

**Tabel 12. Neraca Perdagangan Indonesia-Chile Periode  
2011-2015**

Uraian	2011	2012	2013	2014	2015	Trend (%) 2011- 2015	Jan-Agu		Perub. (%) 2016 /2015
							2015	2016	
<b>TOTAL PERDAGANGAN</b>	586.228,4	381.987,5	412.015,0	419.405,5	321.197,4	-10,50	213.189,3	158.364,3	-25,72
MIGAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,00
NON MIGAS	586.228,4	381.987,5	412.015,0	419.405,5	321.197,4	-10,50	213.189,3	158.364,3	-25,72
<b>EKSPOR</b>	213.966,9	175.346,5	170.766,8	177.899,1	147.349,5	-7,05	96.467,0	93.847,1	-2,72
MIGAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,00
NON MIGAS	213.966,9	175.346,5	170.766,8	177.899,1	147.349,5	-7,05	96.467,0	93.847,1	-2,72
<b>IMPOR</b>	372.261,5	206.640,9	241.248,2	241.506,4	173.847,9	-12,78	116.722,3	64.517,1	-44,73
MIGAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,00
NON MIGAS	372.261,5	206.640,9	241.248,2	241.506,4	173.847,9	-12,78	116.722,3	64.517,1	-44,73
<b>NERACA PERDAGANGAN</b>	-158.294,6	-31.294,4	-70.481,3	-63.607,3	-26.498,4	-24,91	-20.255,2	29.330,0	244,80
MIGAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,00
NON MIGAS	-158.294,6	-31.294,4	-70.481,3	-63.607,3	-26.498,4	-24,91	-20.255,2	29.330,0	244,80

Sumber: Kementerian Perdagangan 2016

Dalam upaya peningkatan hubungan perdagangan, Indonesia - Chile telah menandatangani pernyataan bersama dan pengesahan *Term of Reference* (TOR) Indonesia-Chile *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IC - CEPA) pada 2013. Sebagai tindak lanjut, pada tanggal 26-27 Mei 2014 di Santiago telah dilaksanakan perundingan pertama perjanjian perdagangan *Trade in Goods* (TiGs).

Saat ini, Chile telah mempunyai 28 perjanjian perdagangan bebas (FTA) dan perjanjian bebas tarif terbatas dengan 65 negara di dunia termasuk Uni Eropa, Amerika Serikat, Kanada, Jepang, dan Thailand. Ketersediaan infrastruktur pelabuhan laut dan jalan darat yang menjadikan Chile pintu masuk ideal ke negara-negara tetangga. Pembangunan tol lintas *bi-oceanico* dari kota pelabuhan Iquique, Chile, ke pelabuhan Santos di Brasil, meningkatkan arus barang dari Asia Pasifik ke Amerika Latin.

Dampak lebih jauh dari kesepakatan tersebut adalah pemanfaatan posisi Chile sebagai jalan pembuka untuk mengakses pasar kawasan Amerika Selatan dan negara lain yang juga memiliki perjanjian perdagangan bebas dengannya.

Sebagai bagian dari upaya peningkatan ekspor diharapkan identifikasi perluasan pasar berbagai negara yang berpotensi untuk menjadi tujuan ekspor (*untapped market*) diharapkan dapat mendukung pencapaian target ekspor Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kepala Pusat Pengkajian Kebijakan Perdagangan Luar Negeri, Kementerian Perdagangan pada diskusi terbatas tanggal 12 Maret 2015, disampaikan bahwa Chile merupakan salah satu negara yang berpotensi sebagai *untapped market* bagi produk Indonesia.

Melihat data impor Chile dari dunia periode 2011-2015 di bawah, terlihat komoditas yang banyak diimpor. Melihat kemampuan produk ekspor Indonesia (komoditas utama dan potensial), Indonesia dapat memanfaatkan peluang ekspor untuk komoditas: produk kertas (Indonesia pada peringkat teratas di antara kompetitor ASEAN); alas kaki (peringkat 3 setelah Vietnam); tekstil dan produk tekstil (peringkat 7 dan 9 setelah Vietnam); produk karet (peringkat 25 setelah Malaysia dan Thailand); otomotif (peringkat 26 setelah Thailand). Indonesia juga berpotensi mendorong ekspor produk mesin (Indonesia berada di peringkat 31 setelah Vietnam, Malaysia, dan Filipina; biji besi dan baja (pada posisi 37 setelah Thailand dan Vietnam); dan minyak

atsiri (pada posisi 48 setelah Filipina, Singapura, Thailand, dan Malaysia); dan produk kimia (pada peringkat 26 setelah Malaysia dan Singapura).

**Tabel 14. Impor Top 20 Products Chile dari Indonesia Periode 2011-2015  
(Dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)**

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Member States Competitor
1	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; mineral ...	8.926.630	76	Malaysia (23), Singapura (37), Thailand (44), Vietnam (82),
2	'84	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	8.437.965	31	Vietnam (13), Thailand (22), Malaysia (29), Filipina (30)
3	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	7.166.750	26	Thailand (6), Malaysia (36), Singapore (38), Vietnam (45)
4	'85	Electrical machinery and equipment; sound recorders and reproducers, television...	6.920.204	29	Vietnam (5), Malaysia (7), Thailand (17), Filipina (33)
5	'39	Plastics and articles thereof	2.342.535	40	Thailand (24), Singapore (34), Vietnam (38), Malaysia (39)
6	'40	Rubber and articles thereof	1.410.648	25	Malaysia (9), Thailand (17), Vietnam (31), Singapore (41)
7	'88	Aircraft, spacecraft, and parts thereof	962.254	-	Vietnam (20), Thailand (36), Malaysia (39), Singapore (40)
8	'62	Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	1.328.825	7	Vietnam (4), Malaysia (16), Thailand (24), Filipina (27)
9	'73	Articles of iron or steel	1.478.869	37	Thailand (27), Vietnam (29), Malaysia (38), Filipina (67)
10	'72	Iron and steel	1.146.557	69	Thailand (26), Malaysia (31), Vietnam (42), Singapore (55)
11	'61	Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted	1.269.831	9	Vietnam (7), Malaysia (18), Filipina (19), Thailand (20)
12	'90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, precision, medical or surgical ...	1.233.192	28	Singapore (20), Malaysia (29), Thailand (26), Filipina (35)
13	'30	Pharmaceutical products	1.207.378	57	Singapore (23), Thailand (38), Filipina (46), Malaysia (56)
14	'02	Meat and edible meat offal	1.076.619	-	-
15	'64	Footwear, gaiters and the like; parts of such articles	1.064.827	3	Vietnam (2), Thailand (17), Malaysia (29), Filipina (43)
16	'28	Inorganic chemicals; organic or inorganic compounds of precious metals, of rare-earth metals, ...	826.180	-	Vietnam (22), Malaysia (27), Thailand (50), Filipina (70)
17	'29	Organic chemicals	901.418	-	-
18	'38	Miscellaneous chemical products	865.032	26	Malaysia (16), Singapore (19), Thailand (36), Filipina (75)

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Member States Competitor
19	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp, or of paperboard	783.690	19	Malaysia (30), Vietnam (39), Thailand (41), Singapore (46)
20	'33	Essential oils and resinoids; perfumery, cosmetic or toilet ...	771.514	48	Filipina (26), Singapore (27), Thailand (29), Malaysia (45)

Sumber: TradeMap, diolah oleh Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, 2016

Upaya penguatan ekonomi yang dapat dilihat di Chile, antara lain, adalah upaya Vietnam melalui pembentukan perjanjian perdagangan atau FTA dengan Chile yang berlaku sejak 2014. Sejak FTA berlaku, perdagangan barang oleh kedua negara tumbuh sekitar 26,8% dalam 5 tahun terakhir. Peningkatan ini disumbang dari produk-produk ekspor yang dapat menikmati pengurangan tarif dalam kerangka FTA, seperti ekspor produk kayu Vietnam ke Chile (tumbuh 15-18% dalam sepuluh tahun terakhir) dan produk minuman anggur asal Chile yang menikmati penurunan tarif 36% ke pasar Vietnam yang memiliki kelas menengah yang sedang tumbuh pesat. Interaksi ekonomi yang lebih kuat diharapkan dapat berkembang dalam kerangka TPP.<sup>79</sup>

Uraian di atas telah menggambarkan potensi Chile sebagai pasar prospektif bagi Indonesia. Keterbukaan ekonomi Chile yang terefleksi dari berbagai kesepakatan perdagangan bebas yang dijalin oleh negara ini dengan berbagai mitra di dunia dapat dimanfaatkan dengan menjadikan Chile sebagai pintu gerbang bagi pemajuan kerja sama ekonomi Indonesia dengan kawasan Amerika Latin.

#### **D. Kawasan Eropa Tengah Dan Timur Sebagai Pasar Prospektif Bagi Indonesia**

Kawasan Eropa Tengah dan Timur (ETT)<sup>80</sup> adalah kawasan yang strategis dan potensial. Beberapa inovasi yang berasal dari kawasan ini, seperti insulin, lensa kontak,

<sup>79</sup>Oscar Mussons dan Fernando Vidaurri. *Vietnam-Latin America Trade: Complementary Economies under TPP*. Vietnam Briefing, 4 Januari 2016. <http://www.vietnam-briefing.com/news/vietnam-latin-america-trade.html/>, diakses.tanggal 123 Desember 2016.

<sup>80</sup> Mengacu tanggal definisi IMF dan Kementerian Luar Negeri RI, kawasan Eropa Tengah dan Timur (ETT) dalam kajian ini terdiri dari 23 negara di subkawasan sebagai berikut: Estonia, Latvia, Lituania (Kawasan Baltik); Ceko, Hongaria, Polandia, Slovakia, Slovenia (Eropa Tengah dan Timur); Belarusia, Moldova, Federasi Rusia, Ukraina (*Commonwealth of Independent States/CIS*); Bulgaria, Kroasia, Rumania (Eropa Tenggara-Anggota Uni Eropa); Albania, Bosnia Herzegovina, Makedonia, Montenegro, Serbia (Eropa Tenggara-Non Anggota Uni Eropa); Armenia, Georgia, dan Turki.



parasut, media komunikasi *skype*, dan beberapa produk anti-virus ternama, cukup menggambarkan kontribusi kawasan ini terhadap dinamika kehidupan masyarakat dunia. Pada masa Perang Dingin, kawasan ini kurang diperhitungkan karena dipandang sebagai kawasan pecahan Uni Soviet dengan pemerintahan sosialis yang tertutup dan berisiko. Namun, sejak Perang Dingin berakhir, kawasan ETT berkembang pesat di segala bidang, baik politik, ekonomi, dan sosial-budaya. Negara-negara di kawasan ini kemudian membuka diri dan ambil bagian dalam berbagai organisasi internasional, seperti Uni Eropa (UE), *North Atlantic Treaty Organization* (NATO), dan *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD).<sup>81</sup>

**Gambar 9. Peta Posisi Geografis Indonesia-Eropa Tengah dan Timur**



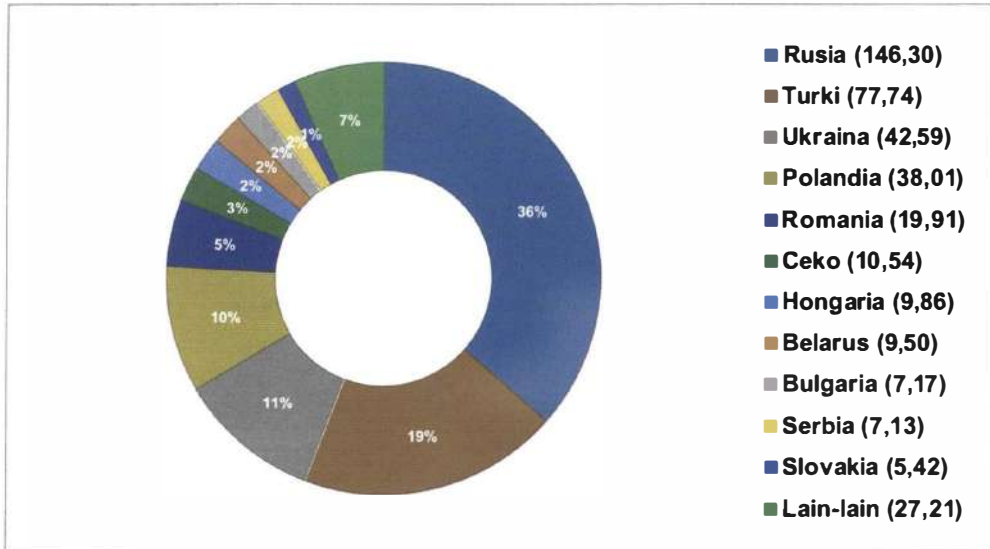
Sumber: Pusat P2K2 Amerika dan Eropa

Dengan populasi sekitar 400 juta jiwa, kawasan ETT menawarkan peluang pasar yang menarik. Rusia memiliki populasi tertinggi (sekitar 146 juta jiwa), disusul oleh Turki (77 juta), Ukraina (42 juta), dan Polandia (28 juta

<sup>81</sup>Johannes P. Huth, Martin Rajčan, dan Tomáš Kubica, KKR Global Institute Report (2014, November). *Unlocking the World for Central and Eastern European Champions*. <http://www.kkr.com/sites/default/files/KKR-131105-Unlocking-the-World-for-Central-and-Eastern-European-Champions.pdf>, diakses tanggal 14 November 2016.



Grafik 12. Populasi di Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam juta jiwa)



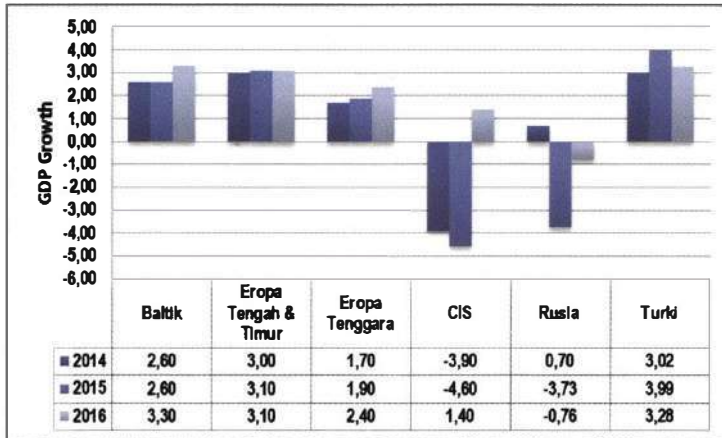
Sumber: World Economic Outlook, IMF, April 2016, diolah oleh Pusat P3K2 Amerika dan Eropa

Sejak membuka diri terhadap perekonomian global pada awal 1990an, perekonomian ETT terus tumbuh secara signifikan. Sebelum krisis keuangan global tahun 2008, pertumbuhan GDP riil rata-rata kawasan mencapai sekitar 6%<sup>82</sup>. Sebagai akibat krisis tersebut, rata-rata GDP sempat turun menjadi 1,9% pada kurun 2011-2015. Namun, tahun ini kawasan ETT, di luar dari negara-negara *Commonwealth of Independent States* (CIS), akan tumbuh sekitar 3-4%. Tren ini diperkirakan akan berlangsung sampai dengan tahun 2020.

Secara keseluruhan, kawasan ETT diperkirakan tumbuh 1,3% pada tahun 2016 dan 2,1% pada tahun 2017. Hal ini merefleksikan mulai pulihnya perekonomian CIS, dimana kontraksi ekonomi di Rusia melemah akibat peningkatan harga minyak dunia dan dampak sanksi ekonomi Barat terhadap Rusia pasca aneksasi Rusia terhadap wilayah Ukraina pada tahun 2014, serta mulai keluarnya negara-negara CIS lainnya dari masa resesi setelah permintaan impor dari Rusia mulai kembali menguat. Sementara pertumbuhan ekonomi sub kawasan lainnya-Eropa Tengah, Eropa Tenggara, Baltik, dan Turki diprediksi cukup baik untuk tahun 2016-2017.

<sup>82</sup> IMF (2016, Mei). *Regional Economic Issues, Central, Eastern, and Southeastern Europe, How to Get Back on the Fast Track*. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/eur/eng/pdf/rei0516.pdf> diakses tanggal 20 November 2016.

Grafik 13. Pertumbuhan Ekonomi Subkawasan Eropa Tengah dan Timur



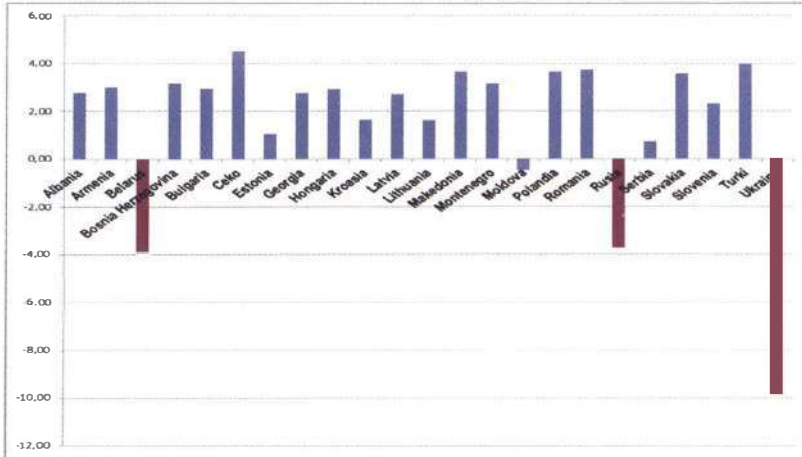
Sumber: IMF, 2016

Ketika kebanyakan perekonomian di dunia terpuruk akibat krisis keuangan global tahun 2008, perekonomian negara-negara ETT relatif lebih resisten dan pulih lebih cepat dibandingkan kawasan Eropa Barat/Uni Eropa dan menyangi *emerging economies* seperti Rusia dan Brasil. Polandia bahkan relatif tidak terkena imbas krisis tersebut.<sup>83</sup>

Untuk tahun 2015, negara-negara di Eropa Tengah dan Turki mencatatkan tingkat pertumbuhan yang cukup solid: Polandia tumbuh 3,6%, Romania 3,7%, Slovakia 3,5%, dan Turki tumbuh 3,9%. Sementara perekonomian Rusia dan Belarusia masih harus mengalami kontraksi masing-masing 3,7% dan 3,8%. Tekanan paling besar terhadap perekonomian dialami oleh Ukraina yang berkontraksi 9,8%.

<sup>83</sup> IMF (2016, November). *Regional Economic Issues: Central, Eastern, and Southeastern Europe: Effective Government for Stronger Growth*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/eur/eng/pdf/rei1116.pdf> diakses tanggal 11 November 2016.

**Grafik 14. Pertumbuhan GDP di Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam persen)**



Sumber: World Economic Outlook, IMF, April 2016

Mulai tahun 2016, pertumbuhan ekonomi diperkirakan akan semakin membaik hingga tahun 2020. Semua negara ETT diproyeksikan mengalami pertumbuhan positif mulai tahun 2018 dan akan tumbuh di kisaran 1,5-4% pada tahun 2020.

**Tabel 15. Proyeksi Pertumbuhan GDP di Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2016-2020 (dalam persen)**

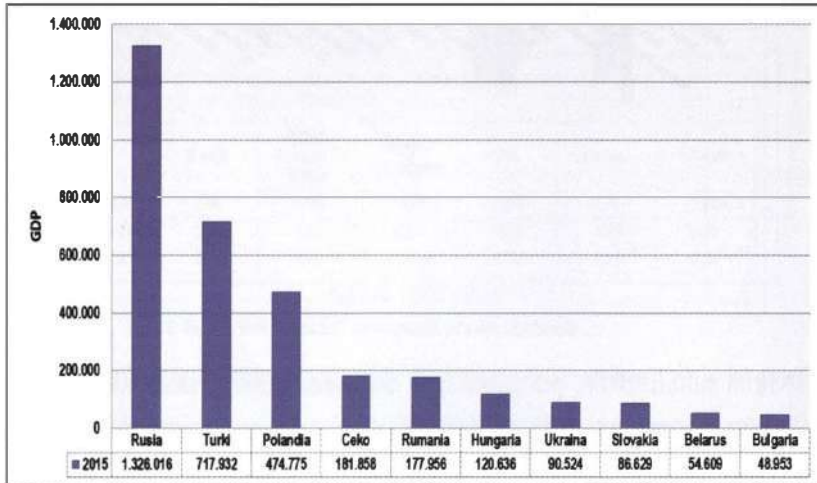
NEGARA	2016	2017	2018	2019	2020
Slovakia	3,44	3,29	3,70	3,80	3,70
Turki	3,28	2,98	3,22	3,32	3,46
Polandia	3,13	3,37	3,32	3,08	2,98
Bulgaria	3,00	2,80	2,50	2,50	2,50
Lituania	2,59	2,98	3,30	3,57	3,56
Latvia	2,54	3,37	3,71	3,85	3,89
Serbia	2,50	2,80	3,50	3,50	4,00
Ceko	2,45	2,67	2,40	2,19	2,20
Kroasia	1,90	2,10	2,20	2,30	2,30
Estonia	1,52	2,50	2,86	3,10	3,24
Ukraina	1,49	2,53	3,03	3,54	3,99
Rusia	-0,76	1,07	1,20	1,50	1,50
Belarusia	-3,00	-0,50	0,50	1,00	1,30

Sumber: World Economic Outlook, IMF, April 2016

Dalam dua dekade terakhir, kawasan ETT telah mengubah dirinya menjadi kelompok negara-negara transisi dengan ekonomi yang tumbuh pesat melalui upaya privatisasi, reformasi sektor tenaga kerja, peningkatan investasi asing ke kawasan sehingga produktivitas dan pendapatan negara meningkat. Transformasi ekonomi tersebut berhasil mendatangkan nilai GDP total sekitar USD 2,26 triliun pada tahun 2015. Tiga besar perekonomian di kawasan pada tahun 2015 adalah Rusia dengan GDP

sekitar USD 1,3 triliun, Turki dengan GDP sekitar USD 733 juta, dan Polandia dengan GDP sekitar USD 470 juta.

**Grafik 15. GDP Negara-negara Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 dan Proyeksi 2016-2020 (dalam USD milyar)**

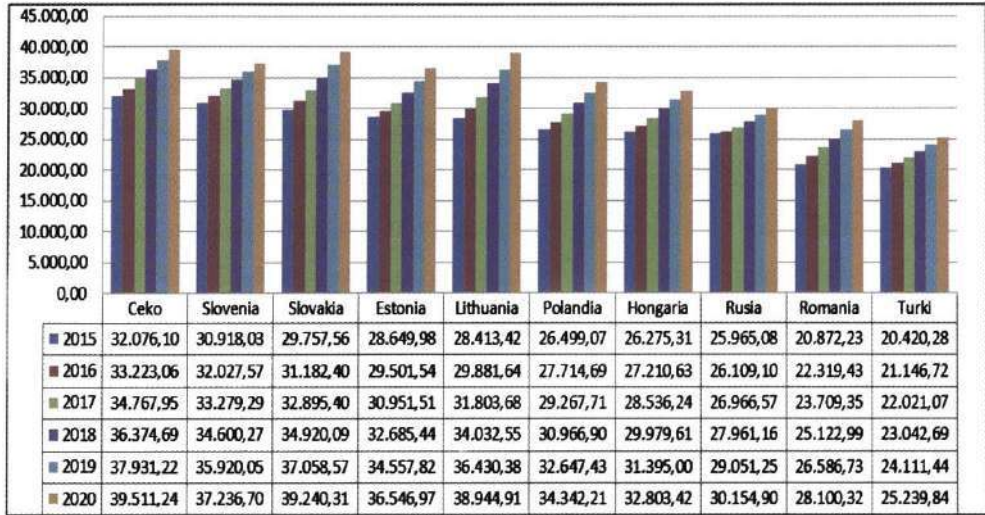


Sumber: World Economic Outlook, IMF, April 2016

Pertumbuhan ekonomi dan investasi serta peningkatan kemampuan daya beli penduduknya membuat kawasan ETT menjadi kantung konsumen yang sangat potensial. Umumnya, konsumsi rumah tangga menjadi mesin pertumbuhan utama di kawasan ini. Menurut *Pew Research Center*, kawasan ETT merupakan salah satu kawasan dengan pertumbuhan kelas menengah tertinggi selama periode 2001-2011 atau sekitar 39 juta jiwa<sup>84</sup>. Kelas menengah di Belarus meningkat dari 21% di tahun 2001 menjadi 53% di tahun 2011. Sementara di Rumania, kelas menengah meningkat dari 6% pada tahun 2001 menjadi 25% pada tahun 2011.

<sup>84</sup> Rakesh Kochhar, *Pew Research Center* (2015, 8 Juli). *A Global Middle Class is More Promise than Reality*. <http://www.pewglobal.org/2015/07/08/a-global-middle-class-is-more-promise-than-reality/> diakses tanggal 2 November 2016.

Grafik 16. Purchasing Power Parity di Kawasan ETT Periode 2015-2020 (dalam USD)



Sumber: IMF, 2016

Transformasi di kawasan ETT pada gilirannya berhasil melahirkan sejumlah *emerging economies*. Bintang utama adalah Rusia, bersama Brasil, India, RRT, dan Afrika Selatan, dikenal sebagai BRICS (2011). Delapan negara ETT yaitu Bulgaria, Kroasia, Ceko, Polandia, Hungaria, Rumania, Slovenia, dan Slovakia disebut sebagai *stand out performers* oleh McKinsey (2013). Sementara itu Turki, Kolombia, Indonesia, Vietnam, Mesir, dikenal sebagai CIVETS (2009) dan “*Next Eleven*”, bersama Bangladesh, Mesir, Indonesia, Iran, Meksiko, Nigeria, Pakistan, Filipina, Korea Selatan, dan Vietnam (2011). Sedangkan, Polandia disebut sebagai salah satu “*Lucky Seven*”<sup>85</sup> perekonomian dunia oleh majalah *Fortune* (2015).

Kawasan ini juga telah mampu mengubah dirinya menjadi pusat manufaktur, jasa, dan *outsourcing* bagi banyak perusahaan, khususnya mereka yang membidik konsumen di Eropa. Peluang rantai produksi global dari beragam sektor industri yang berkembang terbuka luas di kawasan ini. Perubahan struktur ekonomi tersebut didukung oleh faktor-faktor seperti sumber daya manusia yang terdidik dan terampil, upah yang kompetitif, serta insentif pemerintah yang dapat mendukung iklim usaha yang kondusif. Berbagai proyek perbaikan infrastruktur dan peningkatan kapasitas yang didanai oleh Uni Eropa juga turut menyumbang pada transformasi ekonomi tersebut. Dengan investasi dari dan

<sup>85</sup>Negara-negara *Lucky Seven* menurut majalah *Fortune* 2015 adalah Polandia, India, Indonesia, Malaysia, Meksiko, Kolombia, dan Kenya.

pasar ekspor di kawasan Zona Euro, ETT saat ini juga mulai beralih pada sumber-sumber pertumbuhan dari produksi dan jasa bernilai tambah tinggi.

Sejumlah perusahaan multinasional besar di dunia telah menjadikan kawasan ETT sebagai pusat penelitian dan pengembangan produk mereka. Kepercayaan kalangan usaha terhadap kawasan ini tercermin dari hasil survei tentang *European Attractiveness* yang dilakukan oleh Ernst & Young pada tahun 2015. Sebanyak 28% responden memilih kawasan ETT sebagai destinasi penanaman modal, dibandingkan India (18%) dan Brasil (14%), karena alasan ketersediaan fasilitas jasa dan manufaktur yang mendukung usaha.<sup>86</sup> Bukti lain komitmen kawasan ini untuk senantiasa memperbaiki peringkat *Ease of Doing Business* adalah ketika 16 negara di kawasan ini masuk dalam peringkat 50 teratas *World Bank's Doing Business Report* tahun 2016.

