

Perbandingan Diplomasi Ekonomi Indonesia dan India di Kawasan Afrika

Tine Ratna Poerwantika¹, Alisa Kotwhani²

Abstract

Recently, economic diplomacy has been a vital aspect in the relation between countries. State mostly carry through the economic diplomacy to increase the trade and also attempt to entering new market as the international dynamics filled by protectionism measures. African countries then developed to what called as emerging economy market and being most intended destination to economic diplomacy practice. Meanwhile, Indonesia and India who have historical relations within the Conference of Asia and Africa also oriented their interest to the region. This paper then examines how is the economic diplomacy practice in both countries to Africa.

Keywords:

Diplomacy; Economic Diplomacy; Indonesia; India; Africa Region.

Abstrak

Diplomasi ekonomi merupakan aspek vital dalam relasi bernegara. Saat ini negara cenderung melakukan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan perdagangan dan juga membuka akses pasar baru ditengah berkembangnya tren proteksionisme. Kawasan Afrika merupakan salah satu emerging economy market yang menjadi tujuan diplomasi ekonomi negara-negara. Indonesia dan India yang memiliki relasi historis dalam kerangka Konferensi Asia Afrika juga mengorientasikan diplomasi ekonominya di kawasan Afrika. Tulisan ini kemudian akan mengkaji bagaimana praktek diplomasi ekonomi kedua negara di kawasan.

Kata Kunci:

Diplomasi; Diplomasi Ekonomi; Indonesia; Indisa; Kawasan Afrika.

¹ Dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Pasundan.

² Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Pasundan.

A. Pendahuluan

Diplomasi ekonomi tidak asing lagi dalam perumusan kebijakan luar negeri dan bahkan aktivitas diplomatik kontemporer. Tulisan Coolsaet menyebutkan bahwa pada tahun 1990-an, diplomasi ekonomi semakin diakui keberadaannya. Ini ditandai dengan adanya sebuah survey pada tahun 1998 yang mencatatkan sikap dan orientasi kementerian luar negeri di seluruh dunia yang secara tiba-tiba kembali menekankan pentingnya aspek ekonomi dalam praktek diplomasinya (Coolsaet, 2004) Adapun kepentingan ekonomi yang menjadi tujuan diplomasi ini umumnya berkisar antara mencari akses pasar, menambah volume perdagangan, mengurangi hambatan tarif, membuka akses investasi dan lain sebagainya. Dengan tujuan demikian, diplomasi ini tidak hanya mencakup kepada kelembagaan “luar negeri”, tetapi juga berkaitan erat dengan institusi domestik.

Dalam dinamika internasional, upaya pencapaian tujuan ekonomi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Tensi politik internasional dan domestik serta kepentingan nasional masing-masing negara memberikan pengaruh yang besar. Salah satu isu penting kaitannya dengan perdagangan adalah isu mengenai hambatan *tariff* dan *non tariff*. Meski telah dinegosiasikan dalam forum internasional seperti WTO dan berbagai kerangka *free trade area*, pengenaan tarif masih banyak ditemukan dalam praktek perdagangan antar negara. Contoh yang berkembang saat ini dapat ditunjukkan oleh perang dagang AS-China.

Bersamaan dengan itu, *emerging economy market* (EME) dalam konteks ekonomi internasional sedang menjadi

pusat perhatian. Pada situasi perlambatan ekonomi global, EME memiliki volatilitas dan ketahanan yang cukup tinggi karena mereka memiliki peningkatan GDP yang cukup signifikan dan berhasil menahan peningkatan arus modal keluar sebagai upaya untuk bertahan pada perlambatan ekonomi. Tren ini sedikit banyaknya dipengaruhi oleh keberadaan perusahaan multinasional yang secara tidak langsung menciptakan *global shifting* yang “menggeser” dinamika global dari Barat ke Timur. Sementara negara-negara besar atau *advanced countries* banyak melakukan tindakan proteksionisme, banyak negara kemudian mengubah orientasi perdagangannya ke EME atau yang kemudian disebut sebagai pasar non tradisional.

Afrika dikenal sebagai salah satu pasar non tradisional. China bahkan telah mengintensifkan hubungannya dengan negara kawasan sejak tahun 2000. Kawasan ini diketahui memiliki 62% populasi dengan usia dibawah 25 tahun yang secara tidak langsung menunjukkan angka angkatan kerja yang cukup signifikan. Selain itu, kawasan ini memiliki sekitar 33 juta populai *middle-class* yang diperkirakan akan memberikan pengaruh terhadap ekonomi di Afrika dengan daya belinya. Oleh karena itu, World Bank pada awal tahun 2018 memperkirakan pertumbuhan kawasan ini akan meningkat menjadi 3,2 persen pada tahun 2018 (“What Is The Indonesia Africa Forum?,” n.d.). Kawasan ini dikenal memiliki kedekatan dengan negara-negara kawasan Asia dengan deklarasi Dasasila Bandung.

Adapun Indonesia memasuki perubahan penting dalam praktek diplomasi pada tahun 2001 dimana Kementerian Luar Negeri memutuskan

poin diplomasi ekonomi sebagai salah satu tulang punggung utama dalam diplomasi untuk tujuan pembangunan nasional (Killian, 2013). Hal ini nampak dalam orientasi kebijakan luar negeri Indonesia pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo, ditandai dengan adanya poin tersebut dalam Renstra Kemlu 2015-2019. Adapun salah satu bentuk praktek diplomasi ekonomi yang dijalankan Indonesia adalah melakukan pengembangan hubungan dengan kawasan Afrika (Fitriani & Panduwinata, 2018).

India sebagai salah satu negara berkembang yang juga merupakan bagian dari kerangka Asia Afrika mengintensifkan relasinya dengan kawasan Afrika. Dibawah pemerintahan PM Narendra Modi, India memiliki orientasi kebijakan luar negeri yang cukup berbeda dibandingkan pemerintahan sebelumnya. Secara garis besar, tujuan dari kebijakan luar negeri India saat ini dapat dibagi menjadi 3 antara lain: mendapatkan pengakuan sebagai kekuatan besar, mencapai *multipolar world order* dan melaksanakan kebijakan “*Act East*”.

Melalui ini, India lalu memunculkan kampanye dengan slogan “*Make in India*”, “*Skill India*”, dan “*Startup India*” yang secara tidak langsung menunjukkan orientasinya mencari mitra perdagangan dan energi yang baru (Ogden, 2018).

Berikut adalah data mengenai ekspor kedua negara –Indonesia dan India ke berdasarkan kawasan. Tren ekspor ini menunjukkan perbedaan satu sama lain. Dalam mengakses pasar non tradisional, tren ekspor Indonesia lebih unggul di kawasan Amerika Latin sedangkan India lebih unggul di kawasan *