Daya tarik ekonomi tersebut mendorong banyak pihak untuk mengalihkan perhatian ke kawasan ETT dan menjalin berbagai kerja sama ekonomi. RRT misalnya, pada tahun 2012 mengembangkan strategi “16+1” demi mendorong kerja samanya dengan 16 negara-negara di kawasan ETT, khususnya di bidang ekonomi.<sup>87</sup> Sementara Inggris kini tengah giat memanfaatkan peluang ekonomi di 11 negara di kawasan ETT yang disebut sebagai “*Emerging Europe*”.<sup>88</sup> Pada tahun 2015, Vietnam menandatangani *Free Trade Agreement* (FTA) dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU). Sementara Singapura, Thailand dan Kamboja juga tengah mengkaji kerja sama dengan EAEU.

Secara geostrategis dan geopolitik, kawasan ETT menjadi semakin penting karena termasuk dalam rute Jalur Sutra modern (*One Belt One Road*) RRT yang menghubungkan Asia, Eropa dan Timur Tengah.<sup>89</sup> Kawasan ini juga menarik karena keragaman afiliasi politik luar negerinya akibat ketergantungan pada energi dan perdagangan dengan Rusia dan akses beberapa anggota ke UE dan NATO. Secara geopolitik, jika pada era Perang Dingin kawasan ini menjadi daerah *buffer zone* bagi Uni

---

<sup>86</sup> UK Trade & Investment. *Emerging Europe: Central and Eastern Europe 2015-2016*, Allurentis, Epsom, 2015, hal. 20.

<sup>87</sup> Marcin Kaczmarek, Ośrodek Studiów Wschodnich (2015, 14 April). *China on Central-Eastern Europe: '16+1' as seen from Beijing*. <http://www.osw.waw.pl/en/publikacje/osw-commentary/2015-04-14/china-central-eastern-europe-161-seen-beijing> diakses tanggal 20 November 2016.

<sup>88</sup> Emerging Europe mencakup 12 negara, yakni Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Ceko, Hongaria, Kroasia, Polandia, Austria, Romania, Serbia, Slovakia, dan Slovenia.

<sup>89</sup> John Ross, 人大重阳网|中国人民大学重阳金融研究院 (2016, 17 Mei). *China Strengthening Links with Eastern Europe*. <http://rdcy-sf.ruc.edu.cn/displaynewsen.php?id=21363> diakses tanggal 2 Agustus 2016.

Soviet. Saat ini, walaupun memiliki kesamaan sejarah Perang Dingin dan pengalaman masa transisi, namun negara-negara ETT mengambil jalan berbeda dalam arah politik dan pembangunan. Negara-negara ETT anggota UE umumnya berorientasi ke pihak Barat (UE dan AS), sementara negara-negara CIS berafiliasi ke Rusia. Keragaman politik luar negeri tersebut turut mempengaruhi percaturan politik internasional, khususnya keseimbangan hubungan dengan *major powers*.<sup>90</sup>

Kawasan ETT menawarkan banyak peluang seperti: (a) potensi untuk ekspansi atau perluasan pasar; (b) sifat perekonomian yang komplementer; (c) dan sanksi ekonomi Barat terhadap Rusia yang dapat dimanfaatkan oleh negara-negara yang ingin merebut pangsa pasar di Rusia.<sup>91</sup>

Risiko yang perlu diantisipasi dalam menembus pasar ETT, antara lain:

- (a) Tantangan ekonomi pada dasarnya lebih berasal dari faktor eksternal seperti perlambatan ekonomi dunia dan kawasan Eropa, khususnya zona Euro dan Rusia, serta RRT yang merupakan mitra dagang utama kebanyakan negara-negara ETT. Kawasan ETT umumnya memiliki mitra dagang utama dengan negara-negara Uni Eropa, khususnya Jerman, Perancis, dan Italia. Selama dua dekade terakhir, investor dan konsumen UE telah berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi ETT, hal ini pada saat bersamaan telah membuat kawasan ini rentan terhadap krisis kawasan Euro. Sebagai respon dari hal ini, pemerintah di kawasan ini terdorong untuk mengalihkan orientasi pertumbuhan pada sektor yang lebih resilien dan menarik investasi asing dari luar UE. Tren investasi strategis, tenaga kerja terampil, didukung infrastruktur dan teknologi.<sup>92</sup> ETT mulai menarik investasi asing baru, dari RRT, Qatar, Israel. Negara-negara kawasan ETT juga mulai melihat pada kawasan Asia Pasifik, termasuk ASEAN.
- (b) Tantangan instabilitas politik akibat pelaksanaan pemilu/perkembangan politik Sayap Kanan dan krisis pengungsi yang masih berlangsung di Eropa dan konflik

---

<sup>90</sup>Long Jin, China Institute of International Studies (2014, 21 November). *Relations between China and CEE Countries: Development, Challenges, and Recommendations*. [http://www.ciis.org.cn/english/2014-11/21/content\\_7388215.htm](http://www.ciis.org.cn/english/2014-11/21/content_7388215.htm) diakses tanggal 2 Agustus 2016.

<sup>91</sup> Pembahasan pada Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri PusatP2K2 Amerika dan Eropa Tahun2016, Bandung, 18 November 2016.

<sup>92</sup>Otilia Simkova, PWC (2012, 30 Oktober). *Central and Eastern Europe: Moving up the Value Chain*. <http://www.pwc.com/gx/en/services/advisory/consulting/risk/resilience/publications/central-and-eastern-europe-moving-up-the-value-chain.html> diakses tanggal 7 November 2016.

antar negara (seperti konflik Rusia-Ukraina). Perekonomian Rusia masih lemah karena konflik yang berkelanjutan dengan Ukraina dan penerapan sanksi ekonomi oleh UE dan AS yang mungkin masih akan terus diperpanjang walaupun ketentuannya sudah mulai diperlunak.<sup>93</sup> Walaupun konflik Ukraina diperkirakan masih akan berlanjut dan berpengaruh kepada negara-negara ETT mengingat kedekatan geografis. Namun, dalam konteks dampak ekonomi, ketegangan Ukraina-Rusia diperkirakan hanya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi ETT tidak lebih dari 0,15%.<sup>94</sup> Dalam jangka menengah, kawasan ETT juga masih menghadapi risiko instabilitas politik dan demografi. *Economist Intelligence Unit* (EIU) mengatakan bahwa indeks risiko instabilitas politik di hampir separuh negara-negara di kawasan ETT berada di atas angka 50 (angka tersebut menunjukkan risiko yang cukup tinggi; indeks EIU berkisar dari 0 untuk *very low risk* sampai dengan 100 untuk *very high risk*). Risiko politik meningkat akibat sejumlah pemilu yang berlangsung di ETT dan kecenderungan kenaikan popularitas partai-partai populis di ETT. *Standard & Poor's* menurunkan peringkat kredit Polandia pada Januari 2016 dan Turki pada Juli 2016 karena iklim investasi yang dinilai kurang kondusif.

- (c) Risiko demografi di kawasan ETT yang bersumber dari penurunan jumlah populasi dan peningkatan jumlah penduduk usia lanjut. Dalam kaitan ini, krisis-krisis migran di Eropa yang umumnya dilihat sebagai sumber ketegangan politik dan sosial, oleh sebagian pengamat dinilai sebagai keuntungan bagi kawasan ETT dari sisi penambahan jumlah populasi dan kontribusi ekonomi.
- (d) Terdapatnya perjanjian perdagangan antara negara-negara ETT dengan negara kompetitor di ASEAN, seperti Vietnam.<sup>95</sup>

Terlepas dari berbagai tantangan tersebut, kawasan ETT dinilai tetap potensial secara ekonomi dan Indonesia dapat memanfaatkan kawasan ini sebagai pasar

---

<sup>93</sup>TASS Russian News Agency (2016, 10 Maret). *EU extends sanctions against 146 Russian citizens, 37 companies until September 15*. <http://tass.com/world/861466> diakses tanggal 7 November 2016.

<sup>94</sup> UK Trade & Investment. *Op.Cit.*, hal. 19.

<sup>95</sup>Fithra Faisal, Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) "Proyeksi Ekonomi Kawasan Eropa Tengah dan Timur dan Peluang Bagi Sektor Ekonomi Indonesia", Bandung, 3 Oktober 2016 dan Pembahasan pada Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri PusatP2K2 Amerika dan Eropa Tahun2016, Bandung, 18 November 2016.



prospektif atau *untapped market* dan pintu masuk produk ekspor Indonesia ke Uni Eropa. Kawasan ETT dapat menjadi alternatif bagi pasar tradisional di kawasan Eropa, khususnya Eropa Barat/Uni Eropa yang selama ini telah menjadi mitra dagang tradisional dan sumber investasi utama bagi Indonesia. Selain itu, walaupun belum signifikan, negara-negara ETT juga berpotensi menjadi sumber investasi dan wisatawan mancanegara bagi Indonesia.

Kawasan ETT belum dimanfaatkan secara optimal oleh Indonesia. Data statistik *Intracen* menunjukkan bahwa proporsi nilai impor kawasan ETT dan CIS dari Indonesia masih sangat kecil. Di tahun 2015, dari nilai total impor kawasan ETT dari dunia sekitar USD 68,2 miliar, impor ETT dari Indonesia hanya sekitar USD 1,78 miliar atau sekitar 2% dari keseluruhan impor kawasan ETT. Tiga besar mitra dagang Indonesia di ETT untuk tahun 2015 adalah Rusia, Turki, dan Polandia dengan surplus di pihak Indonesia.

**Tabel 16. Perdagangan Bilateral Indonesia dengan Negara-negara Eropa Tengah dan Timur Tahun 2015 (dalam ribu USD)**

NEGARA MITRA	EKSPOR	IMPOR	TOTAL
Rusia	993.743,50	992.640,40	1.986.384,00
Turki	1.158.833,00	249.821,10	1.408.654,10
Ukraina	328.467	198.448	526.916
Polandia	358.889,90	150.373,90	509.263,80
Ceko	72.232,60	145.392,60	217.625,10
Belarusia	522,6	210.918,90	211.441,60
Hongaria	58.324,40	62.246,60	120.571,00
Romania	92.575,60	25.069,50	117.645,10
Slovenia	93.251,80	12.788,80	106.040,60
Bulgaria	42.298,70	54.518,10	96.816,80
Slovakia	42.916,50	14.778,30	57.694,80
Estonia	52.463,90	3.549,30	56.013,20
Latvia	48.534,00	4.897,00	53.431,00
Georgia	45.784,60	6.302,50	52.087,20
Lithuania	36.041,60	9.564,30	45.605,90
Moldova	353,2	18.971,80	19.325,00
Serbia	6.204,10	9.119,90	15.324,00
Albania	5.484,10	180,7	5.664,90
Bosnia Herzegovina	2.495,50	316,9	2.812,40
Montenegro	2.555,60	167,8	2.723,40
Armenia	2.651,40	15,5	2.666,90
Makedonia	881	4,7	885,7
Kroasia	28,23	17,78	46,1

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2016

Kawasan ETT memiliki arti strategis bagi Indonesia, baik dari segi geopolitik maupun geoekonomi. Dari segi geopolitik, kawasan ini memiliki arti penting dalam mendukung politik luar negeri Indonesia yang bebas dan aktif karena negara-negara

ETT mendukung kedaulatan Indonesia sejak pertama kali berdiri dan memiliki kesamaan dalam mempromosikan multilateralisme. Dari segi geoekonomi, kawasan ini strategis dalam mendukung prioritas Kabinet Kerja 2014-2019 dalam memperkuat diplomasi ekonomi karena merupakan pasar potensial bagi produk ekspor Indonesia, diversifikasi sumber investasi asing, dan peningkatan kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Perekonomian yang tumbuh pesat dan kemampuan kawasan ini menjadi pusat aktivitas bisnis, termasuk logistik, seperti Polandia, Romania, Turki, Ceko, dan Slovakia dalam beberapa tahun mendatang menjadikan kawasan ini sebagai pasar potensial. Pertumbuhan ekonomi yang solid di ETT merefleksikan penguatan permintaan impor akan barang dan jasa. Perekonomian terbesar di kawasan diharapkan dapat menyumbang pada peningkatan impor terbesar. Dalam kaitan ini, impor Polandia dan Turki diperkirakan akan menjadi terbesar sejalan dengan jumlah populasi yang besar dan potensi pertumbuhannya.<sup>96</sup>

Dilihat dari berbagai faktor ekonomi di atas, berdasarkan indikator *Market Potential Index* (MPI) yang dikeluarkan International Business Center, Michigan State University terdapat beberapa negara ETT yang dinilai prospektif sebagai pasar potensial, yakni Polandia, Estonia, Turki, Ceko, Slovakia, Lituania, Rusia, dan Latvia. Pada periode 2014-2016, peringkat MPI Polandia dan Turki terus meningkat dan saat ini berada di urutan dua teratas untuk kawasan ETT, sementara Rusia menurun karena kondisi ekonomi yang dialami.

---

<sup>96</sup> Amy Morgan & Ishtiaq Ghafoor, United Kingdom Foreign & Commonwealth Office (2013, 9 Juli). *How UK is Placed to Take Advantage of Opportunities in Central and Eastern Europe*. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/211251/Ceeexports\\_public\\_Feb2013.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/211251/Ceeexports_public_Feb2013.pdf) diakses tanggal 7 Oktober 2016.

**Tabel 17. Market Potential Index Negara-negara Eropa Tengah dan Timur Tahun 2014-2016**

NEGARA	PERINGKAT		
	2016	2015	2014
Polandia	21	22	28
Estonia	24	23	56
Turki	25	31	36
Ceko	28	39	40
Slovakia	29	33	33
Lituania	32	29	34
Rusia	35	37	15
Latvia	43	44	29
Bulgaria	51	55	43
Hongaria	55	51	46
Romania	57	54	44
Serbia	59	62	54
Kroasia	60	65	58
Ukraina	73	73	69
Belarusia	77	79	75

Sumber: Global Edge

Dengan memperhatikan secara lebih seksama peringkat setiap negara dari masing-masing indikator, umumnya negara-negara *emerging economies* yang masuk dalam MPI tersebut cukup berimbang dari aspek indikator pertumbuhan ekonomi, kapasitas konsumsi, dan infrastruktur yang mendukung aktivitas perekonomian. Aspek yang cukup menentukan peringkat keseluruhan MPI terletak pada risiko politik dan keterbukaan pasar. Rusia tetap teratas dari segi besaran pasar, akan tetapi saat ini lemah dari segi keterbukaan pasar dan risiko politik terkait konflik Rusia-Ukraina dan keterlibatan Rusia dalam konflik di Suriah. Di lain pihak, Estonia berada di peringkat ketiga MPI untuk kawasan ETT karena cukup baik di berbagai aspek ekonomi, namun Estonia memiliki ukuran pasar yang relatif kecil dibandingkan negara-negara ETT lainnya.

**Tabel 18. Peringkat Indikator Market Potential Index *Emerging Economies* Kawasan Eropa Tengah dan Timur Tahun 2016**

PERINGKAT MARKET POTENTIAL INDEX 2016										
NEGARA	Overall Rank	Market Size	Market Growth Rate	Market Intensity	Market Consumption Capacity	Commercial Infrastructure	Economic Freedom	Market Receptivity	Country Risk	Overall Score
Polandia	21	3	53	53	67	51	66	14	77	29
Estonia	24	1	52	37	64	58	74	25	77	28
Turki	25	6	71	63	61	40	48	10	50	28
Ceko	28	2	43	38	72	53	70	25	77	28
Slovakia	29	1	41	50	75	46	65	27	77	28
Lithuania	32	1	40	60	61	53	72	24	78	27
Rusia	35	18	51	42	58	49	24	8	39	26
Latvia	43	1	43	54	61	50	62	19	61	23
Bulgaria	51	1	39	50	60	40	59	19	62	21
Hongaria	55	1	32	36	67	44	59	26	56	20
Romania	57	2	32	52	63	41	59	12	67	19
Serbia	59	1	39	68	64	38	53	15	40	19
Kroasia	60	1	34	49	68	41	57	14	56	19
Ukraina	73	4	29	56	68	46	35	15	1	14
Belarusia	77	1	55	34	63	40	20	17	1	12

Sumber: Global Edge

Berdasarkan indikator di atas dan aspek-aspek ekonomi-politik bilateral, termasuk risiko konflik Rusia-Ukraina yang masih berkelanjutan, kajian ini menetapkan 2 negara yang perlu menjadi fokus atau sasaran pasar prospektif di ETT, yakni Polandia dan Turki.

Rusia dalam kajian ini dilihat sebagai mitra tradisional Indonesia di kawasan ETT. Hubungan ekonomi bilateral RI-Rusia relatif sudah cukup mapan. Rusia merupakan mitra dagang terbesar bagi Indonesia di ETT dengan nilai rata-rata sekitar USD 2-3 miliar pada periode 2011-2014. Nilai investasi dan jumlah wisman dari Rusia juga termasuk yang terbesar di ETT. Selain itu, Indonesia telah mengembangkan kemitraan strategis dengan Rusia dan sedang dalam tahapan menjajaki kemungkinan FTA dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU).

## **E. Pasar Prospektif Sasaran Di Kawasan Eropa Tengah Dan Timur**

### **1. Polandia**

Polandia terletak di lokasi strategis tepat di jantung benua Eropa. Negara ini memiliki stabilitas ekonomi yang cukup tinggi, pertumbuhan jangka panjang yang baik,

dan keunggulan kompetitif. Perekonomian Polandia telah berkembang pesat selama 25 tahun terakhir. Hal ini dapat terefleksi antara lain dari tingkat pendapatan masyarakatnya. Dengan populasi sekitar 38 juta jiwa, hampir sama dengan jumlah total populasi Ceko, Hungaria, dan Rumania.

Polandia merupakan ekonomi terbesar di Eropa Tengah dan ketiga terbesar di ETT dengan GDP sebesar USD 474 miliar di tahun 2016. Perekonomian Polandia adalah yang berkembang paling cepat di Uni Eropa sejak krisis hutang 2008. Pada tahun 2016, ekonomi Polandia diperkirakan tumbuh 3,6% dan akan cenderung konsisten di angka 3% sampai dengan 2020. Walaupun ekonomi Polandia sedikit melambat di tahun 2016 dan 2017, dengan modal fundamental ekonomi yang kuat dan kebijakan ekonomi yang konsisten, *Economist Intelligence Unit* memprediksi ekonomi Polandia periode 2018-2020 akan tumbuh sekitar 3%.

Sejak bergabung dengan Uni Eropa pada tahun 2004, Polandia berupaya untuk memperbaiki ekonomi dan tingkat kualitas hidup menyetarai UE. Dana pembangunan dari UE juga turut mendukung upaya pembangunan ekonomi di negara ini. Pada periode 2007-2013, proyek pembangunan dari UE mendukung pembangunan infrastruktur sedang pada 2014-2020, proyek UE difokuskan untuk peningkatan daya saing, inovasi, dan kewirausahaan.<sup>97</sup> Dengan perubahan struktur ekonomi saat ini, *Bloomberg* menempatkan Polandia sebagai “*Best country to do business*” di Eropa Timur.

Sektor manufaktur Polandia, berdasarkan *Manufacturing Purchasing Managers' Index* pada akhir 2015 berada di angka 52,1 yang mencerminkan aktivitas ekspansi ekonomi. Penguatan ekonomi Jerman dan pemulihan ekonomi Rusia turut mendorong kebangkitan ekonomi Polandia.

Secara geografis, Polandia memiliki posisi yang sangat strategis. Negara ini merupakan bagian dari koridor transportasi trans-Eropa yang berbatasan dengan Jerman dan memiliki akses ke Laut Baltik. Selain itu, Polandia merupakan salah satu negara

---

<sup>97</sup> World Bank (2016, Oktober). *The World Bank in Poland: Country Snapshot, An Overview of the World Bank's Work in Poland*. <http://pubdocs.worldbank.org/en/298041475670585000/Poland-Snapshot-Oct2016FINAL.pdf> diakses tanggal 11 November 2016.

ETT yang diperkirakan akan berkembang menjadi *regional hub* menyaingi hub logistik ternama di kawasan Eropa Barat, seperti Antwerp, Rotterdam, dan Dusseldorf.<sup>98</sup>

Berdasarkan kajian *Colliers International*, sebuah perusahaan *real estate* terkemuka, Polandia disebut memiliki potensi untuk menjadi hub logistik utama pada 2020 karena sektor tenaga kerja dan fasilitas infrastruktur yang mendukung sehingga dapat mendukung distribusi dan menurunkan biaya produksi.<sup>99</sup> Kemampuan untuk menjadi hub logistik tersebut membuat sejumlah perusahaan multinational dunia membuka kantor perwakilan dan memperluas usahanya di Polandia. Perusahaan *e-commerce* terbesar di dunia, Amazon.com Inc melakukan ekspansi usaha dengan mendirikan tiga pusat logistik baru di Polandia pada Oktober 2014, begitu pula dengan *Procter & Gamble*.<sup>100</sup>

Polandia juga semakin penting karena terletak dalam rute darat Jalur Sutra RRT yang menghubungkan RRT dengan Eropa melalui Asia Tengah. Apalagi Polandia memiliki peran penting di ETT dan hubungan erat dengan Jerman. Di kemudian hari, jalur ini dapat memaksa Polandia untuk terhubung dengan Rusia.<sup>101</sup> Bahkan Kazakstan telah mendekati Polandia untuk mempertimbangkan inisiatif perjanjian pembentukan koridor melalui Rusia.<sup>102</sup>

Perhatian Polandia terhadap kawasan Asia sendiri telah ditunjukkan melalui dukungan terhadap inisiatif Jalur Sutra modern RRT dan menjadi salah satu negara pendiri *Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB)*.<sup>103</sup> Polandia bahkan menjadi

---

<sup>98</sup>Colliers International (2013, 29 Mei). *Antwerp, Rotterdam and Dusseldorf are Europe's Top Logistics Hubs New report reveals Kiev, Istanbul and Bratislava are the top manufacturing centres*. <http://www.colliers.com/en-gb/emea/insights/market-news/2013/29-05-2013-antwerp-rotterdam-and-dusseldorf-europes-top-logistics-hubs> diakses tanggal 21 Oktober 2016.

<sup>99</sup>Ivana Svobodova, Allyn International (2014, 14 Agustus). *East of the Rise: The Transformation of Central and Eastern Europe into a Global Logistics Hub*. <http://www.allynintl.com/en/news-publications/entry/east-on-the-rise-the-transformation-of-central-and-eastern-europe-into-a-gl> diakses tanggal 21 Oktober 2016.

<sup>100</sup>Piotr Skolimowski, Bloomberg (2014, 22 Januari). *Poland ranked best for business in East Europe and Central Asia*. <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-01-21/poland-ranked-best-for-business-in-east-europe-and-central-asia> diakses tanggal 21 Oktober 2016.

<sup>101</sup>Russia Beyond the Headlines (2016, 29 Agustus). *China's Silk Road May Push Poland toward Reconciliation with Russia*. [http://rbth.com/business/2016/08/29/chinas-silk-road-may-push-poland-toward-reconciliation-with-russia\\_624945](http://rbth.com/business/2016/08/29/chinas-silk-road-may-push-poland-toward-reconciliation-with-russia_624945) diakses tanggal 13 November 2016.

<sup>102</sup>The Straits Times (2016, 20 Juni). *China's Xi Weaves Poland into new Silk Road Plan*. <http://www.straitstimes.com/world/europe/chinas-xi-weaves-poland-into-new-silk-road-plan> diakses tanggal 13 November 2016.

<sup>103</sup>Sigit A. Nugroho, Viva News (2015, 15 April). *Norwegia Lengkapi 57 Negara Pendiri bank Investasi Asia: Didalamnya Termasuk Israel, Afrika Selatan, Polandia, dan Islandia*. <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/614086-norwegia-lengkapi-57-negara-pendiri-bank-infrastruktur-asia> diakses tanggal 15 November 2016.

negara pertama yang meluncurkan *bond* dalam mata uang Renminbi (*panda bond*) di Eropa.<sup>104</sup>

Dalam konteks tersebut, Polandia terlihat semakin mengembangkan peran aktifnya di dunia internasional. Peran tersebut dapat turut mempengaruhi dinamika *balance of power* di kawasan. Polandia kembali melihat kemungkinan pembentukan aliansi *Intermarium*, inisiatif Polandia pada awal abad ke-20, yang mencakup wilayah Baltik hingga ke Laut Hitam dan menggabungkan negara-negara pecahan Uni Soviet untuk melindungi ETT dari Rusia.<sup>105</sup> Selain itu, Polandia juga tengah menjabat sebagai presiden dari *Visegrad Group*, sebuah aliansi 4 negara Eropa Tengah, yakni Polandia, Ceko, Slovakia, dan Hongaria, untuk periode 2016-2017, yang bertujuan untuk memperkokoh integrasi di kawasan Eropa.<sup>106</sup>

Hubungan diplomatik RI-Polandia dibuka pada bulan September 1955, Hubungan tersebut berjalan baik dan terus berkembang. Kunjungan kenegaraan pertama Presiden RI ke Polandia adalah Presiden Soekarno pada tahun 1959 yang kemudian dibalas dengan kunjungan kenegaraan pertama Presiden Polandia ke Indonesia yaitu Presiden Alexander Zawadski pada tahun 1961. Perdagangan bilateral Indonesia-Polandia, dilihat dari neraca perdagangan Kementerian Perdagangan (Kemendag) RI, Indonesia mengalami surplus selama 5 tahun berturut-turut (2011-2015), Ekspor Indonesia ke Polandia memiliki *trend* yang selalu naik, Nilai perdagangan pada tahun 2015 tercatat sebesar USD 509,26 juta atau mengalami penurunan sebesar 5,6% dibandingkan tahun 2014 sebesar USD 539,71 juta.

---

<sup>104</sup> Chris Davis, HSBC (2016, 4 Oktober). *Poland on the New Silk Road*. <http://www.hsbc.com/news -and-insight/insight-archive/2016/poland-on-the-new-silk-road> diakses tanggal 13 November 2016.

<sup>105</sup> Ria Novosti, Russia Beyond the Headlines Indonesia (2016, 7 September). *Polandia Usul Bentuk Aliansi Baru untuk Lindungi Eropa Timur dari Rusia*. [https://indonesia.rbth.com/news/2016/09/27/ polandia-usul-bentuk-aliansi-baru-untuk-lindungi-eropa-timur-dari-rusia\\_633493](https://indonesia.rbth.com/news/2016/09/27/ polandia-usul-bentuk-aliansi-baru-untuk-lindungi-eropa-timur-dari-rusia_633493) diakses tanggal 13 November 2016.

<sup>106</sup> Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland (2016, Juli). *Polish Presidency of the Visegrad Group 2016-2017*. [http://www.msz.gov.pl/en/foreign\\_policy/europe/visegrad\\_group/polish\\_presidency\\_of\\_the\\_visegrad\\_group\\_2016\\_2017](http://www.msz.gov.pl/en/foreign_policy/europe/visegrad_group/polish_presidency_of_the_visegrad_group_2016_2017) diakses tanggal 11 November 2016.

**Tabel 19. Neraca Perdagangan Indonesia-Polandia Periode 2013-2015 (dalam ribu USD)**

Uraian	2013	2014	2015	Trend (%) 2011-2015	Jan-Agu		Perub. (%) 2016 /2015
					2015	2016	
<b>TOTAL PERDAGANGAN</b>	<b>516.125,6</b>	<b>539.712,7</b>	<b>509.263,8</b>	<b>2,64</b>	<b>329.725,6</b>	<b>327.333,1</b>	<b>-0,73</b>
MIGAS	84,9	945,5	437,9	118,81	0,0	1.043,5	0,00
NON MIGAS	516.040,7	538.767,2	508.825,9	2,61	329.725,6	326.289,5	-1,04
<b>EKSPOR</b>	<b>365.412,7</b>	<b>395.947,3</b>	<b>358.889,9</b>	<b>0,40</b>	<b>231.423,9</b>	<b>232.911,2</b>	<b>0,64</b>
MIGAS	0,0	0,0	261,1	0,00	0,0	0,0	0,00
NON MIGAS	365.412,7	395.947,3	358.628,8	0,39	231.423,9	232.911,2	0,64
<b>IMPOR</b>	<b>150.712,9</b>	<b>143.765,5</b>	<b>150.373,9</b>	<b>9,64</b>	<b>98.301,7</b>	<b>94.421,8</b>	<b>-3,95</b>
MIGAS	84,9	945,5	176,9	82,53	0,0	1.043,5	0,00
NON MIGAS	150.628,0	142.819,9	150.197,1	9,55	98.301,7	93.378,3	-5,01
<b>NERACA PERDAGANGAN</b>	<b>214.699,8</b>	<b>252.181,8</b>	<b>208.516,0</b>	<b>-4,01</b>	<b>133.122,1</b>	<b>138.489,4</b>	<b>4,03</b>
MIGAS	-84,9	-945,5	84,2	0,00	0,0	-1.043,5	0,00
NON MIGAS	214.784,7	253.127,3	208.431,8	-3,99	133.122,1	139.532,9	4,8

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2016

Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, rata-rata nilai impor Polandia dari Indonesia pada tahun 2015 berada di peringkat ke-5 setelah Vietnam (1), Singapura (2), Malaysia (3), dan Thailand (4).

**Tabel 20. Impor Polandia dari Negara-negara ASEAN Periode 2011-2015 (dalam ribu USD)**

Exporters	Imported value in 2011	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015
World	209.191.546	191.430.112	205.613.793	216.687.292	189.696.474
ASEAN Aggregation	3.971.194	4.123.385	4.835.474	5.332.495	5.457.172
Viet Nam	779.652	813.595	1.142.267	1.288.211	1.510.008
Singapore	435.628	808.033	953.415	915.658	1.023.376
Malaysia	706.265	679.597	670.846	974.722	957.007
Thailand	1.017.617	914.018	1.045.260	869.955	729.013
Indonesia	727.060	616.541	713.427	785.379	672.837
Philippines	138.925	142.687	148.894	249.084	286.820
Cambodia	145.746	135.515	146.025	232.046	243.047
Myanmar	6.059	3.322	3.615	10.606	31.022
Lao People's Democratic Republic	14.200	10.072	11.715	6.813	3.954
Brunei Darussalam	42	5	10	21	88

Sumber: Trademap, Oktober 2016



Kementerian Ekonomi Polandia telah menetapkan Indonesia sebagai salah satu pasar alternatif bagi pengembangan ekspor produk Polandia, terdapat keinginan besar dari Polandia untuk mengekspor buah kentang dan sayuran terutama apel dan minuman olahan dari apel, alat-alat kesehatan dan alat-alat pertambangan ke Indonesia. Komoditas-komoditas Indonesia yang berpotensi adalah biomas/*palm kernell shell*, karet, produk perikanan, dan garmen.

Sejalan dengan kebijakan Pemerintah Polandia untuk mengurangi penggunaan batubara (akibat dari penerapan standar perlindungan lingkungan hidup Uni Eropa/*Directive 2009/28/EC*), Polandia mendorong penggunaan sumber energi ramah lingkungan seperti *briquette biomass*. Hal ini mengakibatkan naiknya permintaan akan cangkang kelapa sawit. Perkebunan PT. Syariah VI dengan *K+K Power* asal Polandia telah menyepakati untuk perdagangan 20,000-30,000 MT cangkang kelapa sawit untuk periode 1 tahun.

Untuk ekspor karet, pasar ban di Polandia, senilai sekitar USD 2,27 miliar pada tahun 2014, saat ini dikuasai beberapa produsen utama yaitu: *Bridgestone*, *Michelin*, *Continental*, *Goodyear*, dan *Trade-Stomil* sebagai pemegang merek ban *Nokian* dan *Toyo*. Negara utama asal impor ban Polandia yaitu: Jerman (USD 14,6 juta), Sri Lanka (USD 3,79 juta), Belanda (USD 2,51 juta), Perancis (USD 1,98 juta), Inggris (USD 0,99 juta). Pada tahun 2012, Indonesia merupakan pengekspor ke-9 terbesar produk garmen dan tekstil ke Polandia, utamanya untuk produk garmen dan apparel (USD 49,5 juta) dan produk sepatu dan pakaian olahraga (USD 51,1 juta).

Berdasarkan data *Intracen*, ekspor produk ikan Indonesia ke Polandia pada tahun 2014 mencapai USD 165 ribu atau menurun dari nilai tahun 2013 sebesar USD 223 ribu. Namun demikian, impor produk perikanan Polandia selama 3 tahun terakhir mengalami peningkatan signifikan. Hal ini membuka peluang bagi Indonesia untuk lebih mengembangkan ekspor produk-produk perikanan ke Polandia. Kompetitor Indonesia dari Asia dalam produk perikanan di Polandia adalah RRT, Vietnam, dan India.

Pada tahun 2015, kajian HSBC mengidentifikasi beberapa komoditas yang diperkirakan akan mengalami kenaikan impor oleh Polandia, yakni produk *merchandise* (naik 7-8%), industri mesin dan transportasi (meningkat 40% sampai dengan 2030;

peluang bagi komoditas komponen barang setengah jadi dari Eropa dan Asia), sektor ICT dan peralatan *scientific* (masing-masing naik 8% dan 6%).<sup>107</sup>

Melihat data impor Polandia dari dunia selama tahun 2011-2015, terdapat beberapa produk yang mendominasi komposisi impor Polandia dan menjadi peluang ekspor bagi Indonesia, yakni: kertas (unggul di antara kompetitor ASEAN), produk tekstil (bersaing dengan Vietnam), otomotif (Indonesia bersaing dengan Malaysia), plastik (bersaing dengan Vietnam), besi dan baja (bersaing dengan Vietnam), produk farmasi (bersaing dengan Singapura dan Thailand), peralatan optik (bersaing dengan Thailand dan Singapura). Produk ekspor potensial yang masih perlu didorong bersaing di pasar Polandia adalah furnitur (bersaing dengan Vietnam, Malaysia, dan Thailand), elektronik audio dan visual (bersaing dengan Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Filipina), dan minyak atsiri (bersaing dengan Malaysia).

**Tabel 21. Impor Top 20 Products Polandia dengan Dunia Periode 2011-2015  
(Dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)**

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Member States Competitor
1	'84	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	24.818.808	42	Malaysia (26), Vietnam (27), Singapura (28), Filipina (34)
2	'85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders, television ...	24.738.853	24	Malaysia (7), Vietnam (8), Thailand (26), Filipina (28)
3	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	14.270.599	83	Malaysia (43), Vietnam (54), Singapura (60)
4	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	15.897.323	35	Thailand (72), Malaysia (33), Vietnam (50), Filipina (69)
5	'39	Plastics and articles thereof	10.889.656	47	Thailand (37), Malaysia (53), Filipina (74), Vietnam (32)
6	'72	Iron and steel	5.708.836	38	Thailand (42), Malaysia (40), Vietnam (33), Filipina (115), Singapore (61)

<sup>107</sup> HSBC (2015, 15 Desember). *Trade Forecast Trade: Poland*. [https://globalconnections.hsbc.com/downloads/trade\\_forecasts/pl.pdf](https://globalconnections.hsbc.com/downloads/trade_forecasts/pl.pdf) diakses tanggal 11 November 2016.

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Member States Competitor
7	'30	Pharmaceutical products	5.095.089	56	Thailand (46), Malaysia (58), Vietnam (65), Filipina (101), Singapore (41),
8	'73	Articles of iron or steel	4.522.394	44	Thailand (35), Malaysia (42), Vietnam (17), Filipina (51), Singapore (57),
9	'90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical ...	4.374.347	22	Thailand (19), Malaysia (31), Filipina (28), Vietnam (26), Singapore (23),
10	'99	Commodities not elsewhere specified	2.779.713	24	Thailand (40), Malaysia (38), Vietnam (51), Filipina (61), Singapore (18),
11	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp, of paper or of paperboard	4.018.225	36	Thailand (45), Malaysia (53), Filipina (79), Vietnam (51), Singapore (70),
12	89	Ships, boats and floating structures	4.382.896	-	Thailand (40), Malaysia (65), Filipina (24), Vietnam (71), Singapore (3),
13	'29	Organic chemicals	3.657.314	22	Thailand (39) Malaysia (37), Filipina (71) Vietnam (68), Singapore (9)
14	'40	Rubber and articles thereof	3.211.459	15	Thailand (13), Malaysia (12) Filipina (41), Vietnam (34), Singapore (54),
15	'76	Aluminium and articles thereof	3.608.810	71	Thailand (54), Malaysia (52) Filipina (76), Vietnam (43), Singapore (72),
16	'38	Miscellaneous chemical products	2.587.417	28	Thailand (30), Malaysia (31) Filipina (59) Vietnam (47), Singapore (50)
17	'62	Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	2.660.290	10	Thailand (40), Malaysia (42), Filipina (45), Vietnam (8), Singapore (80),

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Rank Indonesia	ASEAN Member States Competitor
18	'94	Furniture; bedding, mattresses, mattress supports, cushions and similar stuffed furnishings; ...	2.489.489	33	Thailand (26), Malaysia (19), Filipina (50), Vietnam (14), Singapore (49),
19	'61	Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted	2.434.422	9	Thailand (28), Malaysia (29), Filipina (35), Vietnam (15), Singapore (56),
20	'33	Essential oils and resinoids; perfumery, cosmetic or toilet preparations	1.976.715	37	Thailand (40), Malaysia (38), Filipina (124), Vietnam (78), Singapore (53),

Sumber: International Trade Center, diolah oleh P3K2 Amerop

Di sektor perhubungan, Garuda Indonesia dengan *LoT Polish* telah berencana membuka jalur penerbangan Warsawa-Jakarta-Warsawa. Hal ini diharapkan dapat semakin mendorong peningkatan jumlah wisatawan asal Polandia ke Indonesia. Untuk tahun 2017, sebanyak lima ribu wisman Polandia akan berkunjung ke Indonesia. Jumlah ini cukup besar dan menunjukkan tren yang baik dalam kerangka *outbound tourism* Polandia, khususnya dengan Indonesia.<sup>108</sup>

Polandia termasuk negara yang menjadi fokus perhatian RRT di kawasan ETT. Hal ini didasarkan pada profil ekonomi Polandia serta peran strategis negara ini sebagai *gateway* ke Eropa maupun dalam kerangka inisiatif OBOR. Dari sisi ekonomi, Polandia termasuk mitra dagang terbesar RRT di kawasan ETT. Volume perdagangan kedua negara selama 2008-2013 tumbuh rata-rata 3% per tahun dari sekitar USD 10 miliar pada tahun 2008 menjadi USD 14,8 miliar pada tahun 2013. Ekspor Polandia ke RRT meningkat, demikian pula investasi RRT ke Polandia. Tercatat lebih dari 30 perusahaan RRT telah berinvestasi di Polandia.

Keseriusan RRT dalam memperkuat hubungan dengan Polandia dilakukan melalui diplomasi ekonomi yang efisien berdasarkan tiga prinsip: (a) memanfaatkan momentum pertumbuhan ekonomi Polandia; (b) mengupayakan konektivitas yang memadai; dan (c)

<sup>108</sup> Sindo News (2016, 13 Juli). 5.000 Wisatawan Polandia Bakal Banjiri Indonesia tanggal 2017. <http://lifestyle.sindonews.com/read/1121902/156/5-000-wisatawan-polandia-bakal-banjiri-indonesia-tanggal-2017-1467633251> diakses tanggal 11 November 2016.

mempererat hubungan antar masyarakat kedua negara.<sup>109</sup> Selain itu, RRT juga menunjukkan komitmennya untuk memperkuat hubungan ekonomi melalui berbagai komitmen kerja sama, intensitas saling kunjung (terutama kunjungan pejabat tinggi RRT ke Polandia), dan pembangunan infrastruktur seperti proyek pembangunan jalur kereta api kargo *China Railway Express* yang menghubungkan kota Lods di Polandia dengan Chengdu di Provinsi Sichuan, RRT. Dalam kunjungan terakhir Presiden Xi ke Polandia pada Juni 2016, kedua negara menyepakati 40 perjanjian bilateral di bidang keuangan, konstruksi, energi, pertanian, dan pertambangan.<sup>110</sup> Kedua negara juga menandatangani *Universal Strategic Partnership Pact* sebagai landasan untuk semakin memupuk kerja sama ekonomi.<sup>111</sup>

Polandia merupakan mitra dagang terbesar di kawasan Eropa Tengah dengan nilai perdagangan yang tumbuh 17% pada tahun 2015. Kesamaan pengalaman kedua dalam hal transisi ekonomi menjadi salah satu faktor perekat hubungan bilateral. FTA Vietnam-UE yang diharapkan akan berlaku efektif pada 2017/2018 juga diharapkan dapat menjadi mekanisme yang membantu perdagangan Vietnam dengan Polandia sebagai salah satu anggota UE. Kerja sama di bidang pendidikan, melalui program beasiswa, dan budaya, melalui program musik dan literatur digunakan untuk memperkecil kesenjangan pemahaman antarmasyarakat kedua negara dalam rangka memperkuat hubungan perdagangan.<sup>112</sup>

Uraian di atas telah menjelaskan perkembangan Polandia yang cukup pesat dari aspek ekonomi. Sebagai perekonomian terbesar di Eropa Tengah, Polandia tidak saja telah tumbuh sebagai pusat industri di kawasan Eropa tetapi juga sebagai pasar dengan konsumen yang memiliki kemampuan untuk menyerap produk ekspor dengan baik.

---

<sup>109</sup> Sambutan Ambassador Xiu Jian pada SEJM Conference "Poland-China Towards Efficient Model of Economic Diplomacy". 25 Juni 2014. <http://pl.china-embassy.org/pol/sgfb/t1169280.htm>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>110</sup> Shannon Tiezzi. *China's Xi Brings Belt and Road to Serbia and Poland*. The Diplomat. 24 Juni 2016. <http://thediplomat.com/2016/06/chinas-xi-brings-belt-and-road-to-serbia-poland/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>111</sup> Radio Poland. *Poland and China Sign Universal Strategic Partnership Pact*. 20 Juni 2016. <http://www.thenews.pl/1/10/Artykul/257974,Poland-and-China-sign-universal-strategic-partnership-pact>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>112</sup> Thu Hoang. *Bright Future for Poland-Vietnam Relations*. Vietnam Today. 27 April 2016. <http://www.vneconomicstimes.com/article/vietnam-today/bright-future-for-poland-vietnam-relations>, diakses tanggal 23 Desember 2016, dan Ministry of Treasury Republic of Poland. *EU-Vietnam Free Trade Agreement as Opportunity for Polish Exports*. 18 Januari 2016. <https://www.msp.gov.pl/en/polish-economy/economic-news/7022,EU-Vietnam-Free-Trade-Agreement-as-opportunity-for-Polish-exports.html>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

Sebagai unit ekonomi yang terletak di jantung benua Eropa dan terus mengembangkan peran internasionalnya di kawasan, Polandia semakin diperhitungkan sebagai aktor penting oleh *major powers* seperti AS dan RRT. Hal ini menunjukkan arti penting Polandia secara geopolitik maupun geoekonomi yang patut menjadi perhatian Indonesia untuk mulai mengembangkan kerja sama yang lebih kuat dengan Polandia.

## 2. Turki

Turki merupakan negara dengan perekonomian terbesar ke-18 di dunia yang terletak di persimpangan Eropa, Asia, dan Afrika. Dengan total GDP USD 1,5 triliun dan jumlah penduduk 77 juta jiwa, Bank Dunia mengategorikan Turki sebagai *high middle income country* dengan GDP perkapita mencapai USD 20.437. Pertumbuhan ekonomi (berdasarkan real GDP *growth*) pada tahun 2015 mencapai 3,8%. Ketika banyak negara di dunia mengalami krisis keuangan sebagai dampak dari krisis keuangan global tahun 2008, ekonomi Turki tumbuh 9,2% pada tahun 2010 dan 8,5% pada tahun 2011.

Dalam 15 tahun terakhir, perekonomian Turki mengalami pertumbuhan pesat. Turki telah berkembang menjadi salah satu pusat manufaktur di Eropa. Turki dipercaya menjadi pemasok barang-barang konsumen berkualitas tinggi dan saat ini merupakan pusat manufaktur terbesar untuk perangkat televisi dan kendaraan *light commercial vehicles* di kawasan Eropa. Saat ini, Turki juga merupakan produsen makanan terbesar kedelapan di dunia dan menjadi destinasi wisata terpopuler keenam di dunia. Sebanyak 43 dari 250 perusahaan konstruksi ternama di dunia bernaung di Turki.<sup>113</sup> Turki menaungi sejumlah perusahaan multinasional terkemuka di dunia, seperti *Microsoft*, *Coca-Cola*, *GE*, *Procter & Gamble*, dan *Phillip Morris*.<sup>114</sup>

Bidang manufaktur merupakan salah satu pendorong utama kemajuan ekonomi Turki yang berkontribusi pada 24,2% total GDP. Produk utama Turki di bidang manufaktur adalah otomotif, peralatan berat, elektronik, pakaian jadi, rajutan, dan produk logam. Menurut *Turkish Statistic Institute*, sejak tahun 1986-2015, produksi

---

<sup>113</sup>The Economist (2016, 6 Februari). *Erdoganomics: Turkey is performing well below its potential*. <http://www.economist.com/news/special-report/21689874-turkey-performing-well-below-its-potential-erdoganomics> diakses tanggal 20 November 2016.

<sup>114</sup>Globes.co.il (2008, 6 November). *Turkey: an Important Market for Global Business*. <http://images.globes.co.il/images/Site/International/turkey/pdf/tur03.pdf> diakses tanggal 8 November 2016.

bidang manufaktur Turki tumbuh rata-rata sebesar 4,25% per tahun. Industri manufaktur Turki juga terbukti sangat fleksibel. Sepuluh tahun lalu, ketika industri tekstil Turki kalah saing dengan Asia akibat upah buruh yang lebih rendah, Turki dengan cepat beradaptasi dengan memfokuskan diri sebagai pemasok produk berkualitas tinggi bagi kawasan Eropa.<sup>115</sup>

Dalam penelitiannya mengenai masa depan ekonomi Turki, *Pricewaterhouse Coopers* mengatakan bahwa Turki dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi terbesar ke-12 di dunia pada 2041 jika sektor-sektor industri strategis di Turki berkembang dengan baik. Menurut PwC, Turki memiliki kemampuan untuk mengembangkan industri strategisnya dengan dukungan kekayaan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang terdidik dan terampil. Lima sektor potensial yang diperkirakan akan tumbuh kuat di Turki adalah industri pengolahan makanan dan minuman, otomotif, energi alternatif, penelitian dan pengembangan serta jasa di sektor pertanian, dan pariwisata. Dengan kedekatan geografis ke pasar-pasar utama di kawasan Eropa dan Asia, Turki berpotensi meningkatkan statusnya dalam rantai pasokan global (*global value chain*) dan industri bernilai tambah tinggi.<sup>116</sup>

Pasca pemilihan parlemen Turki tanggal 7 Juni 2015 dan upaya kudeta di Turki pada Juli 2016, lembaga pemeringkat kredit *Standard and Poor's* menurunkan peringkat kredit Turki karena situasi politik menyebabkan iklim bisnis yang tidak kondusif. Namun demikian, banyak investor global masih melihat Turki sebagai perekonomian potensial. H. Akin Unver, dari *Kadir Has University* yang berkedudukan di Istanbul menulis pada *Harvard Business Review* bahwa perekonomian Turki, terlepas dari krisis domestik yang dialami, memiliki daya tahan yang tinggi karena fundamental ekonomi yang kuat, stabilitas harga di dalam negeri, dan kuatnya konsumsi rumah tangga sebagai faktor pendorong utama pertumbuhan yang mencakup 70% GDP Turki.<sup>117</sup> Senada dengan Unver, perusahaan asuransi *Allians* juga lebih melihat pada potensi ekonomi jangka panjang Turki, kekuatan pasar, serta iklim usaha yang stabil dan konsisten

---

<sup>115</sup>*Ibid.*

<sup>116</sup>PwC (2012, Mei). *Turkey in 2041: Looking to the Future*. <https://www.pwc.com/tr/tr/publications/arastirmalar/pdf/turkey-in-2041-eng.pdf> diakses tanggal 7 November 2016.

<sup>117</sup>Dawn Kissi, CNBC (2016, 20 Oktober). *At Least for Now, Turkey's Economy Weathers Downgrades, Political Turmoil*. <http://www.cnbc.com/2016/10/20/at-least-for-now-turkeys-economy-weighs-downgrades-political-turmoil.html> diakses tanggal 26 Oktober 2016.

sebagai daya tarik ketimbang potensi risiko politik saat ini. Demikian pula perusahaan ekuitas *Warburg Pincus*, yang berkeyakinan bahwa prospek pertumbuhan ekonomi Turki, khususnya dalam hal jaminan pemerintah untuk mempertahankan iklim usaha yang kondusif, mengalahkan risiko yang ada.

Secara geostrategis, Turki terletak di lokasi yang sangat strategis. Turki terletak di pusat kawasan Eurasia di persilangan antara tiga kawasan, yakni Eropa, kelompok negara-negara pecahan Uni Soviet, dan Timur Tengah. Turki juga berlokasi dekat dengan kawasan Balkan dan *emerging economies* di kawasan Asia Tengah, Timur Tengah, serta Afrika Utara. Letak yang strategis ini menawarkan peluang tersendiri. Walaupun belum resmi menjadi anggota UE, namun Turki memiliki peran penting secara ekonomi dan terkait sektor energi dan telah terlibat dalam berbagai aktivitas ekonomi tingkat tinggi di UE, Timur Tengah, Rusia, dan Balkan.<sup>118</sup> Turki menawarkan pasar domestik sekitar 70 juta konsumen domestik, sekitar 600 juta konsumen di kawasan Eropa yang berpendapatan tinggi, sekitar 250 juta jiwa konsumen di *emerging economies* di pasar ETT dan Asia, sekitar 160 juta jiwa di pasar Timur Tengah dan Afrika Utara.<sup>119</sup>

Dengan kedekatan ikatan sejarah dan budaya yang kuat, Turki sangat potensial menjadi pintu gerbang ke kawasan Balkan.<sup>120</sup> Turki juga berkeinginan menjadi pintu gerbang ke kawasan Afrika dan Eurasia. Berdasarkan *Turkey's Industrial Strategy Paper 2015-2018*, Pemerintah Turki berkeinginan untuk menjadikan negaranya sebagai basis produksi dan desain di kawasan Afrika dan Eurasia (Afro-Eurasia) bagi produk-produk berteknologi menengah dan tinggi.<sup>121</sup> Turki juga memiliki hubungan yang erat dengan Rusia. Dalam konteks hubungan Turki-Rusia yang sempat memburuk pasca insiden penembakan pesawat militer Rusia oleh Turki di perbatasan Turki-Suriah pada 24 November 2015, hubungan kedua negara telah berangsur pulih setelah permintaan

---

<sup>118</sup> Pantelis Sklias, Spyros Roukanas, & Victoria Pistikou, *International Journal of Business and Social Sciences* (2012, Mei). *China's Economic Diplomacy: A Comparative Approach to Sino-Greek and Sino-Turkish Relations*. [http://ijbssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_10\\_Special\\_Issue\\_May\\_2012/30.pdf](http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2012/30.pdf) diakses tanggal 8 November 2016.

<sup>119</sup> Globes.co.il (2008, 6 November). *Loc. Cit.*

<sup>120</sup> Selin Calik Muhasilovic, Anadolu Agency (2016, 23 Januari). *Analysis: Turkey's Balkan Policy Not Interest-oriented: Examination of Turkish Policy in the Balkans*. <http://aa.com.tr/en/turkey/analysis-turkey-s-balkan-policy-not-interest-oriented/509237> diakses tanggal 23 November 2016.

<sup>121</sup> Daily Sabah (2015, 13 Mei). *Turkey Aims to Become Design Hub in Afro-Eurasia*. <http://www.dailysabah.com/money/2015/05/13/turkey-aims-to-become-design-hub-in-afroeurasia> diakses tanggal 8 November 2016.



maaf Presiden Erdogan pada Juni 2016. Kedua negara juga sepakat untuk melanjutkan kembali proyek pipa gas alam dan memulihkan hubungan di sektor pariwisata.

Turki juga sangat aktif dalam mengembangkan kerja sama perdagangan bebas dengan berbagai negara mitra. Saat ini, Turki telah menyelesaikan Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA) dengan 33 negara,<sup>122</sup> telah memulai negosiasi FTA dengan 13 negara/blok ekonomi,<sup>123</sup> dan meluncurkan inisiatif perundingan FTA dengan 10 negara, termasuk Indonesia.<sup>124</sup>

Dari sisi konektivitas, *Colliers International* menyebut Turki sebagai salah negara yang semakin penting dalam pasar industri dan logistik. Kota Istanbul telah terintegrasi dengan jaringan kereta di Eropa. Dengan infrastruktur yang terus berkembang, Turki akan menjadi pintu gerbang ke kawasan-kawasan Timur Tengah dan Timur Jauh.

Indonesia dan Turki telah menjalin hubungan bilateral yang baik di bidang politik. Kedua negara telah bekerja sama dengan baik di berbagai forum internasional, seperti PBB, OKI, *Development-8* (D-8), dan G-20 dan memberikan saling-dukung dalam sejumlah pencalonan keanggotaan di forum internasional. Pada tahun 2011, kedua negara telah menyepakati Deklarasi Bersama untuk Kemitraan “*Indonesia-Turkey: Towards an Enhanced Partnership in a New World Setting*” dan Perjanjian Bebas Visa Kunjungan Singkat bagi pemegang paspor diplomatik dan dinas.

Di bidang perdagangan, kedua negara, pada tahun 2015, sepakat untuk menargetkan nilai perdagangan bilateral menjadi USD 10 miliar pada tahun 2023. Pada periode 2011-2015, tren perdagangan RI-Turki menurun 2,94%. Pada tahun 2015, ekspor Indonesia ke Turki menjadi USD 1,15 juta atau menurun dari USD 1,44 juta pada tahun 2014. Sementara, impor Indonesia dari Turki menurun dari USD 1,03 miliar pada tahun 2014 menjadi USD 249 juta. Indonesia mengalami surplus sekitar USD 909 juta.

---

<sup>122</sup> Nail Ersoy, YOİKK The Coordination Council for the Improvement of Investment Environment (2013, September). *Free Trade Agreements Of Turkey*. [http://yoikk.gov.tr/upload/idb/ftascompatibility mode.pdf](http://yoikk.gov.tr/upload/idb/ftascompatibility%20mode.pdf) diakses tanggal 8 November 2016.

<sup>123</sup> Peru, Ukraina, Kolombia, Ekuador, Meksiko, Jepang, Singapura, Congo, Kamerun, Seychelles, Gulf Cooperation Council/GCC, Libya, dan MERCOSUR.

<sup>124</sup> Amerika Serikat, Kanada, Thailand, India, Indonesia, Vietnam, Negara-negara Amerika Tengah, other ACP Countries, Algeria, dan Afrika Selatan.

**Tabel 22. Neraca Perdagangan Indonesia-Turki Periode 2013-2015 (dalam ribu USD)**

Uraian	2013	2014	2015	Trend (%) 2011-2015	Jan-Agu		Perub. (%) 2016 /2015
					2015	2016	
<b>TOTAL PERDAGANGAN</b>	<b>2.851.215,8</b>	<b>2.476.778,8</b>	<b>1.408.654,1</b>	<b>-2,94</b>	<b>952.664,7</b>	<b>893.237,8</b>	<b>-6,24</b>
MIGAS	1.051.266,6	770.444,4	171,8	-60,90	162,1	14.900,0	9.090,39
NON MIGAS	1.799.949,2	1.706.334,5	1.408.482,3	-4,37	952.502,5	878.337,8	-7,79
<b>EKSPOR</b>	<b>1.536.240,8</b>	<b>1.446.131,3</b>	<b>1.158.833,0</b>	<b>-3,64</b>	<b>788.952,1</b>	<b>689.721,9</b>	<b>-12,58</b>
MIGAS	0,0	0,0	33,0	0,00	33,0	70,0	111,90
NON MIGAS	1.536.240,8	1.446.131,3	1.158.800,0	-3,60	788.919,0	689.651,9	-12,58
<b>IMPOR</b>	<b>1.314.975,0</b>	<b>1.030.647,6</b>	<b>249.821,1</b>	<b>-3,71</b>	<b>163.712,6</b>	<b>203.515,9</b>	<b>24,31</b>
MIGAS	1.051.266,6	770.444,4	138,8	-22,41	129,1	14.830,0	11.387,68
NON MIGAS	263.708,4	260.203,2	249.682,3	-7,86	163.583,5	188.685,9	15,35
<b>NERACA PERDAGANGAN</b>	<b>221.265,8</b>	<b>415.483,7</b>	<b>909.011,9</b>	<b>-8,36</b>	<b>625.239,4</b>	<b>486.206,0</b>	<b>-22,24</b>
MIGAS	-1.051.266,6	-770.444,4	-105,7	0,00	-96,1	-14.760,0	-15.264,78
NON MIGAS	1.272.532,4	1.185.928,0	909.117,6	-2,39	625.335,5	500.966,0	-19,89

Sumber: Kementerian Perdagangan, 2016

Jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, nilai impor Turki dari Indonesia menduduki peringkat ke-2 setelah Vietnam.

**Tabel 23. Impor Turki dari Negara-negara di ASEAN Tahun 2011-2014**

Exporters	Imported value in 2011	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015
World	240.838.853	236.544.494	251.661.250	242.177.117	207.206.509
ASEAN Aggregation	6.639.306	6.039.995	6.808.678	7.023.199	6.528.803
Viet Nam	1.009.484	1.213.963	1.666.812	2.009.894	1.756.262
Indonesia	1.931.717	1.795.778	1.989.683	2.043.492	1.638.245
Malaysia	1.567.507	1.278.252	1.230.783	1.160.993	1.339.194
Thailand	1.592.303	1.311.960	1.300.689	1.276.798	1.209.785
Singapore	353.574	222.535	352.643	293.037	365.286
Philippines	122.313	157.737	181.169	113.987	115.774
Cambodia	45.843	53.768	76.420	112.810	94.745
Myanmar	15.377	4.214	7.940	9.732	8.058
Lao People's Democratic Republic	1.153	1.786	2.539	2.396	1.438
Brunei Darussalam	35	2	-	60	16

Sumber: International Trade Center, Oktober 2016

Kinerja ekspor Indonesia ke pasar Turki selama 3 tahun terakhir untuk komoditas utama dan potensial menunjukkan tren yang beragam. Peningkatan hanya terjadi pada 3 produk, yaitu otomotif (*automotive parts*), peralatan medis, dan minyak atsiri. Kecenderungan nilai perdagangan yang fluktuatif terjadi pada produk tekstil, elektronik, produk hasil hutan, *processed food*, produk perikanan, dan kertas. Tren penurunan dialami oleh ekspor produk karet, alas kaki, kelapa sawit, kakao, kulit, dan perhiasan. Sedangkan produk lainnya, seperti udang, kopi, dan *medical herbs* masih sangat kecil nilainya.<sup>125</sup>

Melihat data nilai impor 20 produk terbesar Turki dari dunia selama tahun 2011-2015, terdapat beberapa produk yang mendominasi komposisi impor Turki dan menjadi peluang ekspor bagi Indonesia, yakni: mineral (Indonesia unggul di antara kompetitor ASEAN), produk karet (unggul di antara kompetitor ASEAN), tekstil (unggul di antara kompetitor ASEAN), otomotif (Indonesia bersaing dengan Thailand), kertas (bersaing dengan Malaysia dan Thailand. Beberapa produk ekspor yang perlu didorong untuk lebih bersaing di pasar Turki, antara lain, perhiasan bersaing dengan Thailand), plastik (bersaing dengan Thailand dan Malaysia) dan elektronik (bersaing dengan Vietnam, Malaysia, dan Thailand).

---

<sup>125</sup> Analisa Pasar KBRI Ankara 2016.

**Tabel 24. Impor Top 20 Products Turki dengan Dunia 2011-2015  
(Dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN)**

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Peringkat RI di Pasar Polandia	ASEAN Member States Competitor
1	'27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral	37.841.435	29	Malaysia (36), Singapura (38), Vietnam (50),
2	'84	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	25.559.533	83	Malaysia (43), Vietnam (54), Singapura (60),
3	'72	Iron and steel	14.775.094	61	Malaysia (49), Singapore (72), Vietnam (59), Thailand (60)
4	'85	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television	17.637.675	30	Vietnam (4), Malaysia (19), Thailand (28),
5	'87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	17.543.624	29	Thailand (20), Vietnam (32), Malaysia (34), Filipina (47)
6	'39	Plastics and articles thereof	12.268.272	43	Thailand (26), Vietnam (47), Malaysia (40)
7	'71	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad	4.183.470	41	Thailand (21), Vietnam (44), Malaysia (46), Singapura (58)
8	'29	Organic chemicals	4.715.471	28	Malaysia (33), Singapore (27), Filipina (53), Thailand (30),
9	'90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical	4.621.115	42	Malaysia (25), Singapore (23), Vietnam (36), Filipina (44), Thailand (26),
10	'30	Pharmaceutical products	4.296.440	50	Malaysia (55), Singapore (24), Vietnam (51), Filipina (61), Thailand (63),
11	'74	Copper and articles thereof	2.985.122	92	Malaysia (34), Singapore (74), Vietnam (39), Filipina (100), Thailand (49),
12	'88	Aircraft, spacecraft, and parts thereof	3.829.966	51	Malaysia (30), Singapore (27), Vietnam (25), Filipina (46), Thailand (36),

Rank	Code	Product label	Imported value in 2015	Peringkat RI di Pasar Polandia	ASEAN Member States Competitor
13	'76	Aluminium and articles thereof	3.333.532	66	Malaysia (15), Singapore (88), Vietnam (53), Filipina (85), Thailand (63),
14	'48	Paper and paperboard; articles of paper pulp, of paper or of paperboard	2.683.943	15	Malaysia (12) Thailand (13) Vietnam (34) Filipina (41)
15	'40	Rubber and articles thereof	2.525.203	14	Thailand (38) Singapore (42) Malaysia (46) Vietnam (50)
16	'52	Cotton	2.264.729	18	Vietnam (11) Thailand (28) Malaysia (67)
17	'73	Articles of iron or steel	2.742.236	35	Malaysia (15), Singapore (48), Vietnam (17), Filipina (55), Thailand (24),
18	'54	Man-made filaments; strip and the like of man-made textile materials	2.096.757	3	Malaysia (6), Singapore (30), Vietnam (5), Filipina (92), Thailand (7),
19	'38	Miscellaneous chemical products	2.049.528	9	Vietnam (15) Myanmar (26) Thailand (28) Malaysia (29)
20	'55	Man-made staple fibres	1.966.222	37	Malaysia (38) Vietnam (15) Thailand (40) Singapura (53)

Sumber: Trademap, diolah oleh P3K2 Amerop

Salah satu kendala daya saing Indonesia di pasar Turki adalah penerapan tarif masuk oleh Turki sesuai dengan FTA bilateral dengan masing-masing negara mitra. Dalam hal ini, Indonesia belum dapat menikmati kemudahan tarif tersebut karena belum memiliki FTA bilateral dengan Turki. Oleh karena itu, untuk semakin meningkatkan hubungan ekonomi kedua negara, dalam kunjungan Presiden Erdogan ke Indonesia tanggal 30 Juli-1 Agustus 2015, Pemerintah RI dan Turki menyepakati untuk membahas pembentukan *Comprehensive Trade Partnership Agreement* RI-Turki (IT-CTEPA). *Terms of Reference* (ToR) IT-CTEPA telah disetujui pemerintah kedua negara pada Desember 2015. Perundingan IT- CTEPA akan dimulai pada tahun 2017.

Sebagai negara dengan 98% populasi muslim, Turki merupakan *captive market* bagi produk halal. Setiap tahunnya, Turki mengimpor produk halal mencakup makanan, minuman, mesin, tekstil, farmasi, dan kosmetik halal.<sup>126</sup> Pasar bagi produk halal di Turki terus meningkat dari tahun ke tahun, khususnya untuk produk makanan halal. Pada tahun 2015, pasar produk makanan halal di Turki mencapai USD 168 miliar dari nilai bisnis halal dunia yang mencapai USD 632 miliar.<sup>127</sup> Selain itu, Turki juga tengah mengembangkan industri pariwisata halal. Dalam laporan *Thomson Reuters*, untuk tahun 2016, Turki menduduki peringkat ke-7 dari 73 negara sebagai destinasi tujuan wisata halal terbaik. Dari total nilai industri halal dunia sebesar USD 1 triliun, Turki menyumbang sekitar 10%.<sup>128</sup>

Dengan populasi Turki yang semakin kuat dalam hal daya beli, Turki menjadi target pasar yang menarik bagi produk halal Indonesia. Selain itu, dalam konteks industri halal, Turki yang terletak di antara benua Eropa dan Asia memiliki peran penting dari segi logistik dan transportasi untuk distribusi produk halal lintas benua dimaksud. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk diversifikasi pasar yang lebih luas bagi produk halal Indonesia.

Dari sisi investasi, pada periode 2012-2014, investasi Turki di Indonesia cenderung meningkat. Nilai investasi pada tahun 2014 mencapai USD 64,1 juta dalam 25 proyek. Pada tahun 2015, investasi Turki mengalami penurunan menjadi USD 3,9 juta. Sektor yang diminati oleh para investor Turki, antara lain, energi alternatif seperti geotermal, di Aceh, Sumatera Barat, dan Sumatera Selatan.

Dari sisi pariwisata, jumlah wisatawan asing asal Turki ke Indonesia pada tahun 2014 mencapai sekitar 6 ribu orang. Rencana pembukaan jalur penerbangan Jakarta-Istanbul dan Denpasar-Istanbul diharapkan dapat semakin meningkatkan jumlah wisatawan Turki ke Indonesia. Saat ini, Turki juga tengah mengembangkan industri

---

<sup>126</sup> Salma Bektas-Referans, *Hürriyet* (2009, 8 April). *Turkish Appetite for Halal Increases*. <http://www.hurriyet.com.tr/turkish-appetite-for-halal-increases-11386460> diakses tanggal 14 November 2016.

<sup>127</sup> Riada Asimovic Akyol, *Al-Monitor* (2016, 9 Mei). *How Turkey Plans to Boost Halal Tourism*. <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2016/05/turkey-wants-to-boost-halal-tourism-international-conference.html> diakses tanggal 14 November 2016.

<sup>128</sup> ITE Food & Drink (2015, September). *Is Turkey Poised to Become the World's Halal Food Hub?*. <http://www.food-exhibitions.com/Market-Insights/Turkey-and-Eurasia/Archive/Is-Turkey-poised-to-become-the-world%E2%80%99s-halal-food> diakses tanggal 14 November 2016.

pariwisata halal.<sup>129</sup> Selain itu, perkembangan industri pariwisata halal di Turki membuka peluang bagi Indonesia untuk mengirimkan tenaga kerja bersertifikasi halal di sektor pariwisata untuk bekerja di sektor pariwisata Turki.

Saat ini, Turki juga menjadi semakin penting bagi RRT. Hubungan diplomatik RRT dan Turki telah terjalin sejak tahun 1971 namun mengalami stagnasi pada tahun 1990an ketika ketegangan era Perang Dingin membatasi hubungan ekonomi kedua negara. Hubungan keduanya mencair karena kerja sama dalam hal jual-beli senjata. RRT menjadi pemasok persenjataan bagi Turki mengingat AS dan UE membatasi penjualan senjata ke Turki terkait masalah Kurdi.

Dari segi perdagangan, surplus neraca perdagangan dinikmati oleh RRT karena besarnya ekspor produk asal RRT ke Turki. Namun demikian, Turki mengharapkan aliran investasi RRT ke Turki untuk mendukung pembanguan ekonominya. Walaupun belum memiliki FTA dengan Turki, namun demikian RRT cukup proaktif dalam merangkul Turki. Hubungan RRT-Turki bergerak ke level yang baru dengan adanya inisiatif Jalur Sutra baru atau OBOR.

Dalam skema rute OBOR, Turki menjadi sangat penting sebagai salah satu hub yang akan dilalui dalam koridor tersebut.<sup>130</sup> RRT juga menyikapi positif keinginan Turki untuk bergabung dalam organisasi regional di kawasan Eurasia yakni *Shanghai Cooperation Organization* (SCO) sebagai bentuk kekecewaan Turki terhadap proses keanggotaan di UE yang berkepanjangan.<sup>131</sup> Selain itu, RRT juga cermat dalam melihat momentum yang dapat dimanfaatkan untuk membina hubungan dengan Turki. Hanya dalam waktu 2 minggu setelah upaya kudeta yang gagal pada 15 Juli 2016, RRT mengirimkan Wakil Menteri Luar Negeri Zhang Ming ke Turki untuk memahami kondisi dalam negeri di Turki dan bertukar pandangan mengenai hubungan bilateral dan berbagai isu yang menjadi kepentingan bersama.<sup>132</sup>

---

<sup>129</sup> Riada Asimovic Akyol, *Al-Monitor* (2016, 9 Mei). *Loc. Cit.*

<sup>130</sup> Suleyman Sensoy. *One Belt One Road China Turkey and World*. Turkish Asian Center for Strategic Studies. 28 Januari 2016. [http://www.tasam.org/en/Icerik/25700/one\\_belt\\_one\\_road\\_china\\_turkey\\_and\\_world](http://www.tasam.org/en/Icerik/25700/one_belt_one_road_china_turkey_and_world), diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>131</sup> Lina Wang. *Will Turkey Join the Shanghai Cooperation Organization instead of the EU?*. *The Diplomat*. 24 November 2016. <http://thediplomat.com/2016/11/will-turkey-join-the-shanghai-cooperation-organization-instead-of-the-eu/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>132</sup> Wang Jin. *After the Failed Coup: A New Dawn for China-Turkey Relations?*. *The Diplomat*. 10 Agustus 2016. <http://thediplomat.com/2016/08/after-the-failed-coup-a-new-dawn-for-china-turkey-relations/>, diakses tanggal 23 Desember 2016.

Hubungan perdagangan antara Vietnam dan Turki meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2015, perdagangan Vietnam-Turki meningkat dari USD 1 miliar di tahun 2012 menjadi USD 1,5 miliar di tahun 2015. Produk ekspor utama Vietnam ke Turki terdiri dari telepon genggam dan aksesorisnya, komputer, pakaian jadi, dan karet. Untuk tahun 2016, kedua negara bahkan telah menetapkan target perdagangan sebesar USD 3 miliar untuk tahun 2016.<sup>133</sup> Dari sisi investasi, nilai investasi Turki di Vietnam pada tahun 2015 tercatat USD 730 juta, sementara Vietnam belum memiliki investasi di Turki. Untuk membahas urusan ekonomi, kedua negara memiliki forum Komisi Ekonomi Bersama dan membentuk *Turkey-Vietnam Business Council* untuk memfasilitasi interaksi antarkalangan usaha kedua negara. Vietnam juga telah meluncurkan inisiatif perundingan FTA untuk semakin membuka akses pasar Turki bagi produk ekspor asal Vietnam.<sup>134</sup> Di masa mendatang, Vietnam-Turki sepakat untuk memperkuat kerja sama ekonomi dengan mendorong interaksi antarkalangan usaha, alih teknologi, dan kerja sama di bidang manufaktur terutama di sektor industri mesin, suku cadang, tekstil dan garmen, pengolahan kulit, alas kaki, bahan kimia, serta plastik sintesis.

Uraian di atas telah menggambarkan bagaimana perekonomian Turki telah berkembang dengan pesat selama beberapa dekade terakhir. Walaupun pada tahun 2016 terdapat insiden untuk mengkuudeta Erdogan, hal tersebut tidak mengurangi persepsi positif mengenai potensi ekonomi Turki. Karena pentingnya Turki sebagai hub di kawasan, Indonesia perlu terus mengoptimalkan berbagai peluang kerja sama ekonomi dengan Turki.

#### **F. Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia di Pasar Prospektif Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur**

Pasar Amerika dan Eropa merupakan kawasan yang harus dipelihara dan terus dikembangkan. Upaya menembus pasar prospektif di Amerika Latin dan ETT menjadi

---

<sup>133</sup> Vietnam Trade Promotion Agency. *Vietnam-Turkey: Towards 3 Billion USD Trade Revenue in 2016*. [http://www.vietrade.gov.vn/en/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2438:vietnam-turkey-towards-3-billion-usd-trade-revenue-in-2016&catid=20:news&Itemid=287](http://www.vietrade.gov.vn/en/index.php?option=com_content&view=article&id=2438:vietnam-turkey-towards-3-billion-usd-trade-revenue-in-2016&catid=20:news&Itemid=287), diakses tanggal 23 Desember 2016.

<sup>134</sup> Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Turkey. *Turkey-Vietnam Economic and Trade Relations*. [http://www.mfa.gov.tr/turkey\\_s-commercial-and-economic-relations-with-vietnam.en.mfa](http://www.mfa.gov.tr/turkey_s-commercial-and-economic-relations-with-vietnam.en.mfa), diakses tanggal 23 Desember 2016.



tantangan tersendiri bagi Indonesia karena persaingan yang semakin ketat dengan berbagai aktor negara lain dan karakteristik pasar yang cukup sulit dikelola mengingat tingginya persyaratan standard produk, khususnya untuk UE. Seperti dijelaskan pada Bab II, pangsa pasar Indonesia di kawasan Amerika dan Eropa mengalami penurunan di banyak negara. Penurunan kapasitas industri nasional turut berkontribusi dalam hal ini dan penyediaan *enabling factors* seperti logistik, transportasi, iklim usaha, keamanan dan kepastian hukum menjadi tugas bersama seluruh *stakeholders* terkait di dalam negeri. Dalam menembus pasar prospektif, diplomasi ekonomi memiliki peran, antara lain, dalam membuka dan memfasilitasi akses pasar dan *marketing channel*. Untuk melakukan hal itu, seperti disebutkan oleh Weber dan Smith, diplomasi ekonomi harus mampu merespon perubahan situasi global dengan paradigma baru. Paradigma baru “complex interdependence” yang disebutkan oleh Keohane dan Nye perlu mendasari upaya diplomasi ekonomi yang proaktif terhadap tantangan *multiple channels* dan *multiple issues*. Diplomasi ekonomi perlu bergerak di seluruh pilar, baik pilar politik tingkat tinggi, pilar dialog ekonomi dan sektoral, serta pilar *dialog people-to-people*.<sup>135</sup>

Dalam kaitan itu, terdapat beberapa catatan tentang potensi pasar prospektif di Amerika Latin dan ETT serta upaya menembus kedua pasar prospektif berdasarkan pengalaman RRT dan Vietnam, yaitu:

- a. Potensi pertumbuhan *emerging markets* yang potensial perlu diamati dengan cermat dan dimanfaatkan momentumnya dengan mempererat hubungan serta membuka akses secara lebih optimal. RRT termasuk sangat tanggap dalam melihat peluang dari perubahan situasi di kawasan, seperti tercermin dari kunjungan Presiden Xi Jinping ke Amerika Latin beberapa hari setelah kemenangan Donald Trump dalam pemilu AS dan kunjungan Wamenlu RRT ke Turki 2 minggu setelah kudeta gagal di Turki pada Juli 2016.
- b. Penetrasi ekonomi perlu didukung dari semua pilar, baik politik tingkat tinggi, dialog sektoral, maupun *people-to-people contact*. Ketiga pilar ini dikelola dengan sangat baik oleh RRT baik di Amerika Latin dan ETT. Selain membina hubungan di tingkat pemerintahan melalui tingkat saling kunjung—bahkan di tingkat kepala

---

<sup>135</sup>Paparan Prof. Bob S. Hadiwinata dan Yose Rizal Damuri pada Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri Pusat P2K2 Amerika dan Eropa Tahun 2016, Bandung, 18 November 2016.

negara/pemerintahan—yang sangat intensif ke Amerika Latin dan ETT, RRT juga selalu menekankan pentingnya menguatkan *people-to-people contact* untuk meningkatkan saling pemahaman. Hal ini dilakukan melalui pertukaran akademisi, *think tank*, jurnalis, penyediaan beasiswa, dan kesempatan pelatihan/magang.

- c. Diplomasi ekonomi perlu didukung oleh beragam cara dan dapat dilakukan melalui pendekatan beragam isu (*multiple channels and issues*). Hal ini yang juga tercermin dari upaya RRT mendekati diri dengan Amerika Latin dan ETT melalui berbagai media seperti pembangunan infrastruktur, Kerja Sama Selatan-Selatan, dan berperan sangat aktif dalam berbagai forum atau organisasi regional di kawasan tersebut. RRT bahkan memanfaatkan partisipasinya dalam Pasukan Perdamaian untuk mendukung diplomasi ekonominya.
- d. Diplomasi ekonomi menjadi saluran untuk mengumpulkan informasi mengenai pasar prospektif yang bagi kalangan usaha memakan banyak biaya. Dalam kaitan ini, diplomasi ekonomi dapat memfasilitasi *economic intelligence* yang diperlukan melalui berbagai kegiatan dengan negara mitra.
- e. Salah satu kendala dalam persaingan menembus pasar prospektif adalah kemudahan tarif yang dinikmati oleh negara-negara lain akibat FTA bilateral yang telah dibuat oleh pasar prospektif. Faktor ini turut berkontribusi pada penurunan daya saing produk ekspor Indonesia di Turki karena Indonesia belum memiliki FTA bilateral. Sedangkan Vietnam yang sangat proaktif membuat FTA dengan negara mitra lain/blok ekonomi telah banyak merasakan keuntungan dari penurunan tarif tersebut, misalnya di pasar Chile

## BAB IV

# STRATEGI DIPLOMASI EKONOMI DENGAN EMPAT NEGARA PROSPEKTIF DI KAWASAN EROPA DAN AMERIKA



***“Hubungan kerjasama ekonomi yang mencakup perdagangan, pariwisata dan investasi antara Indonesia dengan pasar prospektif perlu terus dikembangkan dengan azas saling menguntungkan”***





## **BAB IV**

### **STRATEGI DIPLOMASI EKONOMI DENGAN EMPAT NEGARA PROSPEKTIF DI KAWASAN EROPA DAN AMERIKA**

Sebagaimana diuraikan dalam Bab III, melihat pada berbagai pertimbangan ekonomi yang ada, terdapat 4 negara yang patut menjadi tujuan target pasar non-tradisional bagi produk-produk Indonesia dan potensi, menarik investasi dan arus wisatawan dari negara-negara tersebut. Keempat negara itu adalah Polandia dan Turki untuk Kawasan Eropa, dan Chili serta Meksiko untuk Kawasan Amerika, terutama Amerika Latin. Pekerjaan rumah selanjutnya bagi Pemerintah RI adalah menentukan strategi yang perlu ditempuh pemerintah dalam diplomasi ekonomi untuk menembus pasar non-tradisional di atas.

Pasar alternatif bagi produk Indonesia selain pasar utama saat ini sangat diperlukan karena dua hal yakni untuk meningkatkan perekonomian Indonesia serta untuk menghindari dampak negatif dari perubahan ekonomi di pasar utama di tengah perlambatan ekonomi global. Indonesia juga berkepentingan untuk memperkuat hubungan ekonomi yang ada saat ini dengan negara-negara mitra yang menjadi pasar alternatif tersebut demi manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari hubungan yang lebih luas dari ekonomi, seperti di bidang politik dan sosial budaya. Hubungan dalam bentuk kerja sama ekonomi yang mencakup perdagangan, investasi, dan pariwisata tersebut harus semakin ditumbuhkan dan diperluas secara seimbang dan saling menguntungkan.

#### **A. MEKSIKO**

##### **1. Perdagangan**

Sebagaimana dikemukakan dalam Bab sebelumnya, Meksiko dinilai sebagai salah satu pasar prospektif bagi produk-produk Indonesia di Kawasan Amerika Latin. Nilai perdagangan Indonesia dan Meksiko dalam lima tahun terakhir cukup stabil dengan nilai yang mencapai di atas USD 1 miliar, dengan surplus yang cukup signifikan dan merupakan penyumbang surplus perdagangan terbesar di kawasan Amerika.

Dalam kemitraan strategis 2020 antara RI-Meksiko, guna penguatan diplomasi ekonomi, Indonesia mengimpor sapi dan ternak serta gandum sebagai bagian dari ketahanan pangan. Sementara itu, ekspor Indonesia ke Meksiko berupa kelapa sawit dan produk turunannya, suku cadang otomotif, dan tekstil. Dalam hal ini, kelapa sawit dan produk turunannya dipandang memiliki prospek yang baik, meskipun seringkali dihadapkan pada berbagai hambatan. Di Uni Eropa dan Amerika Serikat, kelapa sawit mendapatkan hambatan dalam bentuk *EU Renewable Energy Directive* (EU-RED) dan AS mengeluarkan kebijakan terkait *Environmental Protection Agency-Notice of Data Availability* (EU-NODA).<sup>136</sup> Meskipun Meksiko tidak menerapkan kebijakan serupa, guna meningkatkan kualitas produksi minyak kelapa sawit dan memastikan berkurangnya hambatan perdagangan ke kawasan, terutama jika mengharapkan Meksiko dapat menjadi *hub* bagi masuknya produk-produk kelapa sawit Indonesia ke negara-negara di Kawasan Amerika Latin, Indonesia juga perlu terus menekankan agar penerapan sertifikasi Indonesian *Sustainable Palm Oil* (ISPO) yang memastikan minyak sawit Indonesia diproduksi dengan cara ramah lingkungan dan tidak menimbulkan deforestasi serta memperhatikan keseimbangan alam, sosial dan ekonomi masyarakat.

## 2. Investasi

Di sisi investasi, Indonesia masih dihadapkan pada tantangan dan pekerjaan rumah dalam upaya menarik investasi dari Meksiko. Jumlah investasi Meksiko ke Indonesia masih sangat kecil meskipun sektor-sektor di Indonesia seperti hotel dan restoran, perdagangan, reparasi, industri makanan, logam dasar dan elektronik telah dirambah perusahaan-perusahaan Meksiko.

Dalam sebuah kegiatan yang mengumpulkan pengusaha Meksiko dan Pengusaha Indonesia dan difasilitasi oleh Kedutaan Besar RI di Meksiko City, telah mengemuka beberapa sektor yang diminati yaitu sektor gas dan energi, transportasi, keuangan, otomotif, infrastruktur, kedirgantaraan, serta makanan dan minuman.<sup>137</sup> Kegiatan seperti

---

<sup>136</sup> Republika (2016, 15 Februari). *Mengikis Hambatan Dagang Minyak Sawit*. <http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/16/02/15/o2ku4626-mengikis-hambatan-dagang-minyak-sawit> diakses tanggal 2 November 2016.

<sup>137</sup> Eddi Santosa, Detik (2015, 1 Juni). *Tembus US\$ 1,04 juta, RI Genjot Bisnis dengan Meksiko*. <http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2930940/tembus-us-104-miliar-ri-genjot-bisnis-dengan-meksiko> diakses tanggal 8 November 2016.

ini dapat dilakukan dengan melibatkan berbagai *stakeholders* di Indonesia, termasuk pihak-pihak yang dapat menjelaskan dengan sangat jelas mengenai berbagai *rules and regulations* dalam berinvestasi di Indonesia, termasuk berbagai keuntungan dan kemudahan yang telah dilakukan oleh Pemri dalam memaksimalkan pelayanan bagi perusahaan-perusahaan setempat yang ingin melakukan investasi.

Indonesia juga perlu mencermati dan mempertimbangkan dampak kebijakan luar negeri Amerika Serikat di masa pemerintahan Donald Trump nanti yang dalam masa kampanye mengkritik keras perjanjian NAFTA. Sedikit banyak hal ini akan berpengaruh dalam hubungan ekonomi antara Amerika Serikat dengan Meksiko. Jika kebijakan AS ke depan memberikan implikasi negatif terhadap perekonomian Meksiko, Indonesia perlu mempertimbangkan langkah antisipasi dalam mendorong peningkatan hubungan ekonomi yang menguntungkan dengan negara-negara di kawasan ini, termasuk dengan Meksiko.

### 3. Pariwisata

Sementara itu, pada sektor pariwisata, data jumlah wisatawan Meksiko ke Indonesia belum tercatat signifikan dan data Badan Pusat Statistik (BPS) menggabungkan jumlah wisatawan Meksiko dengan wisatawan dari Kawasan Amerika lainnya selain Amerika Serikat dan Kanada, yaitu sejumlah 45.491 orang pada tahun 2014. Menurut data dari OECD *Tourism Trends and Policies 2016*,<sup>138</sup> jumlah wisatawan Meksiko yang melakukan perjalanan ke luar negeri mencapai 90.653 orang pada tahun 2014, meningkat dari total 87.493 orang, baik yang melakukan *overnight stay* maupun *same-day visitors*. Namun melihat *trend* bahwa pada tahun 2014, turis yang melakukan *overnight stay* ke luar negeri hanya berjumlah 18.652 dibandingkan yang melakukan *same-day stay*. Nampaknya sebagian besar turis Meksiko hanya melakukan kunjungan ke negara-negara di sekitarnya dan hanya sebagian kecil yang melakukan perjalanan jauh, termasuk *long haul*. Data di atas juga tidak menyebutkan negar-negara tujuan utama turis Meksiko.

---

<sup>138</sup>OECD (2016, 7 Maret). *OECD Tourism Trends and Policies 2016*. <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/8515041e.pdf?expires=1481477255&id=id&accname=guest&checksum=4FD6E9D3B4916E E928CC9F0CC855E814> hal. 232, diakses tanggal 8 November 2016.

**Tabel 25. Mexico: Outbound Tourism 2016 (thousand)**

Outbound tourism	2010	2011	2012	2013	2014
Total international departures	91 658	88 113	87 493	90 787	90 653
Overnight visitors (tourists)	14 334	14 799	15 581	15 911	18 652
Same-day visitors (excursionists)	77 323	73 314	71 913	74 875	72 001

Sumber: OECD tourism trends and policies 2016

Data di atas, menunjukkan pasar turis Meksiko kemungkinan tidak terlalu banyak untuk negara-negara yang memiliki jarak yang jauh dari Meksiko, terlebih jika jumlah wisatawan Meksiko berdasarkan tren di atas terbagi dalam tujuan luar negeri di seluruh dunia. Namun demikian, upaya menjaring wisatawan Meksiko ke Indonesia tetap berpeluang. Destinasi pantai (Acapulco, Cozumel, Los Cabos, dan Tulum) dan arkeologi (Chichen Itza, Teotihuacan, dan Palenque) merupakan tujuan wisata populer di Meksiko. Wisata alternatif pegunungan Indonesia seperti Bromo dapat menjadi tawaran menarik bagi turis Meksiko selain kawasan populer pantai di Bali dan Lombok dan arkeologi serta budaya di Pulau Jawa.

Sama dengan Turki, Meksiko juga termasuk dalam daftar 75 negara baru penerima bebas visa kunjungan sesuai dengan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 104 tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 69 Tahun 2015 tentang Bebas Visa Kunjungan.<sup>139</sup> Sosialisasi hal ini di Meksiko baik oleh Perwakilan RI di Meksiko City dan pemangku kepentingan lainnya seperti jasa perjalanan wisata dapat diupayakan sebagai bagian dari program mendorong wisatawan Meksiko ke Indonesia.

## **B. CHILE**

Sebagaimana dipaparkan pada Bab sebelumnya, Chile juga merupakan salah satu pasar alternatif utama bagi produk Indonesia di Kawasan Amerika. Dalam bidang ekonomi, Kebijakan ekonomi dilaksanakan dengan peningkatan kerja sama perdagangan baik pada level bilateral maupun regional. Chile telah memiliki 65 perjanjian perdagangan bebas (FTA) dengan kelompok dan 28 negara. Dengan prinsip

<sup>139</sup>Direktorat Jenderal Imigrasi (2015, 12 Juni). *Orang Asing dari 75 Negara Ini Bebas Visa Untuk Wisata ke Indonesia*. <http://www.imigrasi.go.id/index.php/berita/berita-utama/851-orang-asing-dari-75-negara-ini-bebas-visa-untuk-wisata-ke-indonesia> diakses tanggal 13 November 2016.



ekonomi terbuka dan FTA yang ada, Chile juga memprioritaskan kerja sama perdagangan dalam Aliansi Pasifik dan *Trans Pacific Partnership* (TPP).

Chile saat ini berupaya meningkatkan hubungan ekonominya dengan kawasan Asia Tenggara melalui FTA dengan Malaysia, Vietnam, Thailand dan Singapura. Malaysia dan Vietnam juga menjadi mitra Chile dalam TPP. Chile juga mengharapkan Indonesia dapat bergabung dalam TPP guna memperkuat sistem perdagangan global/multilateral. Chile lebih mudah melakukan proses persiapan dan negosiasi dalam kerangka TPP karena sebelumnya telah memiliki berbagai perjanjian FTA secara bilateral dengan berbagai negara anggota TPP.

Kerja sama di bidang ekonomi juga ditempuh Chile melalui *Forum for East Asia-Latin America Cooperation* (FEALAC). Chile berpandangan bahwa 36 negara anggota FEALAC berpotensi mengembangkan ruang lingkup kerja sama yang lebih luas melalui kerja sama pendidikan dan pertukaran pemuda guna lebih meningkatkan *awareness* di kalangan generasi muda di kedua kawasan. Inisiatif Indonesia yang telah menjadi tuan rumah FEALAC *Youth Conference* pertama di Bandung tahun 2015 menjadi salah satu kegiatan pengembangan kerja sama kepemudaan dalam meningkatkan pemahaman potensi yang ada di kedua kawasan. Kegiatan tersebut diharapkan juga dapat dilakukan kearah yang lebih konkrit dalam upaya kerja sama ekonomi maupun kewirausahaan bagi generasi muda.

Di kawasan Asia Pasifik, Chile memandang negara-negara di kawasan ini, termasuk Indonesia, sebagai mitra penting perdagangannya. Saat ini, Amerika Serikat merupakan mitra utama perdagangan Chile. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, impor dari Asia termasuk Asia Tenggara dan Indonesia juga semakin meningkat.

## **1. Perdagangan**

Dalam konteks hubungan bilateral di bidang ekonomi, Chile memandang Indonesia sebagai negara yang memiliki peranan penting di ASEAN. Kerjasama ASEAN-CHILE dalam bidang perdagangan diharapkan dapat dilakukan seperti kerja sama berbasis ASEAN dengan Jepang dan RRT. Chile juga memandang penting kelanjutan perundingan kerja sama perdagangan dalam kerangka Indonesia-Chile *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (I-C CEPA) menuju *Free Trade*

*Agreement* (FTA). Bagi Chile, perjanjian perdagangan tersebut bersifat komplementer dan akan menguntungkan kedua pihak.<sup>140</sup>

Indonesia kiranya dapat memanfaatkan kerja sama dengan Chile untuk mengembangkan baik infrastruktur maritim maupun diplomasi ekonomi yang merupakan prioritas saat ini. Oleh karena itu, sebagaimana Meksiko, Chile dapat dipertimbangkan untuk menjadi *hub* bagi Indonesia memasuki pasar prospektif di kawasan Amerika Latin. Berdasarkan kajian dan diskusi dengan para analis *Economic Commission for Latin America and the Caribbean* (ECLAC) di Santiago diperoleh informasi bahwa Chile, Peru dan Meksiko memiliki nilai tambah dalam berintegrasi dengan kawasan lain termasuk ASEAN dan Indonesia. Dalam konteks ini, kiranya perlu didorong percepatan proses negosiasi Indonesia-Chile CEPA.

Negosiasi Indonesia-Chile CEPA yang dimulai tahun 2014 masih belum menemukan titik temu. Mengingat saat ini sebagian besar ekspor komoditas kedua negara berupa produk-produk dengan *comparative advantage* yang rendah, banyak komoditas masing-masing dengan nilai *comparative advantage* yang masih sulit menembus pasar masing-masing karena masih adanya *trade barriers* yang diterapkan masing-masing negara.<sup>141</sup> Oleh karena itu, perundingan IC-CEPA perlu terus didorong dan dituntaskan. Penghapusan tariff akan meningkatkan surplus komoditas Indonesia sebesar USD 3,67 juta. IC-CEPA juga diperkirakan dapat meningkatkan ekspor Indonesia yang berdampak pada efek penciptaan perdagangan (*trade creation effect*) sebesar USD 5.656 dan *trade diversion* sebesar USD 4.91 juta.<sup>142</sup> Perdagangan bebas antara Indonesia dan Chile akan membuka peluang ekspor Indonesia sebesar USD 25.553 sementara ekspor Chile akan bernilai USD 5.656. Dengan demikian diperkirakan Indonesia akan mengalami surplus perdagangan dengan Chile sebesar USD 17.897.

---

<sup>140</sup> Hasil Pertemuan *Policy Planning Dialogue* (PPD) Pertama Indonesia-Chile di Santiago, tanggal 29-30 Maret 2016, antara BPPK Kemlu dengan *Dirección de Planificación Estratégica*/ Direktorat *Strategic Planning*, Kemlu Chile.

<sup>141</sup> Sulthon Sjahril Sabaruddin & Stephen V. Marks, *Asian Journal of Latin American Studies*(2016, 15 Maret). *The Potential Political Economy Impact of the Proposed Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement*. <http://www.ajlas.org/v2006/paper/2016vol29no104.pdf> diakses tanggal 17 November 2016.

<sup>142</sup> *Ibid.*

## **2. Investasi**

Di bidang investasi, Presiden Joko Widodo dalam pertemuan dengan Duta Besar Chile untuk kawasan Asia dan Pasifik bulan April 2016 telah menawarkan kepada para pengusaha Chile untuk berinvestasi di Indonesia. Disebutkan oleh Menteri Perdagangan bahwa para pengusaha Chile juga memiliki ketertarikan dalam industri maritim dan perikanan. Hal ini selaras dengan visi Presiden Jokowi terkait Indonesia sebagai negara maritim. Oleh karena itu, selain mendorong dan menawarkan kesempatan berinvestasi dalam industri maritim dan perikanan, Pemerintah perlu juga menawarkan kepada para pengusaha Chile berbagai potensi untuk berinvestasi pada sektor-sektor lain termasuk sektor infrastruktur baik darat maupun lautan sesuai ketertarikan kalangan pengusaha Chile.

## **3. Pariwisata**

Dalam hal pariwisata, jumlah wisatawan Chile yang melakukan perjalanan ke luar negeri cenderung meningkat setiap tahunnya sejak tahun 2009, meski jumlah totalnya masih sangat sedikit. Pada tahun 2014, jumlah warganegara Chile yang melakukan perjalanan ke luar negeri dan menginap mencapai 3 juta orang. Sementara jumlah wisatawan negara tersebut yang melakukan wisata ke luar negeri tanpa menginap mencapai 600 ribu orang. Tujuan utama wisata mereka adalah Argentina, Peru, Amerika Serikat, Brasil dan Spanyol yang totalnya mencapai 2,6 juta. Sementara itu pada tahun 2014 tercatat warga negara asing dari kawasan Amerika (kecuali AS dan Kanada) yang mengunjungi Indonesia berjumlah sekitar 45 ribu orang. Dari jumlah tersebut, wisatawan Chile ke Indonesia diperkirakan tidak signifikan. Hal ini karena pada tahun 2014, wisatawan dari Chile ke seluruh dunia (selain tujuan lima negara di atas) berjumlah hanya sekitar 560.000 orang. Namun demikian, upaya menarik wisatawan dari Chile dapat dilakukan sebagaimana yang dilakukan untuk menarik wisatawan dari Meksiko.

**Grafik 17. Chile-Outbound Tourism Indicators–Departures**



Sumber: OECD<sup>143</sup>

### C. POLANDIA

Polandia telah berhasil melalui transformasi dari perekonomian terpusat menjadi ekonomi pasar bebas, termasuk dalam hal privatisasi melalui program pemerintah pada tahun 2008-2011.<sup>144</sup> Polandia telah menjelma menjadi perekonomian terbuka yang dinamis dan terintegrasi dengan ekonomi dunia, termasuk bergabung dengan Uni Eropa pada tahun 2004, 5 tahun setelah bergabung dengan NATO dan 15 tahun setelah pemerintahan berhaluan komunis berakhir.

Namun demikian, Polandia yang semula berencana memasuki zona mata uang Euro pada tahun 2013, semakin menunjukkan bahwa negara ini tetap akan

<sup>143</sup>[http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016/chile-domestic-inbound-and-outbound-tourism\\_tour-2016-table18-en](http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016/chile-domestic-inbound-and-outbound-tourism_tour-2016-table18-en) diakses tanggal 1 Desember 2016

<sup>144</sup> Kedutaan Besar Republik Polandia di Jakarta (2009, September). *Hubungan Ekonomi*. [http://www.dzakarta.ms.gov.pl/in/hubungan\\_ekonomi/hubungan\\_ekonomi\\_podsekca/diakses\\_tanggal\\_19\\_November\\_2016](http://www.dzakarta.ms.gov.pl/in/hubungan_ekonomi/hubungan_ekonomi_podsekca/diakses_tanggal_19_November_2016).

menggunakan mata uang Zloty-nya. Penentangan rakyat Polandia atas keikutsertaan dalam zona Euro semakin keras dengan krisis yang melanda beberapa negara Eropa. Pemerintah Polandia sendiri menegaskan bahwa keikutsertaan Polandia ke dalam *Euro Zone*, yang harus diputuskan melalui referendum, tidak akan dapat diwujudkan dalam beberapa tahun ke depan.<sup>145</sup>

Sementara itu, hubungan RI-Polandia yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir ini juga ditegaskan oleh Duta Besar RI di Warsawa, Peter F. Gontha.<sup>146</sup> Sebagai negara ke-6 terbesar Uni Eropa, Polandia memiliki potensi yang bisa digarap. Di Kawasan Eropa Timur dan Tengah, Polandia merupakan tiga besar negara mitra utama Indonesia di kawasan tersebut, terlebih dengan perekonomiannya yang terus tumbuh akhir-akhir ini. Yang perlu dilakukan adalah peningkatan hubungan bilateral tersebut di berbagai bidang ekonomi, terutama investasi, pariwisata, dan perdagangan.

## 1. Perdagangan

Dalam hal ekonomi Polandia memiliki hubungan dagang yang stabil dengan beberapa negara tetangganya. Jerman merupakan negara tujuan utama ekspor Polandia. Sekitar 25% ekspor Polandia ditujukan ke Jerman. Disamping Jerman, negara-negara di Eropa seperti Perancis, Italia, Inggris dan Ceko merupakan pasar ekspor negara Eropa Tengah ini.<sup>147</sup> Polandia mengekspor alat transportasi, aneka produk manufaktur, dan makanan ke negara-negara tersebut.

Jerman juga merupakan negara asal impor terbesar Polandia (28%), disusul oleh Rusia, Italia, Belanda dan Perancis. RRT merupakan salah satu negara di kawasan Asia yang menduduki ranking atas sebagai negara asal impor Polandia. Impor Polandia umumnya berupa produk kimia, mineral, bahan bakar, pelumas, dan produk-produk yang terkait.<sup>148</sup> Upaya mencari peluang dengan persaingan negara-negara yang secara

---

<sup>145</sup> Szu Ping Chan, The Telegraph (2015, 5 Juli). *Poland will never join a 'burning' eurozone, says central bank governor*. <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/11762020/Poland-will-never-join-a-burning-eurozone-says-central-bank-governor.html> diakses tanggal 19 November 2016.

<sup>146</sup> Ilham, Republika (2016, 16 Agustus). *Polandia-Indonesia akan Tingkatkan Kerja Sama Bilateral*. <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/08/16/oc0bf7361-polandiaindonesia-akan-tingkatkan-kerja-sama-bilateral> diakses tanggal 19 November 2016.

<sup>147</sup> Kedutaan Besar Republik Polandia di Jakarta (2009, September). *Loc. Cit.*

<sup>148</sup> *Ibid.*

geografis dekat dengan Polandia dan negara Asia yang memiliki ekspansi yang luar biasa seperti RRT tentunya merupakan suatu tantangan yang tidak mudah.

Saat ini, nilai perdagangan Indonesia dengan Polandia mencapai USD 539 juta pada tahun 2014. Dalam nilai tersebut, Indonesia mencatatkan surplus sebesar USD 252 juta.<sup>149</sup> Pada Desember 2015, Menteri Koordinator Maritim dan Sumber Daya saat itu, Rizal Ramli, menyatakan bahwa nilai perdagangan RI-Polandia mencapai USD 1 Miliar.<sup>150</sup> Saat ini, Polandia mengimpor berbagai produk di Indonesia, terutama karet, elektronik, tekstil, alat listrik, kayu, CPO, sepatu, pulp dan kertas, makanan dan minuman. Sedang ekspor utama Polandia ke Indonesia adalah besi dan baja, mesin dan otomotif, bahan kimia dasar, alat listrik, kosmetik, elektronik, dan makanan.

Sementara itu, Polandia menawarkan diri sebagai *hub* perdagangan negara-negara ASEAN ke Uni Eropa, khususnya Eropa Timur.<sup>151</sup> Ini merupakan salah satu peluang yang mungkin bisa dimanfaatkan oleh Indonesia, meskipun melibatkan negara-negara ASEAN akan memakan waktu lebih lama daripada melakukan secara bilateral. Selain itu, negara-negara seperti Vietnam yang tengah agresif dalam perdagangan dengan negara-negara lain, termasuk dengan melakukan berbagai FTA dalam konteks bilateral, dapat menjadi tantangan jika produk Indonesia kalah dalam hal daya saing.

Dalam hal industri, termasuk dalam mendukung kerja sama kedua negara, Pemerintah Indonesia dan Polandia juga telah menandatangani kesepakatan terkait “pengembangan industri kimia, kedirgantaraan dan kemaritiman, suku cadang dan komponen, industri permesinan khususnya pertambangan dan pemadam kebakaran, industri baja khusus, pengolahan makanan dan industri alat kesehatan”.<sup>152</sup>

Dari pihak Polandia, pejabat yang melakukan penandatanganan ialah Menteri Perekonomian sekaligus Nota kesepahaman yang ditandatangani Wakil Perdana Menteri Polandia, Janusz Piechocinski, dan Menteri Perindustrian itu mencakup

---

<sup>149</sup> Zeynita G., Antara sultra (19 Juni 2015). *RI dan Polandia tingkatkan hubungan strategis*. <http://www.antasultra.com/berita/278396/ri-dan-polandia-tingkatkan-hubungan-strategis> diakses tanggal 19 November 2016.

<sup>150</sup> Wahyu Sudoyo, BeritaSatu.com (2015, 09 Desember). *Rizal Ramli: RI genjot Perdagangan dengan Polandia*. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/329500-rizal-ramli-ri-genjot-perdagangan-dengan-polandia.html> diakses tanggal 19 November 2016.

<sup>151</sup> *Ibid.*

<sup>152</sup> David Eka Issetiabudi, Bisnis.com (2015, 12 September). *RI-Polandia perkuat kerjasama perdagangan dan industri*. <http://industri.bisnis.com/read/20150912/257/471710/ri-polandia-perkuat-kerja-sama-perdagangan-dan-industri> diakses tanggal 19 November 2016.

pengembangan industri kimia, kedirgantaraan dan maritim, suku cadang dan komponen, industri permesinan khususnya untuk pertambangan dan pemadam kebakaran, industri baja khusus, pengolahan makanan dan industri alat kesehatan. Nota Kesepahaman juga menyepakati pembukaan ekspor produk tekstil dan komoditas lainnya.<sup>153</sup> Polandia membutuhkan komoditas yang tidak dimilikinya terutama karet, teh, dan kelapa sawit.<sup>154</sup> Kiranya hasil kesepakatan ini dapat terus di implementasikan dan di tingkatkan

## 2. Investasi

Sementara itu, dalam hal investasi, beberapa waktu terakhir Indonesia mendorong Polandia untuk berinvestasi di Indonesia. Saat ini, investasi Polandia di Indonesia hanya sekitar USD 5 juta, terutama di bidang peternakan, sementara investasi Indonesia di Polandia belum mencapai angka yang signifikan.<sup>155</sup> Padahal, pada tahun 2011 dan 2012, *Foreign Direct Investment* (FDI) Polandia ke luar negeri mencapai hampir EUR 5 miliar, tertinggi di Eropa Tengah dan Timur, mengungguli Ceko, Hungaria, dan Slovakia.

Beberapa sektor yang ditawarkan antara lain di bidang kelistrikan (produksi turbin) dan lingkungan hidup. Polandia dinilai memiliki kapasitas di bidang ini, dan diharapkan dapat menjadi sumber alih teknologi. Saat ini baru terdapat tiga perusahaan Indonesia yang menghasilkan turbin dengan kapasitas hingga 27 *mega watt*, dua perusahaan generator hingga 10 *mega watt* serta 10 perusahaan *boiler* hingga 660 *mega watt*. Selain di bidang kelistrikan, Indonesia juga menawarkan kepada para pengusaha Polandia untuk berinvestasi pada industri galangan kapal.

## 3. Pariwisata

Sementara itu, dari sisi Pariwisata, tercatat sejumlah 15.367 wisatawan dari negara tersebut telah mengunjungi Indonesia pada tahun 2013. Dengan diberikannya bebas visa

---

<sup>153</sup>*Ibid.*

<sup>154</sup> Natasia Christy Wahyuni, BeritaSatu.com (2015, 29 September). *Polandia bisa menjadi pasar alternatif bagi Indonesia*. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/310754-polandia-bisa-jadi-pasar-alternatif-untuk-indonesia.html> diakses tanggal 30 November 2016.

<sup>155</sup> Mimi Silvia, Kontan: Berita Investasi, Bisnis, Ekonomi Indonesia (2015, 30 September). *Investasi Polandia di Indonesia baru US 5 juta dollar*. <http://m.kontan.co.id/news/investasi-polandia-di-ri-baru-us-5-juta> diakses tanggal 30 November 2016.

kunjungan dari Polandia pada tahun 2015, diharapkan dapat semakin mendorong peningkatan arus wisatawan, termasuk kunjungan bisnis pengusaha, ke Indonesia.<sup>156</sup> Pada tahun 2014, survei operator jasa perjalanan menyebutkan bahwa Mesir (Kairo) merupakan tujuan wisata utama wisatawan Polandia, disusul oleh Spanyol, Yunani dan Tunisia. Diperkirakan karena kerawanan situasi keamanan di Mesir, pada akhir tahun 2016, Yunani dan Spanyol menempati urutan pertama dan kedua tujuan wisata turis Polandia. Beberapa negara di kawasan Timur Tengah dan Maghreb seperti Mesir, Turki, Uni Emirat Arab, Maroko dan Tunisia menempati 20 besar tujuan wisata turis Polandia. Di kawasan Asia Tenggara, Thailand merupakan satu-satunya negara tujuan wisata dengan penerbangan *long haul* turis Polandia.<sup>157</sup>

Tabel 26. Ranking Negara Tujuan Wisatawan asal Polandia

Number of the week	Jan	Feb	March		Apr	May		Jun	Jul	Aug		Sept	Oct
	4	7	10	13	16	19	22	25	28	31	34	37	40
Spain	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Greece	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Italy	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Egypt	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
Bulgaria	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Turkey	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4
Portugal	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8
Croatia	11	8	8	8	8	8	8	7	7	7	7	7	7
Austria	8	9	10	10	10	10	11	11	11	11	12	12	12
Cuba	9	10	11	11	11	12	12	12	13	13	13	15	15
Ciprus	10	11	10	9	9	9	9	9	9	9	10	10	9
UAE	12	12	13	13	12	13	13	14	14	16	16	16	16
Dominican Rep	13	13	12	12	13	14	14	15	15	14	14	14	14
Thailand	14	14	14	15	16	17	17	17	17	19	19	20	20
Tanzania	16	16	17	19									
Cape Verde Islands	17	17	16	18	18	18	18	18	18	17	17	17	18
Czech Republic	18	19	20	20	19	19	19	19	19	18	18	19	19
Morocco	16	15	15	14	15	15	16	16	16	15	15	13	13
France	20	20			20	20	20	20	20	20	20		
Poland	19	18	18	16	17	16	15	13	12	12	11	11	11
Albania			19	17	14	11	10	10	10	10	9	9	10
Turksh												18	17

Sumber: *outgoingpoland*

Jumlah wisatawan Polandia cukup signifikan dan dapat menjadi pasar wisatawan bagi negara yang ingin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke negaranya, termasuk Indonesia. Pada tahun 2013, dari total 38,5 juta, 28% penduduk Polandia melakukan kunjungan wisata, 17% hanya melakukan kunjungan ke luar negeri,

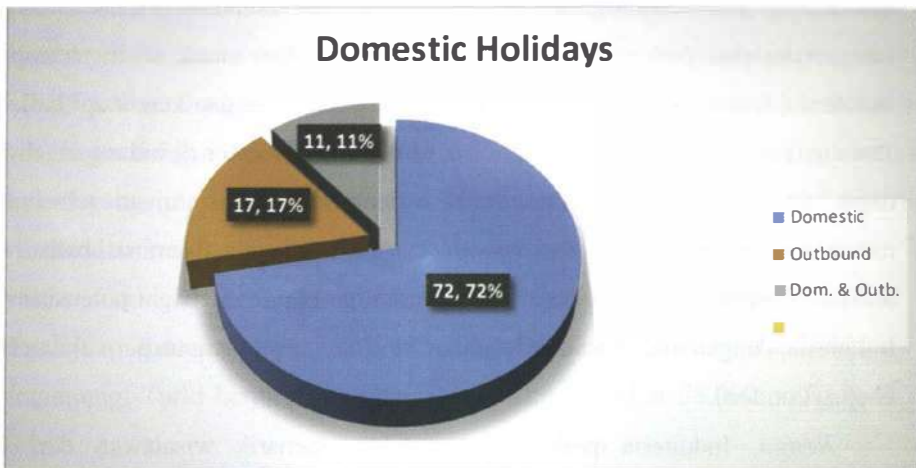
<sup>156</sup> Zeynita G., Antara sultra (19 Juni 2015). *Loc. Cit.*

<sup>157</sup> Gilberto Zangari, Out Going Poland (2016, 24 October). *The packaged tours sold in Poland: the final result of the year 2015-'16 and the best "20"*. <http://outgoingpoland.pl/the-packaged-tours-sold-in-poland-the-final-result-of-the-year-2015-16/> diakses tanggal 27 November 2016.



sementara 11% melakukan kunjungan baik ke dalam maupun ke luar negeri. Indonesia masih belum menjadi bagian dari 20 besar negara yang menjadi tujuan utama wisatawan Polandia.<sup>158</sup> Hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia yang berupaya meningkatkan kehadiran wisatawan manca negara.

**Grafik 18. Percentage of Polish Residents Who Has Made Domestic Holidays, Outbound Holidays and Both Kind Of Holidays (2013)**



Sumber : Eurostat in Gilberto Zangari, 2015

Dengan melihat gambaran di atas, terdapat beberapa usulan rekomendasi terkait strategi perdagangan bilateral dan menarik investasi dari Polandia serta wisatawan asing dari Polandia, sebagai berikut:

*Pertama*, perdagangan difokuskan pada komoditas yang diperlukan oleh Polandia seperti karet, teh, dan kelapa sawit. Produk-produk tersebut harus dipastikan memenuhi standar Uni Eropa, mengingat Polandia merupakan bagian dari UE sejak 2004. Selain itu, produk juga sebaiknya memiliki nilai tambah dan kemasan melalui proses yang dilakukan di Indonesia. Berkaitan dengan produk-produk yang sensitif seperti produk yang berasal dari kelapa sawit, perlu disiapkan argumen untuk memastikan produk tersebut dapat diterima di negara-negara Uni Eropa, mengingat Polandia bukan hanya negara tujuan produk ekspor Indonesia namun juga diharapkan dapat menjadi pintu masuk produk-produk Indonesia untuk negara-negara di Kawasan Eropa sekitarnya.

<sup>158</sup> Gilberto Zangari, Out Going Poland (2015, 20 Mei). *Trend of Polish tourist demand vs the main European Countries*. <http://outgoingpoland.pl/trend-of-polish-tourist-demand-vs-the-main-european-countries-20th-may-2015/> diakses tanggal 30 November 2016.

*Kedua*, berkaitan dengan investasi, Indonesia perlu terus mendorong perusahaan-perusahaan di Polandia untuk berinvestasi ke Indonesia. Investasi dari Polandia ke Indonesia yang baru sekitar USD 5 juta dari total investasi Polandia ke Luar Negeri sebesar EUR 5 miliar, perlu terus digali. Investasi yang ditawarkan diarahkan pada bidang-bidang yang dapat menarik banyak tenaga kerja serta memanfaatkan keunggulan negara tersebut termasuk dalam bidang inovasi dan teknologi sehingga dapat mendorong alih teknologi ke depan. Keunggulan Polandia dalam bidang sarana transportasi dan perkeretaapian<sup>159</sup> dapat dimanfaatkan untuk sektor transportasi di Indonesia, terutama untuk mendukung infrastruktur jalan dan kereta api baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa. Kiranya berbagai investor di bidang ini di Polandia dapat ditawarkan berbagai sektor infrastruktur ini. Untuk tujuan tersebut, upaya memberikan informasi yang menarik investor melalui upaya diseminasi baik di Polandia ataupun dengan mengundang para investor untuk melihat berbagai potensi investasi di Indonesia, dengan melibatkan perwakilan RI di Warsawa maupun perwakilan BKPM di Eropa (London).

*Ketiga*, Indonesia perlu mengupayakan menarik wisatawan dari Polandia meskipun saat ini Indonesia masih belum menempati urutan penting dalam tujuan wisata bagi turis Polandia. Masih belum tereksposnya Indonesia di kalangan masyarakat Polandia kiranya menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian. Beberapa media promosi termasuk *advertising* pada sarana transportasi setempat yang cukup maju (bus dan trem) dapat menjadi salah satu alternatif bagi media promosi pariwisata Indonesia. Adanya ketertarikan wisatawan Polandia pada negara-negara dengan budaya Islam serta adanya peluang bagi negara di kawasan Asia Tenggara untuk menjadi salah satu dari 20 destinasi utama wisatawan Polandia merupakan salah satu kesempatan untuk peningkatan wisatawan Polandia ke Indonesia.

#### **D. TURKI**

Perekonomian kedua negara nampak lebih baik dibandingkan perekonomian dunia yang tumbuh 2,5 persen di tahun 2015. Meski ekonomi Indonesia relatif stagnan akibat

---

<sup>159</sup> Invest in EU (2004, Maret). *Invest in Poland*. <http://www.investineu.com/content/invest-poland> diakses tanggal 28 November 2016.

perlambatan pertumbuhan ekonomi Tiongkok (salah satu mitra dagang Indonesia) dan harga komoditas yang rendah, Turki mencatatkan pertumbuhan ekonomi dari 3 % di kuartal VI 2014 menjadi 4,8% di kuartal I tahun 2016. Pertumbuhan ekonomi Turki ini didorong oleh ekspor yang meningkat dan perkembangan sektor pariwisata.<sup>160</sup>

Masih terdapat banyak ruang bagi peningkatan hubungan bilateral Indonesia dan Turki, termasuk dalam bidang ekonomi. Turki merupakan mitra strategis bagi Indonesia sejak tahun 2011, dan pada tahun 2015 nilai perdagangan kedua negara mencapai USD 1,4 miliar.<sup>161</sup> Angka ini menunjukkan penurunan dari tahun sebelumnya yang mencapai USD 2,5 miliar. Dengan demikian, Turki menempati peringkat ketujuh terbesar dalam perdagangan dengan Indonesia di antara negara-negara di Eropa Barat. Tidak hanya dari sisi perdagangan saja, Indonesia juga perlu terus meningkatkan kerja sama dalam bidang investasi dan mendorong kehadiran wisatawan Turki ke Indonesia. Pada tahun 2015, investasi Turki di Indonesia mencapai USD 3,9 juta dan wisatawan Turki yang mengunjungi Indonesia mencapai 6.000 orang. Di lain pihak, wisatawan Indonesia yang mengunjungi Turki berjumlah hampir 10 kali lipat, sekitar 58.000 orang pada tahun 2014.<sup>162</sup>

Di sela-sela Konferensi Tingkat Tinggi negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) bulan April 2016, Menteri Luar Negeri RI dan Menteri Luar Negeri Turki melakukan pertemuan bilateral dan menyepakati untuk melanjutkan hubungan ekonomi dan kerja sama *counter-terrorism*, termasuk dengan rencana penyelenggaraan Sidang Komisi Bersama Indonesia-Turki (SKBIT) dalam bidang ekonomi antara kedua negara dalam waktu dekat. SKBIT antara kedua negara terakhir dilaksanakan pada delapan tahun lalu. Kedua negara juga sedang dalam proses pembahasan *Indonesia-Turkey Comprehensive Trade Economic Partnership Agreement (IT-CTEPA)*.

Sebelumnya, pada Juli 2015, Presiden Turki Recep Tayyip Erdogan, melakukan kunjungan ke Indonesia dan bertemu dengan Presiden Joko Widodo. Kedua kepala

---

<sup>160</sup>Rini Winati, Bareksa (2016, 25 Juli). *Erdogan Vs Jokowi, Ini Perbandingan Data Ekonomi Turki dan Indonesia*. <http://www.bareksa.com/id/text/2016/07/25/erdogan-vs-jokowi-ini-perbandingan-data-ekonomi-turki-dan-indonesia/13664/news> diakses tanggal 29 November 2016.

<sup>161</sup> Natalia Santi, Tempo (2016, 13 April). *RI-Turki Tingkatkan Kerja Sama Ekonomi dan Kontra-Terrorisme*. <https://m.tempo.co/read/news/2016/04/13/115762378/ri-turki-tingkatkan-kerja-sama-ekonomi-dan-kontra-terorisme> diakses tanggal 1 November 2016.

<sup>162</sup>*Ibid.*

negara membahas mengenai isu-isu di bidang ekonomi, termasuk mengenai pembentukan *joint commission* untuk mengeksplorasi potensi ekonomi yang ada antara kedua negara. Keduanya menyepakati kerja sama dalam bidang industri pembangkit listrik tenaga gas dan kemungkinan pembukaan jalur penerbangan Turki-Indonesia (Jakarta dan Denpasar) guna mendorong arus wisatawan dari kedua negara.<sup>163</sup>

## 1. Perdagangan

Dalam hal perdagangan antara kedua negara selama ini, produk ekspor Indonesia ke Turki antara lain mencakup karet alam, serat sintetis, kelapa sawit, dan alas kaki (sandal dan sepatu). Sementara itu, impor utama Indonesia dari Turki meliputi tepung terigu dan peralatan listrik.<sup>164</sup> Bagi Indonesia, Turki dipandang dapat memainkan peranan penting sebagai pintu gerbang pengembangan pasar ke Eropa dan Asia Barat untuk *crude palm oil* (CPO) sebagai pengganti *rapeseed* dan bunga matahari, *bio-diesel*, produk kayu, dan produk karet.<sup>165</sup>

Data perdagangan kedua negara menunjukkan bahwa angka perdagangan Indonesia dan Turki sejak tahun 2011-2016 meningkat hingga tahun 2013, sebelumnya semakin menurun hingga tahun 2015. Pada periode Januari hingga Agustus tahun 2016, total perdagangan Indonesia-Turki yang mencakup produk migas dan non-migas lebih rendah daripada periode yang sama pada tahun sebelumnya. Dalam 1 tahun terakhir (2015-2016), produk migas mengalami peningkatan drastis, namun produk non-migas sedikit mengalami penurunan. Indonesia selalu mencatatkan surplus dalam neraca perdagangannya dengan Turki. Meskipun sempat menunjukkan tren positif pada surplus perdagangan sejak tahun 2013-2015, diperkirakan surplus perdagangan tahun 2016 tidak sebesar surplus pada tahun 2015.

---

<sup>163</sup>*Ibid.*

<sup>164</sup> Fransiska Ninditya, ANTARA Sumatera Barat (2015, 1 Agustus). *RI-Turki Buka Hubungan Lebih Tinggi*. <http://www.antarasumbar.com/berita/153920/ri-turki-buka-hubungan-perdagangan-lebih-tinggi.html> diakses tanggal 29 November 2016.

<sup>165</sup> Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2014, 19 Juli). *Pertemuan Bilateral Indonesia-Turki: Pererat Hubungan perdagangan dan Bisnis Kedua Negara*. <http://www.kemendag.go.id/id/news/2014/07/19/bilateral-indonesia-turki-pererat-hubungan-perdagangan-dan-bisnis-dua-negara> diakses tanggal 30 November 2016.

Tabel 27. Neraca Perdagangan Indonesia dengan Turki Periode 2011-2016

Uraian	2011	2012	2013	2014	2015	Trend (%) 2011- 2015	Jan-Agu	
							2015	2016
<b>TOTAL PERDAGANGAN</b>	<b>1.988.377,0</b>	<b>1.674.560,2</b>	<b>2.851.215,8</b>	<b>2.476.778,8</b>	<b>1.408.654,1</b>	<b>-2,94</b>	<b>952.664,7</b>	<b>893.237,8</b>
MIGAS	207.573,7	6.314,6	1.051.266,6	770.444,4	171,6	-60,90	162,1	14.900,0
NON MIGAS	1.780.803,3	1.668.245,7	1.799.949,2	1.706.334,5	1.406.482,3	-4,37	952.502,5	878.337,8
<b>EKSPOR</b>	<b>1.433.401,6</b>	<b>1.369.691,3</b>	<b>1.536.240,8</b>	<b>1.446.131,3</b>	<b>1.158.833,0</b>	<b>-3,64</b>	<b>788.952,1</b>	<b>689.721,9</b>
MIGAS	0,0	6.310,2	0,0	0,0	33,0	0,00	33,0	70,0
NON MIGAS	1.433.401,8	1.363.381,1	1.536.240,8	1.446.131,3	1.158.800,0	-3,60	788.919,0	689.651,9
<b>IMPOR</b>	<b>554.975,4</b>	<b>304.868,9</b>	<b>1.314.975,0</b>	<b>1.030.647,6</b>	<b>249.821,1</b>	<b>-3,71</b>	<b>163.712,6</b>	<b>203.515,9</b>
MIGAS	207.573,7	4,4	1.051.266,6	770.444,4	138,8	-22,41	129,1	14.630,0
NON MIGAS	347.401,7	304.864,6	263.708,4	260.203,2	249.682,3	-7,86	163.583,5	188.685,9
<b>NERACA PERDAGANGAN</b>	<b>878.426,2</b>	<b>1.064.822,4</b>	<b>221.265,8</b>	<b>415.483,7</b>	<b>909.011,9</b>	<b>-8,36</b>	<b>625.239,4</b>	<b>486.206,0</b>
MIGAS	-207.573,7	6.305,8	-1.051.266,6	-770.444,4	-105,7	0,00	-96,1	-14.760,0
NON MIGAS	1.085.999,9	1.058.516,5	1.272.532,4	1.185.928,0	909.117,6	-2,39	625.335,5	500.966,0

Sumber : BPS, diolah oleh Pusat Data dan Informasi, Kementerian Perdagangan

## 2. Investasi

Di bidang investasi, data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menunjukkan bahwa realisasi investasi perusahaan asal Turki di Indonesia sepanjang tahun 2014 mencapai USD 64,1 juta, yang merupakan penanaman modal pada 25 proyek. Namun pada tahun 2015, investasi Turki mencatat penurunan drastis dan hanya mencapai sekitar USD 3,9 juta. Selain penurunan, angka investasi Turki di Indonesia pada tahun 2015 menunjukkan jauhnya perbedaan antara komitmen yang disampaikan (USD 212,3 juta) dengan realisasi investasinya.

Turki memiliki minat untuk melakukan investasi pada sektor konstruksi melalui proyek-proyek infrastruktur dan konstruksi yang dicanangkan oleh pemerintahan RI.<sup>166</sup> Turki memiliki beberapa contoh investasi yang dianggap baik pada sektor konstruksi di beberapa negara seperti Rusia, beberapa negara di Afrika dan Eropa, serta di Jepang dan Amerika Serikat.<sup>167</sup> Sektor lain yang juga diminati perusahaan Turki termasuk alat

<sup>166</sup> Ana Noviani, *Bisnis.com* (2014, 3 Maret). *Turki incar proyek konstruksi dan infrastruktur*. <http://industri.bisnis.com/read/20150206/45/399686/turki-incar-proyek-konstruksi-dan-infrastruktur> diakses tanggal 29 November 2016.

<sup>167</sup> Awaluddin Jalil, *Sindo News* (2015, 06 Februari). *Investor Turki incar investasi agribisnis di Kaltim*. <http://ekbis.sindonews.com/read/840765/34/investor-turki-incar-investasi-agribisnis-di-kaltim-1393842922> diakses tanggal 29 November 2016.

pertahanan melalui PT. Pindad<sup>168</sup> dan sektor agribisnis, seperti perkebunan karet dan minyak kelapa sawit.

**Tabel 28. Rekapitulasi Komitmen dan Realisasi Investasi 10 Negara di Indonesia**

Rekapitulasi Komitmen Investasi 10 Negara Timur Tengah (Dalam US\$ Juta)								
No.	Negara	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
1	Kuwait	1.0	-	-	-	5,600.0	1.8	<b>5,002.8</b>
2	Iran	24.7	403.8	28.2	10.0	5.8	4,079.9	<b>4,552.3</b>
3	Uni Emirat Arab	140.2	21.5	225.8	26.0	65.9	200.6	<b>680.1</b>
4	Yordania	202.9	0.3	7.3	6.7	6.3	271.8	<b>495.1</b>
5	Turki	44.1	9.1	74.7	21.1	19.0	212.2	<b>380.1</b>
6	Suriah	5.3	0.3	1.2	4.8	5.1	23.2	<b>39.9</b>
7	Irak	0.3	-	2.5	4.8	10.6	3.4	<b>21.6</b>
8	Lebanon	1.3	0.4	4.0	2.3	6.1	5.6	<b>19.7</b>
9	Libya	-	0.4	-	-	3.6	-	<b>4.0</b>
10	Aljazair	-	-	-	1.2	-	2.2	<b>3.4</b>

Rekapitulasi Realisasi Investasi 10 Negara Timur Tengah (Dalam US\$ Juta)								
No.	Negara	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
1	Yordania	-	1,1	19,9	211,9	3,1	0,2	<b>236,2</b>
2	Uni Emirat Arab	6,2	6,8	32,4	23,0	25,4	19,3	<b>113,0</b>
3	Turki	5,2	10,9	7,3	11,7	64,1	3,9	<b>103,0</b>
4	Iran	0,0	0,5	1,5	3,3	0,7	-	<b>6,0</b>
5	Irak	-	-	0,4	0,6	0,4	0,7	<b>2,1</b>
6	Lebanon	-	0,1	0,0	0,2	0,9	0,6	<b>1,7</b>
7	Suriah	-	-	-	-	-	-	<b>-</b>
8	Kuwait	-	-	-	-	-	-	<b>-</b>
9	Libya	-	-	-	-	-	-	<b>-</b>
10	Aljazair	-	-	-	-	-	-	<b>-</b>

Sumber: BKPM, Februari 2016

Pemerintah sendiri sedang melakukan perbaikan dalam hal pelayanan guna memberikan kemudahan bagi para investor yang ingin berinvestasi di Indonesia, termasuk dengan memberikan layanan izin investasi tiga jam.

### 3. Pariwisata

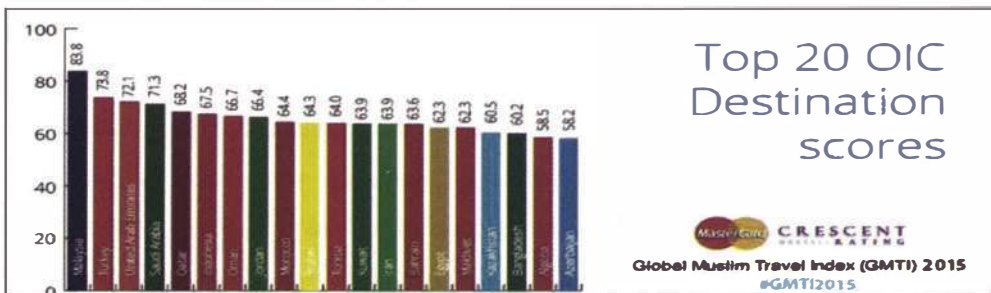
Sektor pariwisata juga menjadi salah satu fokus kerja sama bidang ekonomi antara Indonesia dan Turki. Memang tak dapat dipungkiri, jumlah wisatawan asing dari Turki masih sangat minim, terlebih jika dibandingkan dengan jumlah wisatawan Indonesia

<sup>168</sup>BKMD Provinsi Bengkulu (2016, 24 Oktober). *Turki Tertarik Investasi Alat Pertahanan di Indonesia*. <http://bkpmd.bengkuluprov.go.id/turki-tertarik-investasi-alat-pertahanan-di-indonesia> diakses tanggal 30 November 2016.

yang berkunjung ke Turki. Jumlah wisatawan Indonesia ke Turki juga dipengaruhi dengan perjalanan dengan tujuan utama menuju Mekkah dalam rangka umrah, dan Turki sebagai salah satu tujuan wisata transit para wisatawan tersebut. Pemerintah RI dan Turki juga tengah mempertimbangkan jalur penerbangan langsung Turki-Jakarta-Denpasar dengan penerbangan transit di Kuala Lumpur, Malaysia. Pendekatan serupa dapat diupayakan dengan melibatkan perusahaan perjalanan wisata baik di Turki maupun Indonesia, untuk menawarkan Indonesia sebagai tujuan transit bagi wisatawan Turki yang mengadakan perjalanan ke Australia atau Selandia Baru.

Indonesia dan Turki juga memiliki kesamaan dalam hal budaya Islam yang moderat yang kiranya dapat dijajaki untuk menarik wisatawan Turki ke Indonesia. Disadari bahwa objek wisata religi di Indonesia tidak semaju di Turki, baik dari aspek arsitektural maupun dukungan infrastruktur dan kemudahan transportasi untuk mencapai objek wisata tersebut. Namun penggabungan unsur budaya ini dengan daya tarik kuliner dan objek wisata alam yang ada dalam berbagai promosi wisata baik oleh perwakilan RI maupun berbagai pemangku kepentingan di bidang pariwisata diharapkan dapat semakin meningkatkan jumlah wisatawan Turki ke Indonesia. Dalam laporan *Global Muslim Travel Index (GMTI)*, pada tahun 2015 Indonesia menempati urutan keenam yang paling banyak dikunjungi wisatawan muslim dunia, setelah Malaysia, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Qatar serta Turki.<sup>169</sup> Indonesia dinilai memiliki tingkat edukasi tentang halal *tourism* yang semakin bagus, dan karena itu dapat dimanfaatkan untuk mendorong wisatawan dari Turki.

**Grafik 17. Top 20 OIC Destination Scores**



Sumber: Global Muslim Travel Indeks, 2015

<sup>169</sup> Crescent Rating (2015, Maret). *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015*. <http://gmti.crescentrating.com> diakses tanggal 30 November.

Selain itu, diharapkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 104 tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 69 Tahun 2015 tentang Bebas Visa Kunjungan yang memasukkan Turki dalam daftar 75 negara baru penerima bebas visa kunjungan dapat juga berpengaruh positif pada kunjungan wisatawan Turki.<sup>170</sup>

## **E. BEBERAPA STRATEGI UMUM LAIN**

Terdapat beberapa hal lain yang kiranya perlu dipertimbangkan sebagai Strategi di bidang ekonomi dalam upaya menembus pasar-pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur.<sup>171</sup> Pertama, baik dalam hal perdagangan dan investasi, peran pemerintah diharapkan juga difokuskan pada upaya memfasilitasi kemudahan perdagangan dan investasi disamping upaya regulasi. Upaya fasilitasi ini memerlukan komitmen dari berbagai *stakeholders* yang terkait, serta perlu didasarkan pada prosedur dan ketentuan yang berlaku namun tetap dapat memberikan kemudahan baik bagi pelaku usaha di dalam negeri maupun pengusaha dan investor dari negara mitra.

Kedua, promosi juga merupakan bagian penting dan menentukan keberhasilan diplomasi ekonomi dalam mencapai target yang diharapkan. Di era persaingan bebas yang semakin kompleks dan *advance*, mengupayakan metode promosi baik perdagangan, investasi, dan pariwisata yang modern dan inovatif menjadi sangat penting. Dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan kemudahan berbagai bahan promosi dan informasi dapat diakses oleh publik melalui berbagai media, pemanfaatan media televisi, internet, media sosial, *video-conference* menjadi tak terelakkan dan turut berperan dalam mencapai *target audience* yang diharapkan.

Upaya ini melengkapi berbagai upaya yang memanfaatkan media konvensional. Namun demikian, dengan semakin melimpahnya informasi dunia saat ini, promosi perlu dilakukan secara inovatif dan modern untuk mendapatkan perhatian. Dalam hal Pariwisata yang perlu mencapai *target audience* yang luas, melibatkan berbagai komunitas di luar pelaku bisnis di bidang ini perlu dilakukan, termasuk masyarakat luas yang dapat meyebarkan keindahan dan pesona pariwisata Indonesia melalui foto dan

---

<sup>170</sup>Direktorat Jenderal Imigrasi (2015, 12 Juni). *Op. Cit.*

<sup>171</sup> Yose Rizal Damuri. *Op. Cit.*



narasi yang mereka unggah melalui berbagai media sosial seperti instagram dan blog yang dapat diakses publik, termasuk publik di luar negeri.

Ketiga, peran pemerintah dalam memfasilitasi pengumpulan informasi dan data mengenai peluang-peluang di Luar Negeri melalui *digital platform* dan *professional market intelligence* yang memberikan informasi yang berguna untuk eksportir-eksportir potensial perlu ditingkatkan. Selain itu, alokasi sumber daya yang lebih memadai (baik anggaran maupun sumber daya manusia) dalam hal promosi dan *market intelligence* perlu mendapatkan perhatian. Tidak hanya menyangkut jumlah, namun upaya peningkatan kapasitas sumber daya yang terlibat dalam kegiatan ini sangat diperlukan. Hal ini juga tidak lepas dari dukungan anggaran yang tidak hanya memfokuskan pada sumber daya namun juga terselenggaranya berbagai kegiatan yang difokuskan untuk mendorong tercapainya target perdagangan, investasi dan pariwisata secara efektif.

Terakhir, salah satu faktor penting dalam penyediaan informasi yang bermanfaat bagi eksportir yang potensial adalah dengan mengoptimalkan diseminasi berbagai peluang dan kemudahan yang telah berhasil dicapai pemerintah dalam berbagai perjanjian perdagangan yang ada. Seringkali para pengusaha tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan dari berbagai perjanjian perdagangan yang ada, yang pada gilirannya memberikan kemudahan bagi pengembangan dan ekspansi ekspor mereka.



## BAB V

# KESIMPULAN DAN REKOMENDASI



***“Strategi Diplomasi Ekonomi yang efektif memerlukan sinergi, kerja keras dan kerja sama semua pemangku kepentingan guna menembus pasar prospektif di kawasan Amerika Selatan dan Eropa Tengah dan Timur”***





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **A. KESIMPULAN**

Presiden Joko Widodo telah menetapkan diplomasi ekonomi sebagai salah satu dari empat pilar diplomasi Indonesia di bawah Kabinet Kerja. Diplomasi ekonomi sangat penting untuk memberi hasil konkrit kepada rakyat Indonesia. Peningkatan diplomasi ekonomi juga menjadi salah satu prioritas kebijakan luar negeri Indonesia untuk tahun 2014-2016. Salah satu yang menjadi aspek prioritas selama periode 2015-2019 adalah peningkatan kinerja nilai ekspor non-migas.

Di samping upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan ekonomi dengan berbagai pasar tradisional termasuk di kawasan Amerika dan Eropa, Pemerintahan Presiden Joko Widodo juga mengupayakan pemanfaatan berbagai peluang dan menggali potensi pasar alternatif atau pasar non-tradisional di semua kawasan, termasuk di Kawasan Amerika dan Eropa. Adanya *emerging economies* di kawasan ini merupakan kondisi yang menjanjikan sehingga upaya menembus berbagai pasar prospektif perlu terus dikembangkan, terutama Eropa Tengah dan Timur serta Amerika Latin, dan di sisi lain tetap menjaga hubungan ekonomi dengan negara-negara yang merupakan bagian dari pasar tradisional bagi produk ekspor Indonesia.

Oleh karena itu, penting untuk mencermati berbagai perkembangan yang terjadi di kawasan Amerika dan Eropa dan melakukan *assesment* terhadap dampaknya bagi Indonesia dan merumuskan prioritas diplomasi Indonesia di kawasan tersebut. Mengingat maksimalisasi keuntungan ekonomi yang dapat diperoleh Indonesia perlu mempertimbangkan pasar yang telah ada saat ini dan pasar-pasar alternatif yang prospektif bagi Indonesia, maka fokus dan identifikasi pasar non-tradisional mutlak diperlukan untuk menetapkan arah dan langkah ke depan. Kajian ini telah mengeksplorasi berbagai pasar non-tradisional di kawasan Amerika dan Eropa untuk mengidentifikasi negara yang patut mendapatkan perhatian lebih sebagai pasar prospektif yang perlu ditembus secara maksimal. Selanjutnya, berbagai strategi,

khususnya di bidang ekonomi (perdagangan, investasi, dan pariwisata) perlu disiapkan dalam upaya menembus pasar-pasar non-tradisional di Kawasan.

Dalam beberapa kurun waktu terakhir, terdapat berbagai tantangan yang muncul dalam sistem ekonomi global modern berupa perlambatan ekonomi global, dinamika regionalisme ekonomi, dan munculnya kekuatan ekonomi baru. Perlambatan ekonomi global ditandai dengan menurunnya pertumbuhan GDP, peningkatan angka pengangguran, dan aliran modal dari dan ke *emerging markets*. Di sisi lain, berakhirnya perang dingin telah memicu dinamika regionalisasi ekonomi. Regionalisme ekonomi juga dipicu oleh tantangan yang dihadapi dalam perundingan *Doha Development Agenda (DDA)* yang dinilai tidak berjalan sesuai harapan dan tersendat. Terakhir, munculnya kekuatan *emerging economies* (ekonomi baru) yang memiliki volatilitas dan ketahanan yang cukup tinggi pada saat perlambatan ekonomi global akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan.

Dalam bab III, Kajian ini membahas secara khusus mengenai *assesment 4* (empat) negara atau *emerging economies* di Kawasan Amerika dan Eropa yang dapat menjadi salah satu fokus pemerintah dalam upaya diplomasi ekonomi. Populasi, pertumbuhan ekonomi, dan kategorisasi produk impor yang didatangkan dari Indonesia ke negara mitra prospektif tersebut. Kajian ini telah mengidentifikasi bahwa setidaknya terdapat empat pasar non-tradisional yang prospektif yaitu Chile dan Meksiko untuk kawasan Amerika Latin dan Polandia dan Turki untuk kawasan Eropa.

Meksiko merupakan salah satu mitra dagang prospektif Indonesia. Indonesia selalu memperoleh surplus perdagangan dengan Meksiko, bahkan menempati negara urutan ketiga penyumbang surplus perdagangan dengan Indonesia di Kawasan Amerika setelah AS dan Brasil. Sebagai salah satu negara anggota MIKTA dalam G20 sebagaimana Indonesia, kerjasama Indonesia-Meksiko juga dapat memanfaatkan forum informal ini untuk meningkatkan kerja sama riil di bidang ekonomi termasuk perdagangan serta kerja sama di bidang sosial dan budaya.

Chile merupakan salah satu negara dengan peranan dan kiprah penting baik dalam forum *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)* maupun negosiasi *Trans-Pacific Partnership*. Chile juga memiliki stabilitas ekonomi yang cukup baik di kawasan Amerika Latin. Meskipun volume perdagangan kedua negara cukup fluktuatif, namun

masih cukup prospektif. Hubungan Chile dan Indonesia juga potensial. Kedua negara masih dalam proses peningkatan hubungan perdagangan melalui *Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement*. Chile juga diharapkan dapat menjadi jalan pembuka untuk mengakses pasar kawasan Amerika Latin dan negara-negara yang memiliki perjanjian perdagangan bebas dengan Chile. Sementara itu, investasi dari Chile masih sangat perlu didorong.

Polandia merupakan salah satu ekonomi besar di ETT dan perkembangan perekonomiannya yang cukup cepat. Dengan lokasinya di tengah Eropa, Polandia diperkirakan dapat berkembang menjadi *regional hub* yang penting bagi aliran produk menuju negara-negara lain di kawasan Eropa. Dalam konteks bilateral dengan Indonesia, hubungan perdagangan kedua negara menunjukkan surplus perdagangan bagi Indonesia dalam 5 tahun berturut-turut pada tahun 2011 sampai dengan 2015 dan ekspor Indonesia ke Polandia menunjukkan trend peningkatan. Perlu digarisbawahi bahwa Kementerian Ekonomi Polandia telah menetapkan Indonesia sebagai salah satu pasar alternatif bagi pengembangan ekspor produk Polandia. Rencana pembukaan jalur penerbangan antara Indonesia (Jakarta) dengan Polandia (Warsawa) juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan Polandia ke Indonesia.

Terakhir, Turki, merupakan salah satu negara yang perekonomiannya mengalami pertumbuhan pesat. *Pricewaterhouse Cooper* dalam penelitiannya memprediksi bahwa Turki dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi terbesar ke-12 dunia pada tahun 2041 jika sektor industri strategis berkembang baik. Menyusul kudeta yang gagal pada pertengahan 2016, iklim bisnis menjadi kurang kondusif di Turki. Namun demikian Turki masih dilihat sebagai perekonomian potensial oleh banyak investor global. Turki juga sangat aktif dalam mengembangkan kerja sama perdagangan bebas dengan 33 negara, memulai negosiasi FTA dengan 13 negara/blok ekonomi, serta meluncurkan FTA dengan 10 negara termasuk Indonesia. Pada 2015, Indonesia dan Turki juga telah sepakat menargetkan nilai perdagangan menjadi USD 10 miliar pada tahun 2023. Kedua negara juga telah menyepakati untuk memulai perundingan IT-CTEPA.

## B. REKOMENDASI

Guna memaksimalkan upaya menembus keempat pasar non-tradisional yang prospektif di atas, perlu diidentifikasi berbagai strategi yang efektif dalam bidang ekonomi. Secara rinci, strategi-strategi pada masing-masing negara telah diuraikan pada bab IV.

Secara umum, strategi-strategi di bidang perdagangan tersebut meliputi, antara lain: pemanfaatan sebagai *hub* bagi arus masuk produk ekspor Indonesia ke negara-negara di sekitarnya, fasilitasi pengusaha antara kedua negara melalui instansi terkait di Indonesia maupun perwakilan RI di negara tersebut, pemanfaatan berbagai forum dalam meningkatkan pemahaman potensi masing-masing serta mendorong terselesainya proses negosiasi perdagangan bebas atau CEPA. Selain itu, perlu memfokuskan pada komoditas yang sangat diperlukan negara mitra.

Di bidang investasi, beberapa strategi yang dapat ditempuh antara lain melalui identifikasi sektor yang paling diminati investor negara mitra dagang non-tradisional yang diperoleh dengan memfasilitasi pengusaha dari kedua negara, pelibatan berbagai *stakeholders* terutama yang sangat memahami *rules and regulations* investasi di Indonesia dalam promosi investasi, mendorong investasi di bidang infrastruktur dan konstruksi, baik di darat maupun laut.

Di bidang pariwisata, promosi pariwisata Indonesia dengan menggunakan berbagai media yang inovatif dan kreatif dapat dilakukan untuk menawarkan, tidak hanya destinasi wisata yang sama dengan daya tarik wisata di negara setempat, namun juga destinasi wisata yang unik dan tidak banyak dijumpai di negara tersebut. Pemberlakuan bebas visa dapat mendorong jumlah wisatawan untuk datang ke Indonesia, namun perlu dipertimbangkan pemberian fasilitas bebas visa yang efektif sehingga warga asing yang berkunjung ke Indonesia benar-benar sasaran yang tepat untuk berkunjung ke Indonesia, termasuk dengan target wisatawan yang berpotensi tinggal lebih lama sehingga lebih berkontribusi bagi pendapatan daerah yang dituju serta masyarakat di sekitarnya. Khusus untuk Turki, promosi wisata dapat semakin ditingkatkan dan penawaran objek wisata yang menggabungkan unsur religi, kuliner, dan wisata alam.



Beberapa hal lain yang kiranya perlu dipertimbangkan sebagai Strategi di bidang ekonomi dalam upaya menembus pasar-pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur di atas antara lain perubahan paradigma dari *regulating* menjadi *facilitating*, mengupayakan metode promosi baik perdagangan, investasi, dan perdagangan yang modern dan inovatif, alokasi sumber daya yang lebih memadai (baik anggaran maupun sumber daya manusia) bagi promosi dan intelijen perdagangan serta mengoptimalkan perjanjian perdagangan untuk menyediakan informasi yang bermanfaat bagi eksportir yang potensial.

Melihat uraian di atas, Kajian ini *memandang* penting rekomendasi kebijakan yang kiranya dapat ditempuh Pemerintah RI dalam menembus pasar non-tradisional prospektif tersebut, yaitu:

1. Perlunya sinergi kebijakan atau program terpadu lintas sektoral yang melibatkan *stakeholders* diplomasi ekonomi untuk menembus *emerging economies* di Kawasan Amerika dan Eropa, khususnya Chile, Meksiko, Polandia dan Turki;
2. Mendorong pelaku usaha menjajaki pasar mitra potensial prospektif di Chile, Meksiko, Polandia dan Turki serta memperkuat upaya *market and economic intelligence* Perwakilan RI di luar negeri dalam upaya penetrasi ke pasar non-tradisional tersebut;
3. Mendorong FTA/PTA/CEPA secara bilateral dengan negara di Kawasan Amerika Latin dan Eropa Tengah dan Timur, khususnya Chile, Meksiko, Polandia dan Turki;
4. Mendorong optimalisasi, implementasi dan diseminasi hasil-hasil perjanjian dan kesepakatan perdagangan antara Indonesia dengan Chile, Meksiko, Polandia dan Turki kepada para pelaku usaha dalam negeri, termasuk dalam kerangka regional dan multilateral, seperti *Pacific Alliance*, MIKTA, APEC dan FEALAC, guna lebih menembus pasar prospektif tersebut;

5. Meningkatkan upaya promosi investasi terpadu ke Chile, Meksiko, Polandia, dan Turki bekerja sama dengan perwakilan RI di luar negeri dan lembaga terkait seperti *Indonesia Investment Promotion Centre (IIPC)* dan Kantor Perwakilan Bank Indonesia di New York dan London.

# DAFTAR PUSTAKA

## Buku

- Baranay, Pavol. 2009. "Modern Economic Diplomacy". Riga: Publications of Diplomatic Economic Club.
- Becker, Thomas H. 2011. "Doing Business in the New Latin America: Keys to Profit in America's Next Door, 2nd Edition". Connecticut: Praeger.
- Dey, Ian. 1993. "Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists". New York: Routledge.
- Goodwin, Paul B. 2011. "Global Studies, Latin America and The Carribean, 14th Edition". London: The McGrawHill.
- Hill, Christopher. 2003. "The Changing Politics of Foreign Policy". London: Palgrave Macmillan.
- Kasiram, Moh. 2010. "Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif". Malang: UIN-Maliki Press.
- Okano-Heijmans, Maaïke. 2013. "Introduction Economic Diplomacy: Japan and the Balance of National Interest". Leiden: Martinus Nijhoff Publishers.
- Bayne, Nicholas, and Woolcock, Stephen. 2007. "The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations". London: Ashgate Publishing.
- Sudjana, Nana, and Ibrahim. 2007. "Penelitian dan Penilaian Pendidikan". Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- UK Trade and Investment. 2015. *Emerging Europe: Central and Eastern Europe 2015-2016*. Epsom: Allurentis, hal. 20 & 19.

## Jurnal

- Hutabarat, Leonard F. 2016. "Rusia dan Eurasian Economic Union". *Jurnal Hubungan Luar Negeri*. Volume 2, Juli – Desember, 2016. Kementerian Luar Negeri: BPPK.
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril, & Marks, Stephen V. 2016. "The Potential Political Economy Impact of the Proposed Indonesia-Chile Comprehensive Economic

Partnership Agreement”, Asian Journal of Latin American Studies, 15 Maret. Diakses pada: <http://www.ajlas.org/v2006/paper/2016vol29no104.pdf>.

Sklias, Pantelis, Roukanas, Spyros, & Pistikou, Victoria. 2012. “China’s Economic Diplomacy: A Comparative Approach to Sino-Greek and Sino-Turkish Relations, International Journal of Business and Social Sciences, Mei. [http://ijbssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_10\\_Special\\_Issue\\_May\\_2012/30.pdf](http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2012/30.pdf).

## **Dokumen**

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2015. “Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019. Buku II, Agenda Pembangunan Bidang”. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.

Damuri, Yose Rizal. 2016 “Menembus Pasar Prospektif”. Paparan disampaikan pada Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) Kajian Mandiri Pusat P2K2 Amerika dan Eropa Tahun 2016, Bandung, 18 November.

Kementerian Luar Negeri. 2015. “Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri 2015-2019”.

Marsudi, Retno L.P. 2016. *Pernyataan Pers Menteri Luar Negeri*. Jakarta. 7 Januari

Verico, Kiky. “Menimbang Kemitraan Trans-Pasifik”. Makalah disampaikan pada Focus Group Discussion, Trans-Pacific Partnership: Tantangan dan Peluang, Bandung, 26 Mei 2016.

## **Laporan**

Laporan Diskusi Terbatas (DT) “Penegakkan Hukum dalam Pembangunan Maritim: *Lesson Learned* dari Belanda”, Jakarta, 10 Februari 2016.

Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “Pembangunan Kemaritiman Menuju Ekonomi Biru: Tantangan dan Strategi”, Manado, 17 Februari 2016.

Laporan *International Seminar “Garuda Hovering: What Direction For Indonesian Foreign Policy”* Financial Club, Jakarta, 16 Maret 2016.

Laporan *International Seminar “A Contemporary Analysis of Bebas Aktif In Indonesian Foreign Policy”*, Universitas Indonesia, Depok, 17 Maret 2016.

Laporan *Policy Planning Dialogue* (PPD) Pertama Indonesia - Chile di Santiago, tanggal 29 - 30 Maret 2016.

Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “*The Crisis of Europe: Update and The Way Forward*”, Yogyakarta, 27 April 2016.

Laporan *Policy Planning Dialogue* (PPD) Pertama Indonesia - Belanda di Den Haag, tanggal 11 - 13 Mei 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD): Perkembangan Ekspor Indonesia Periode Januari - April 2016 di Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan RI, 17 Mei 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD) “*Trans-Pacific Partnership: Tantangan dan Peluang*”, Bandung, 26 Mei 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD) “Kebijakan Luar Negeri Amerika Serikat Pasca Pemilu Presiden”, Jakarta, 28 Juni 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD) “Dampak *Brexit* Terhadap Hubungan Indonesia - Inggris”, Jakarta, 26 Juli 2016.

Laporan Diskusi Terbatas (DT) “Identifikasi Pasar Prospektif di Kawasan Amerika dan Eropa”, Jakarta, 12 Agustus 2016.

Laporan Lokakarya “Perspektif Indonesia untuk Perundingan *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA) antara Indonesia dan Uni Eropa”, Jakarta, 1 - 2 September 2016.

Laporan *In-Depth Interview*, Pengumpulan Data dan Riset, Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, BPPK di Kiev, Ukraina, 13 - 18 September 2016.

Laporan *Policy Research Meeting* (PRM) Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, BPPK di Moskow, Rusia, 21 - 23 September 2016.

Laporan *Policy Research Meeting* (PRM) Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, BPPK di Bern dan Zurich, Swiss, 25-28 September 2016.

Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “Proyeksi Ekonomi Kawasan Eropa Tengah dan Timur dan Peluang Bagi Sektor Ekonomi Indonesia”, Bandung, 3 Oktober 2016.

Laporan Diskusi Terbatas (DT) “*The Present Crisis of Western Civilization*”, Jakarta, 5 Oktober 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD) Hasil Kajian Kerja Sama Universitas “Model Diplomasi Indonesia di Kawasan Amerika dan Eropa”, Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), Bandung, Jawa Barat, 31 Oktober 2016.

Laporan Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri (FKKLN) “Prospek Kerja Sama Perdagangan Bebas dengan *Eurasian Economic Union* (EAEU) Bagi Perdagangan Luar Negeri Indonesia, Universitas Pelita Harapan Karawaci, Tangerang, 4 November 2016.

Laporan *Focus Group Discussion* (FGD) “*Supporting Economic Diplomacy in Europe*”, Jakarta, 9 November 2016.

Laporan Pertemuan Kelompok Ahli (PKA) “Kerja Sama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif”, Bandung, 18 November 2016.

### **Surat Kabar**

Hutabarat, Leonard F. 2016. “Diplomasi Ekonomi Berbasis Maritim”. *Tribun Manado*. Manado. 16 Februari.

\_\_\_\_\_. 2016. “Indonesia dan Krisis Eropa”. *Kedaulatan Rakyat*. Yogyakarta. 27 April.

\_\_\_\_\_. 2016. “Persaingan Kebijakan TPP”. *Pikiran Rakyat*. Bandung. 26 Mei.

\_\_\_\_\_. 2016. “Menaklukan Pasar Eropa”. *Pikiran Rakyat*. Bandung. 3 Oktober.

### **Website**

Akyol, Riada Asimovic. 2016. “How Turkey Plans to Boost Halal Tourism”, *Al-Monitor*, 9 Mei. Diakses pada: <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2016/05/turkey-wants-to-boost-halal-tourism-international-conference.html>.

Bems, Rudolfs, & Catão, Luis. 2016. “Press Points for Chapter 2: Understanding the Slowdown in Capital Flows To Emerging Markets World Economic Outlook, April 2016”, IMF, April. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/sum.pdf>.

Bektas-Referans, Salma. 2009. “Turkish Appetite for Halal Increases”, *Hürriyet*, 8 April. Diakses pada: <http://www.hurriyet.com.tr/turkish-appetite-for-halal-increases-11386460>.

BKMĐ Provinsi Bengkulu. 2016. “Turki Tertarik Investasi Alat Pertahanan di Indonesia”, 24 Oktober. <http://bkpmd.bengkuluprov.go.id/turki-tertarik-investasi-alat-pertahanan-di-indonesia>.

- Cavusgil, S. Tamer, Knight, Gary, & Riesenberger, John. 2013. "International Business, the new realities, 3<sup>rd</sup> edition", 12 Januari. Diakses pada: [http://userwww.sfsu.edu/nyang/IBUS%20330/PPT%20Yang%202015/NYPPT15\\_files/Ch10.ppt](http://userwww.sfsu.edu/nyang/IBUS%20330/PPT%20Yang%202015/NYPPT15_files/Ch10.ppt).
- Chan, Szu Ping. 2015. "Poland will never join a 'burning' eurozone, says central bank governor", The Telegraph, 5 Juli. Diakses pada: <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/11762020/Poland-will-never-join-a-burning-eurozone-says-central-bank-governor.html>.
- Colliers International. 2013. "Antwerp, Rotterdam and Dusseldorf are Europe's Top Logistics Hubs New report reveals Kiev, Istanbul and Bratislava are the top manufacturing centres", 29 Mei. Diakses pada: <http://www.colliers.com/en-gb/emea/insights/market-news/2013/29-05-2013-antwerp-rotterdam-and-dusseldorf-europes-top-logistics-hubs>.
- Crawford, Jo-Ann, & Fiorentino, Roberto V. 2009. "Changing landscape of Regional trade Agreements", WTO, 10 Februari. Diakses pada: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/discussion\\_papers8e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/discussion_papers8e.pdf), hal. 4 & 5.
- Crescent Rating. 2015. "Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015", Maret. Diakses pada: <http://gmti.crescentrating.com>.
- Cummings, Rafe. 2014. "Regional Economic Integration", Pearson Education. Diakses pada: <http://slideplayer.com/slide/5286149/>.
- Daily Sabah. 2015. "Turkey Aims to Become Design Hub in Afro-Eurasia", 13 Mei. Diakses pada: <http://www.dailysabah.com/money/2015/05/13/turkey-aims-to-become-design-hub-in-afroeurasia>.
- Davis, Chris. 2016. "Poland on the New Silk Road", HSBC, 4 Oktober. Diakses pada: <http://www.hsbc.com/news-and-insight/insight-archive/2016/poland-on-the-new-silk-road>.
- Direktorat Jenderal Imigrasi. 2015. "Orang Asing dari 75 Negara Ini Bebas Visa Untuk Wisata ke Indonesia", 12 Juni. Diakses pada: <http://www.imigrasi.go.id/index.php/berita/berita-utama/851-orang-asing-dari-75-negara-ini-bebas-visa-untuk-wisata-ke-indonesia>.
- Ersoy, Nail. 2013. "Free Trade Agreements Of Turkey, YOİKK The Coordination Council for the Improvement of Investment Environment, September. Diakses pada: <http://yoikk.gov.tr/upload/idb/ftascompatibilitymode.pdf>.

- G., Zeynita.** 2015. “RI dan Polandia tingkatkan hubungan strategis”, Antara sultra, 19 Juni. Diakses pada: <http://www.antasultra.com/berita/278396/ri-dan-polandia-tingkatkan-hubungan-strategis>.
- Gao, George.** 2015. “Latin America’s middle class grows, but in some regions more than others”, Pew Research Center, 20 Juli. Diakses pada: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/07/20/latin-americas-middle-class-grows-but-in-some-regions-more-than-others/>.
- Globes.co.il.** 2008. “Turkey: an Important Market for Global Business”, 6 November. Diakses pada: <http://images.globes.co.il/images/Site/International/turkey/pdf/tur03.pdf>.
- HSBC.** 2015. “Trade Forecast Trade: Poland”, 15 Desember. Diakses pada: [https://globalconnections.hsbc.com/downloads/trade\\_forecasts/pl.pdf](https://globalconnections.hsbc.com/downloads/trade_forecasts/pl.pdf).
- Huth, Johannes P., Rajčan, Martin, & Kubica, Tomáš.** 2014. “Unlocking the World for Central and Eastern European Champions”, KKR Global Institute Report, November. Diakses pada: <http://www.kkr.com/sites/default/files/KKR-131105-Unlocking-the-World-for-Central-and-Eastern-European-Champions.pdf>.
- Icef Monitor.** 2014. “The Growing Role Of Emerging Markets In Shaping Global Demand”, 6 Maret. Diakses pada: <http://monitor.icef.com/2014/03/the-role-of-emerging-markets-in-shaping-global-demand/>.
- Ilham.** 2016. “Polandia-Indonesia akan Tingkatkan Kerja Sama Bilateral”, Republika, 16 Agustus. Diakses pada: <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/08/16/oc0bf7361-polandiaindonesia-akan-tingkatkan-kerja-sama-bilateral>.
- IMF.** 2010. “IMF Survey: Sharp Rise in Unemployment from Global Recession”, 2 September. Diakses pada: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2015/09/28/04/53/sonew090210a>.
- \_\_\_\_\_. 2010. “Global Economic Growth Heat Map: 2010” Sam Wilkin, 6 Desember. Diakses pada: <http://samwilkin.com/wordpress/wp-content/uploads/2015/01/2010-heat-map.gif>
- \_\_\_\_\_. 2013. “World Economic Outlook Update Gradual Upturn in Global Growth during 2013”, 23 Januari. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/update/01/>.
- \_\_\_\_\_. 2016. “World Economic Outlook (WEO) Update, Subdued Demand, Diminished Prospects, January 2016”, Januari. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/update/01/>.



- \_\_\_\_\_. 2016. "Frequently Asked Questions World Economic Outlook (WEO)", 4 Oktober. Diakses pada: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/faq.htm>.
- \_\_\_\_\_. 2016. "World Economic Outlook, April 2016", April. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/text.pdf>, hal. 168, 26 & 63.
- \_\_\_\_\_. 2016. "Regional Economic Issues, Central, Eastern, and Southeastern Europe, How to Get Back on the Fast Track", Mei. Diakses pada: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/eur/eng/pdf/rei0516.pdf>.
- \_\_\_\_\_. 2016. "Regional Economic Issues: Central, Eastern, and Southeastern Europe: Effective Government for Stronger Growth", November. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/eur/eng/pdf/rei1116.pdf>.
- Invest in EU. 2004. "Invest in Poland", Maret. Diakses pada: <http://www.investineu.com/content/invest-poland> Diakses tanggal 28 November 2016.
- Issetiabudi, David Eka. 2015. "RI-Polandia perkuat kerjasama perdagangan dan industri", *Bisnis.com*, 12 September. Diakses pada: <http://industri.bisnis.com/read/20150912/257/471710/ri-polandia-perkuat-kerja-sama-perdagangan-dan-industri>.
- ITE Food & Drink. 2015. "Is Turkey Poised to Become the World's Halal Food Hub?", September. Diakses pada: <http://www.food-exhibitions.com/Market-Insights/Turkey-and-Eurasia/Archive/Is-Turkey-poised-to-become-the-world%E2%80%99s-halal-food>.
- Jalil, Awaluddin. 2015. "Investor Turki incar investasi agribisnis di Kaltim", *Sindo News*, 06 Februari. Diakses pada: <http://ekbis.sindonews.com/read/840765/34/investor-turki-incar-investasi-agribisnis-di-kaltim-1393842922>.
- Jin, Long. 2014. "Relations between China and CEE Countries: Development, Challenges, and Recommendations", *China Institute of International Studies*, 21 November. Diakses pada: [http://www.ciis.org.cn/english/201411/21/content\\_7388215.htm](http://www.ciis.org.cn/english/201411/21/content_7388215.htm).
- Junankar, P.N. (Raja). 2011. "The Global Economic Crisis: Long-Term Unemployment in the OECD", *IZA*, Oktober. Diakses pada: <http://ftp.iza.org/dp6057.pdf>.
- Kaczmarek, Marcin. 2015. "China on Central-Eastern Europe: '16+1' as seen from Beijing", *Ośrodek Studiów Wschodnich*, 14 April. Diakses pada <http://www.osw.waw.pl/en/publikacje/osw-commentary/2015-04-14/china-central-eastern-europe-161-seen-beijing>.

- Kedutaan Besar Republik Polandia di Jakarta. 2009. "Hubungan Ekonomi", September. Diakses pada: [http://www.dzakarta.msz.gov.pl/in/hubungan\\_ekonomi/hubungan\\_ekonomi\\_podsekja/](http://www.dzakarta.msz.gov.pl/in/hubungan_ekonomi/hubungan_ekonomi_podsekja/).
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2014. "World Trade Organization (WTO)", 8 Januari. Diakses pada: [http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-multilateral/pages/world-trade-organization-\(wto\).aspx](http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-multilateral/pages/world-trade-organization-(wto).aspx).
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2014. "Pertemuan Bilateral Indonesia-Turki: Pererat Hubungan perdagangan dan Bisnis Kedua Negara", 19 Juli. <http://www.kemendag.go.id/id/news/2014/07/19/bilateral-indonesia-turki-pererat-hubungan-perdagangan-dan-bisnis-dua-negara> Diakses tanggal 30 November 2016.
- Kissi, Dawn. 2016. "At Least for Now, Turkey's Economy Weathers Downgrades, Political Turmoil", CNBC, 20 Oktober. Diakses pada: <http://www.cnbc.com/2016/10/20/at-least-for-now-turkeys-economy-weathers-downgrades-political-turmoil.html>.
- Kochhar, Rakesh. 2015. "A Global Middle Class is More Promise than Reality, Pew Research Center", Pew Research Center, 8 Juli. Diakses pada: <http://www.pewglobal.org/2015/07/08/a-global-middle-class-is-more-promise-than-reality/>.
- Lagarde, Christine. 2016. "The role of emerging markets in a New Global Partnership for Growth by IMF Managing Director Christine Lagarde", IMF, 4 Februari. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/np/speeches/2016/020416.htm>.
- Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. 2016. Polish Presidency of the Visegrad Group 2016-2017, Juli. Diakses pada: [http://www.msz.gov.pl/en/foreign\\_policy/europe/visegrad\\_group/polish\\_presidency\\_of\\_the\\_visegrad\\_group\\_2016\\_2017/](http://www.msz.gov.pl/en/foreign_policy/europe/visegrad_group/polish_presidency_of_the_visegrad_group_2016_2017/).
- Moon, Chung-in. 2007. "Economic Regionalism", Encyclopedia Britannica, 18 Juni. Diakses pada: <https://www.britannica.com/topic/economic-regionalism>.
- Morgan, Amy, & Ghafoor, Ishtiaq. 2013. "How UK is Placed to Take Advantage of Opportunities in Central and Eastern Europe", United Kingdom Foreign & Commonwealth Office, 9 Juli. Diakses pada: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/211251/Ceeexports\\_public\\_Feb2013.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/211251/Ceeexports_public_Feb2013.pdf).
- Muhasilovic, Selin Calik. 2016. "Analysis: Turkey's Balkan Policy Not Interest-oriented: Examination of Turkish Policy in the Balkans", Anadolu Agency, 23

- Januari. Diakses pada: <http://aa.com.tr/en/turkey/analysis-turkey-s-balkan-policy-not-interest-oriented/509237>.
- Ninditya, Fransiska. 2015. "RI-Turki Buka Hubungan Lebih Tinggi", ANTARA Sumatera Barat, 1 Agustus. Diakses pada: <http://www.antarasumbar.com/berita/153920/ri-turki-buka-hubungan-perdagangan-lebih-tinggi.html>.
- Noviani, Ana. 2014. "Turki incar proyek konstruksi dan infrastruktur", Bisnis.com, 3 Maret. Diakses pada: <http://industri.bisnis.com/read/20150206/45/399686/turki-incar-proyek-konstruksi-dan-infrastruktur>.
- Novosti, Ria. 2016. "Polandia Usul Bentuk Aliansi Baru untuk Lindungi Eropa Timur dari Rusia", Russia Beyond the Headlines Indonesia, 7 September. Diakses pada: [https://indonesia.rbth.com/news/2016/09/27/polandia-usul-bentuk-alian-si-baru-untuk-lindungi-eropa-timur-dari-rusia\\_633493](https://indonesia.rbth.com/news/2016/09/27/polandia-usul-bentuk-alian-si-baru-untuk-lindungi-eropa-timur-dari-rusia_633493).
- Nugroho, Sigit A. 2015. "Norwegia Lengkapi 57 Negara Pendiri bank Investasi Asia: Didalamnya Termasuk Israel, Afrika Selatan, Polandia, dan Islandia", Viva News, 15 April. Diakses pada: <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/614086-norwegia-lengkapi-57-negara-pendiri-bank-infrastruktur-asia>.
- OECD. 2016. "OECD Tourism Trends and Policies 2016", 7 Maret. Diakses pada: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/8515041e.pdf?expires=1481477255&id=id&ccname=guest&checksum=4FD6E9D3B4916EE928CC9F0CC855E814>, hal. 232, Diakses tanggal 8 November 2016.
- Opeyemi, D. 2016. "5 Things You Need to Know about Decelerating Pace of China's Economy", Ventures Africa, 19 Januari. Diakses pada: <http://venturesafrica.com/5-things-you-need-to-know-about-chinas-slow-economic-growth/>.
- Öner, Ceyda. 2012. "Unemployment: The Curse of Joblessness", Finance & Development, IMF, 28 Maret. Diakses pada: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/unemploy.htm>.
- PWC. 2012. "Turkey in 2041: Looking to the Future", Mei. Diakses pada: <https://www.pwc.com.tr/tr/publications/arastirmalar/pdf/turkey-in-2041-eng.pdf>.
- Republika. 2016. "Mengikis Hambatan Dagang Minyak Sawit", 15 Februari. Diakses pada: <http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/16/02/15/o2ku4626-mengikis-hambatan-dagang-minyak-sawit>.

- Ross, John. 2016. "China Strengthening Links with Eastern Europe", 人大重阳网|中国人民大学 学重阳金融研究院, 17 Mei. Diakses pada: [http://rdcysf.ruc.edu.cn/display\\_newsen.php?id=21363](http://rdcysf.ruc.edu.cn/display_newsen.php?id=21363).
- Russia Beyond the Headlines. 2016. "China's Silk Road May Push Poland toward Reconciliation with Russia", 29 Agustus. Diakses pada: [http://rbth.com/business/2016/08/29/chinas-silk-road-may-push-poland-toward-reconciliation-with-russia\\_624945](http://rbth.com/business/2016/08/29/chinas-silk-road-may-push-poland-toward-reconciliation-with-russia_624945).
- Santi, Natalia. 2016. "RI-Turki Tingkatkan Kerja Sama Ekonomi dan Kontra-Terrorisme", Tempo, 13 April. Diakses pada: <https://m.tempo.co/read/news/2016/04/13/115762378/ri-turki-tingkatkan-kerja-sama-ekonomi-dan-kontra-terrorisme>
- Santosa, Eddi. 2015. "Tembus US\$ 1,04 juta, RI Genjot Bisnis dengan Meksiko", Detik, 01 Juni. Diakses pada: <http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2930940/tembus-us-104-miliar-ri-genjot-bisnis-dengan-meksiko>.
- Silvia, Mimi. 2015. "Investasi Polandia di Indonesia baru US 5 juta dollar", Kontan: Berita Investasi, Bisnis, Ekonomi Indonesia, 30 September. Diakses pada: <http://m.kontan.co.id/news/investasi-polandia-di-ri-baru-us-5-juta>.
- Simkova, Otilia. 2012. "Central and Eastern Europe: Moving up the Value Chain", PWC, 30 Oktober. Diakses pada: <http://www.pwc.com/gx/en/services/advisory/consulting/risk/resilience/publications/central-and-eastern-europe-moving-up-the-value-chain.html>.
- Sindo News. 2016. "5.000 Wisatawan Polandia Bakal Banjiri Indonesia pada 2017", 13 Juli. Diakses pada: <http://lifestyle.sindonews.com/read/1121902/156/5-000-wisatawan-polandia-bakal-banjiri-indonesia-pada-2017-1467633251>.
- Skolimowski, Piotr. 2014. "Poland ranked best for business in East Europe and Central Asia", Bloomberg, 22 Januari. Diakses pada: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-01-21/poland-ranked-best-for-business-in-east-europe-and-central-asia>.
- Sudoyo, Wahyu. 2015. "Rizal Ramli: RI genjot Perdagangan dengan Polandia", BeritaSatu.com, 09 Desember. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/329500-rizal-ramli-ri-genjot-perdagangan-dengan-polandia.html>.
- Svobodova, Ivana. 2014. "East of the Rise: The Transformation of Central and Eastern Europe into a Global Logistics Hub", Allyn International, 14 Agustus. Diakses pada: <http://www.allynintl.com/en/news-publications/entry/east-on-the-rise-the-transformation-of-central-and-eastern-europe-into-a-gl>.

TASS Russian News Agency. 2016. "EU extends sanctions against 146 Russian citizens, 37 companies until September 15", 10 Maret. Diakses pada: <http://tass.com/world/861466>.

The Economist. 2016. "Erdoganomics: Turkey is performing well below its potential", 6 Februari. Diakses pada: <http://www.economist.com/news/special-report/21689874-turkey-performing-well-below-its-potential-erdoganomics>.

The Straits Times. 2016. "China's Xi Weaves Poland into new Silk Road Plan", 20 Juni. Diakses pada: <http://www.straitstimes.com/world/europe/chinas-xi-weaves-poland-into-new-silk-road-plan>.

Wahyuni, Natasia Christy. 2015. "Polandia bisa menjadi pasar alternatif bagi Indonesia", BeritaSatu.com, 29 September. Diakses pada: <http://www.beritasatu.com/ekonomi/310754-polandia-bisa-jadi-pasar-alternatif-untuk-indonesia.html>.

Walley, John. 1998. "Why do countries seek regional trade agreement?", The National Bureau of Economic Research, Januari. Diakses pada: <http://www.nber.org/chapters/c7820.pdf>.

Winati, Rini. 2016. "Erdogan Vs Jokowi, Ini Perbandingan Data Ekonomi Turki dan Indonesia", Bareksa, 25 Juli. Diakses pada: <http://www.bareksa.com/id/text/2016/07/25/erdogan-vs-jokowi-ini-perbandingan-data-ekonomi-turki-dan-indonesia/13664/news>.

World Bank. 2016. *The World Bank in Poland: Country Snapshot, An Overview of the World Bank's Work in Poland*, Oktober. Diakses pada: <http://pubdocs.worldbank.org/en/298041475670585000/Poland-Snapshot-Oct2016FINAL.pdf>.

World Trade Organization. 2016. "Regional Trade Agreements: Fact and Figures", 1 Februari. Diakses pada: [https://www.Wto.Org/English/Tratop\\_E/Region\\_E/Regfac\\_E.Htm](https://www.Wto.Org/English/Tratop_E/Region_E/Regfac_E.Htm).

Zangari, Gilberto. 2016. "Trend of Polish tourist demand vs the main European Countries", Out Going Poland, 20 Mei. Diakses pada: <http://outgoingpoland.pl/trend-of-polish-tourist-demand-vs-the-main-european-countries-20th-may-2015/>.

\_\_\_\_\_. 2016. "The packaged tours sold in Poland: the final result of the year 2015-'16 and the best 20", Out Going Poland, 24 Oktober. Diakses pada: <http://outgoingpoland.pl/the-packaged-tours-sold-in-poland-the-final-result-of-the-year-2015-16/>.



# INDEKS

## A

*Advanced Europe*, 9  
Afrika, 30, 51, 75, 84, 92, 94, 95, 121, 140  
AIIB, xviii, 84  
Albania, 19, 51, 69  
Amerika dan Eropa, i, ii, iv, v, vi, xv, xvii, 1, 2, 3, 4, 5, 18, 26, 28, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 50, 51, 52, 58, 62, 69, 70, 71, 77, 78, 103, 126, 127, 130, 133, 134, 135  
Amerika Latin, ii, iv, v, xiii, xvii, 1, 2, 3, 4, 5, 19, 29, 9, 33, 34, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 63, 67, 69, 103, 104, 105, 106, 110, 124, 126, 127, 130  
Amerika Serikat, ii, xviii, 2, 3, 11, 12, 26, 27, 33, 38, 52, 53, 55, 59, 67, 95, 106, 107, 109, 111, 121, 134  
Amerika Utara, 2, 3, 9, 45, 51, 54, 55, 56  
Analisis, 5  
Antigua & Barbuda, 52, 55  
APEC, iv, xviii, 24, 32, 58, 64, 127, 130  
Argentina, 19, 27, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 51, 52, 53, 54, 55, 57, 59, 111  
ASEAN, vii, ix, xiii, xiv, xviii, 24, 29, 31, 32, 33, 57, 60, 61, 62, 64, 66, 67, 68, 69, 77, 78, 86, 88, 89, 90, 96, 97, 98, 99, 109, 110, 114  
*Asia Pacific Economic Cooperation*, iv, xviii, 24  
Asia Pasifik, 3, 31, 67, 77, 109  
Asia Tenggara, 21, 26, 64, 109, 116, 118  
*Asian Infrastructure Investment Bank*, xviii, 84

Australia, iv, xix, 23, 24, 26, 123

## B

*Balance of power*, 85  
Bangladesh, 19, 75  
Barbados, 52, 54, 55  
Bebas dan aktif, 79  
Bebas Visa Kunjungan Singkat, 95  
Belize, 51, 54, 55  
BKPM, xviii, 30, 63, 118, 121, 122  
Blok perdagangan, iv, 16, 18, 29  
*Bloomberg*, 83, 84, 141  
Bolivia, 19, 44, 51, 54, 55  
*Branding*, 30  
Brazil, xviii, 19, 42, 53, 54, 55, 56, 58  
Brexit, xviii, 7, 39, 134  
BRICS, xviii, 42, 75  
Budaya Islam, 118, 123  
*Buffer zone*, 76  
Bulgaria, 19, 49, 51, 69, 75, 76  
*Business matching*, 30

## C

Cadangan devisa, 12  
*Capital flow*, 11, 135  
CEFTA, xviii, 17  
Ceko, 19, 49, 69, 75, 76, 80, 83, 85, 113, 115  
*Central European Free Trade Agreement*, 17  
CEPA, xviii, 1, 30, 39, 58, 67, 109, 110, 129, 130, 134  
Chile, ii, iv, v, xiii, xv, 19, 27, 9, 41, 42, 44, 45, 46, 51, 53, 54, 55, 58, 59, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 104, 108, 109, 110, 111, 112, 127, 130, 131, 132, 133  
CIS, xviii, 71, 77

CIVETS, xviii, 75  
 Coca-Cola, 92  
 Colliers International, 84, 95, 136  
 Common Market, 13  
 Commonwealth of Independent States, 19  
 Comparative advantage, 110  
 Comprehensive Economic Partnership Agreement, xviii, 1, 30, 67, 109, 110, 128, 133, 134  
 Comprehensive Partnership Agreement, xviii, 56  
 CPA, xviii, 56  
 CPO, 37, 39, 114, 120  
 Credential, 65  
 Cross regional RTA, xviii  
 CRRTA, xv, xviii, 16, 18  
 Crude palm oil, 37  
 Customs union, xviii, 15

## D

DDA, xviii, 15, 127  
 Deep sea ports, 31  
 Developing economies, 11, 18  
 Development, xviii, xix, 10, 15, 24, 42, 70, 77, 95, 127, 138, 140  
 Diplomas ekonomi, 1, 2, 3, 4, 21, 22, 24, 25, 26, 31, 59, 80, 106, 110  
 Diskusi Terbatas, 67  
 Diversifikasi ekspor, 18  
 Doha Development Agenda, xviii, 15, 24, 127  
 Donald Trump, 38, 103, 107  
 DT, xviii, 5, 133, 134

## E

EAEU, xviii, 17, 49, 76, 82, 135  
 EAS, xviii, 32  
 Ease of Doing Business, 76  
 East Asia Summit, xviii, 32  
 E-commerce, 84  
 Economic and currency union, 14  
 Economic and Social Council, xviii, 65

Economic Integration Agreement, xviii, 15  
 Economist Intelligence Unit, xviii  
 ECOSOC, xviii, 65  
 EFTA, xviii  
 EIA, xviii, 15  
 EIU, xviii, 78  
 Ekonomi dunia, 7, 22, 77, 112  
 Ekonomi pasar, 22, 112  
 Ekspor, ii, iv, v, 1, 2, 18, 21, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 41, 44, 46, 48, 56, 60, 61, 63, 65, 67, 69, 76, 79, 80, 87, 88, 91, 95, 97, 101, 102, 104, 106, 110, 113, 114, 115, 117, 119, 120, 125, 126, 128, 129  
 El Salvador, 19, 51  
 EME, 11, 19, 20, 21  
 Emerging and Developing Europe, 9  
 Emerging economies, ii, iv, 2, 3, 11, 9, 33, 72, 75, 81, 94, 126, 127, 130  
 Emerging market, xiii, xv, xviii, 11, 12, 18, 19  
 Emerging market economies, 12  
 Environmental Protection Agency- Notice of Data Availability, 106  
 Ernst & Young, 76  
 Eropa Barat, ii, 2, 3, 12, 19, 72, 79, 84, 119  
 Eropa Tengah dan Timur, ii, iv, v, xiii, xiv, xv, xvii, xix, 1, 2, 3, 4, 5, 19, 9, 33, 37, 46, 49, 50, 55, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 78, 79, 81, 82, 103, 115, 124, 134, 126, 130, 134  
 Estonia, 19, 49, 69, 80, 81  
 ETT, xv, xix, 1, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 46, 47, 48, 49, 50, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 90, 94, 103, 104, 128  
 EU Renewable Energy Directive, 72  
 EU-NODA, 106  
 Eurasian Economic Union, xviii, 17, 49, 76, 82, 132, 135



EU-RED, xix, 106  
Euro, 34, 76, 77, 112  
*European Free Trade Association*, xviii,  
17

## F

Faktor-faktor produksi, 13  
FDI, xix, 12, 24, 37, 115  
FEALAC, xix, 57, 58, 109, 130  
FGD, xix, 5, 134, 135  
FKKLN, xix, 5, 37, 50, 78, 133, 134, 135  
Fleksibilitas nilai tukar, 12  
*Focus Group Discussion*, xix, 5, 17, 133,  
134, 135  
*Foreign direct investment*, xix, 115  
*Forum for East Asia-Latin America  
Cooperation*, xix, 109  
Forum Kajian Kebijakan Luar Negeri,  
xix, 5, 37, 50, 78, 133, 134, 135  
*Free Trade Area*, xix, 15  
FTA, xix, 15, 23, 24, 69, 76, 82, 95

## G

G-20, xix, 1, 52, 63, 64, 95  
GDP, ii, xiii, xv, xix, 9, 10, 11, 20, 37, 39,  
52, 54, 71, 73, 74, 83, 92, 93, 127  
GE, 92  
Geo-politik, 4  
*Global Edge*, 59, 81, 82  
*Global Muslim Travel Index*, xix, 123,  
136  
*Global value chain*, 93  
GMTI, xix, 123, 136  
Grenada, 52, 54, 55  
*Gross Domestic Product*, ii, xix, 9  
Guatemala, 19, 51, 54, 55

## H

Hak Asasi Manusia, xix, 65  
HAM, xix, 65  
*Harvard Business Review*, 93  
*High politics*, 13  
Honduras, 51, 54, 55

Hongkong, 26  
Hungaria, 19, 40, 49, 51, 75, 83, 115  
Hutang publik, 12

## I

IMF, xix, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 18, 19, 20,  
23, 34, 39, 53, 54, 55, 69, 71, 72, 73,  
74, 75, 135, 137, 139, 140  
IMO, xix, 64  
Impor, xiii, xiv, xv, 61, 62, 66, 68, 86,  
88, 96, 98, 113  
Indonesia, i, ii, iii, iv, v, vii, viii, ix, xiii,  
xiv, xv, xvii, xviii, xix, xx, 0, 1, 2, 3, 4,  
5, 1, 7, 12, 15, 19, 24, 25, 26, 27, 28,  
29, 30, 31, 32, 9, 33, 34, 35, 36, 37,  
38, 39, 40, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 58,  
59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68,  
69, 70, 75, 78, 79, 82, 85, 86, 87, 88,  
89, 90, 92, 95, 96, 97, 99, 100, 102,  
103, 104, 110, 105, 106, 107, 108,  
109, 110, 111, 113, 114, 115, 116,  
117, 118, 119, 120, 121, 122, 123,  
124, 126, 127, 128, 129, 130, 131,  
132, 133, 134, 135, 136, 137, 139,  
140, 141, 142  
*Indonesian Sustainable Palm Oil*, xix,  
106  
Industri maritim, 111  
Industrialisasi, 19, 43, 57  
Integrasi ekonomi, 14, 18, 45, 58  
Integrasi politik, 14  
*International Maritime Organization*,  
xix, 64  
*International Monetary Fund*, xix, 7, 39  
*International Telecommunication  
Union*, xix, 65  
*Intracen*, 28, 79, 87,  
Investasi, 1, 2, 3, 4, 30, 37, 40, 46, 50,  
51, 52, 53, 55, 70, 71, 72, 76, 77, 79,  
81, 82, 84, 85  
Iptek, 31  
ISPO, xix, 106  
ITU, xix, 65

## J

Jalur Sutra, 47, 76, 84, 101  
Jamaika, 52, 54, 55  
Jepang, 21, 24, 26, 37, 67, 95, 109, 121  
*Joint Commission*, 120  
*Joint production*, 63

## K

Kanada, 11, 19, 23, 27, 33, 34, 51, 53, 67, 95, 107, 111  
Karibia, 23, 30, 52, 54, 55  
Kebijakan luar negeri, ii, iv, 1, 2, 3, 4, 107, 126  
Kelapa sawit, 65, 87, 97, 106, 115, 117, 120, 122  
Kelompok kerja diplomasi ekonomi, 25  
Kemiskinan global, 11  
Kemitraan strategis, 2, 56  
Kemitraan Trans-Pasifik, 3, 17, 133  
Kepentingan nasional, iv, 3, 21, 26, 31, 50  
Kerja Sama Ekonomi, 2, 119, 141  
Keuangan global, 8, 12, 18, 34, 36, 71, 72, 92  
Kolombia, 19, 27, 51, 59, 75, 95  
Korea Selatan, 23, 24, 26, 75  
Kosta Rika, 51, 59  
Kroasia, 19, 49, 51, 69, 75, 76  
Kuba, 42, 52, 54, 55

## L

*Light commercial vehicles*, 92  
*Lucky Seven*, 75

## M

*Major powers*, 77, 92  
*Manufacturing Purchasing Managers' Index*, 83  
Maritim, 30, 31, 110, 111, 115  
*Market Potential Index*, ii, iv, xiii, xiv, xix, 33, 59, 80, 81, 82  
*Marketers*, 25

Meksiko, ii, iv, v, xiii, 14, 19, 27, 9, 41, 45, 46, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 75, 95, 105, 106, 107, 108, 110, 111, 127, 130, 131, 141

*Memorandum of Understanding*, xix, 56

Menteri penghubung, xiii, 25, 26

Metode penelitian, 5

*Microsoft*, 92

MIKTA, iv, xix, 32, 63, 64, 127, 130

Mitra dagang utama, ii, 2, 34, 35, 36, 56, 77

MoU, xix, 56

MPI, ii, iv, xix, 33, 59, 80, 81

## N

NAFTA, xix, 14, 17, 38, 45, 63, 107

NATO, xix, 70, 76, 112

Nawa Cita, 1

Negara maritim, 111

Neraca perdagangan, 59, 101

*Next Eleven*, 75

Nikaragua, 51

Nota kesepahaman, 114

## O

OECD, xix, 10, 70, 107, 108, 112, 138, 140

OKI, 95, 119

*One Belt One Road*, xvii, 47, 48, 76, 101

*One stop service*, 30

*Organization for Economic Cooperation and Development*, 42

*Outbound tourism*, xiv, xv, 108, 112

*Outsourcing*, 75

## P

P2K2 Amerika dan Eropa, 2

Paraguay, 19, 51, 54, 55

Pariwisata, viii, 107, 111, 115, 122, 124

pasar alternatif, ii, v, 33, 37, 38, 39, 40, 87, 105, 108, 115, 126, 128, 142  
 Pasar non-tradisional, 1, 2, 3, 4, 27, 28, 30, 51, 105, 124, 126, 127, 129, 130  
 Pasar prospektif, 2, 3, 4, 5, 40, 58, 59, 79, 105, 110  
 Pasar tunggal, 13  
 Pasar utama, x  
 Pasifik Selatan, 30  
 PBB, xix, 95  
 PDB, xix, 3, 27, 54  
 PDD, xx, 5  
 Penelitian deskriptif, 5  
 Perang Dingin, iv, 13, 50, 51, 70, 76, 101  
 Perdagangan, ii, v, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 25, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 45, 46, 48, 49, 50, 56, 57, 58, 59, 63, 64, 65, 67, 69, 76, 78, 85, 87, 90, 91, 95, 97, 101, 102, 110, 105, 106, 108, 109, 110, 113, 114, 117, 119, 120, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 138, 139, 140, 141  
 Perdagangan bebas, 13, 45, 67, 69, 95, 108, 128, 129  
 Perdagangan dunia, 20, 24, 33  
 Perdagangan multilateral, 16  
 Perjanjian dagang, 13  
 Perjanjian Integrasi Ekonomi, 15  
 Peru, 19, 27, 41, 44, 46, 51, 53, 55, 58, 59, 95, 111  
*Pew Research Center*, 55, 74, 137, 139  
*Phillip Morris*, 92  
*Plan of Action*, 59  
 Polandia, ii, iv, v, xiv, 19, 28, 9, 40, 47, 49, 51, 69, 70, 72, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 98, 99, 105, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 127, 128, 130, 131, 137, 138, 139, 140, 141, 142  
*Policy Dialogue*, xx  
 Populasi dunia, 11

*Power plants*, 31  
*Pricewaterhouse coopers*, 93  
*Procter & Gamble*, 84, 92  
 Produk Domestik Bruto, xix, 3  
 Proteksi, 13  
 Proyeksi, xiii, xv, 2, 34, 37, 38, 50, 55, 73, 74, 78, 134  
 PT. Pindad, 122  
*Purchasing Power Parity*, xiii, xv, 54, 55, 75  
 Pusat P2K2 Amerika dan Eropa, 2  
 PwC, 93

## R

RBD, 56  
 RCEP, xx, 24, 29, 32, 39  
*Rebalancing*, 3  
*Refined Bleached Deodorized*, 56  
*Regional Economic Comprehensive Partnership*, 24  
*Regional hub*, 84, 128  
 Regional trade agreement, xvii, xviii, xx, 14, 15, 17  
 Rejim perdagangan, 16  
 Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional, xx, 1, 26, 27, 133  
 Rencana Strategis, 1, 133  
 Renminbi, 85  
 Republik Indonesia, iii, v, vii, ix, xix, xx, 2, 139  
 Resesi global, 10  
 RPJMN, 1  
 RRT, ii, xvii, xx, 7, 8, 26, 33, 37, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 55, 63, 75, 76, 77, 84, 87, 90, 91, 92, 101, 103, 104, 109, 113, 114  
 RTA, 12, 13, 14, 15  
 Rumania, 69, 74, 75, 83

## S

Sidang Komisi Bersama Indonesia-Turki, xx, 119

SKBIT, xx, 119  
*Skill depreciation*, 10  
Slovakia, 19, 49, 72, 75, 80, 85, 115  
Slovenia, 19, 69, 75, 76  
St. Lucia, 33  
St. Vincent & Grenadine, 33  
*Standard & Poor's*, 78  
Statistik, 5  
Strategi, 2, 4, 76, 117  
Surplus perdagangan, 60, 105, 110,  
120, 127, 128

## T

Taiwan, 19, 26, 45  
*Term of Reference*, 20, 99  
*Thomson Reuters*, 100  
Tigs, 64, 67  
Timur Tengah, 26, 30, 76, 94, 95, 116,  
TPP, 64, 109  
*Trade barriers*, 110  
*Trade in Goods*, 64, 67  
*Trade, tourism, investment*, 1  
*Trading bloc*, 13, 29  
Trans Pacific Partnership, 64, 109  
*Transatlantic Trade and Investment  
Partnership*, 3  
Trinidad & Tobago, 33  
Trisakti, 1  
TTI, 1, 5, 9  
TTIP, 3, 17, 20, 29  
*Turkey's Industrial Strategy Paper*, 94  
Turki, ii, iv, v, xi, xiv, xx, 9, 19, 51, 63, 69,  
70, 71, 72, 74, 75, 78, 79, 80, 82, 92,  
93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101,  
102, 103, 104, 105, 108, 116, 118,  
119, 120, 121, 122, 123, 124, 127,  
128, 129, 130, 131, 133, 135, 138,  
139, 140, 141, 142  
*Turkish Statistic Institute*, 92

## U

Uni Eropa, 2, 3, 67, 69, 70, 72, 75, 77,  
79, 83, 87, 106, 112, 113, 114, 117

*Untapped market*, 30, 67, 79  
Uruguay, 19, 51, 54, 55, 59

## V

Venezuela, 41, 43, 53, 55, 58  
*Visegrad Group*, 85, 139

## W

Wisatawan, ii, xiv, 30, 33, 56, 79, 80,  
90, 100, 105, 107, 108, 111, 115,  
116, 117, 118, 119, 120, 122, 123,  
124, 128, 129, 141  
Wisman, 33, 82, 90  
*Wonderful Indonesia*, 30  
*World Trade Organization*, xx, 15, 24,  
139, 142  
WTO, xx, 15, 16, 18, 24, 32, 136, 139,  
142

## Z

Zona Euro, 34, 76, 77, 113







## Kerja Sama Ekonomi di Kawasan Amerika dan Eropa: Menembus Pasar Prospektif

Berdasarkan kajian *Market Potential Index* (MPI) yang dilakukan Tim Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, terdapat dua negara di kawasan Amerika Latin, yaitu Meksiko dan Chile, dan dua negara di kawasan Eropa Tengah dan Timur, yaitu Turki dan Polandia, yang perlu mendapat perhatian khusus karena keberhasilan mereka tumbuh sebagai *emerging economies*. Kajian ini mencoba menggali dan mengidentifikasi potensi pasar yang tersedia di empat negara tersebut, peluang dan tantangan yang perlu diatasi serta strategi diplomasi ekonomi yang tepat guna memenangkan persaingan pasar di kawasan dimaksud.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan  
(Pusat P2K2) Amerika dan Eropa

Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan (BPPK)  
Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia

📍 Gedung ex-BP7, Lantai 3  
Jl. Taman Pejambon No. 6  
Jakarta Pusat 10110

☎ +62-21 384 4584

🌐 [www.kemlu.go.id](http://www.kemlu.go.id)

📘 Kementerian Luar Negeri RI

☎ +62-21 386 2958

✉ [p3k2.amerop@kemlu.go.id](mailto:p3k2.amerop@kemlu.go.id)

🐦 @portal\_kemlu\_ri

ISBN 978-602-72616-2-0

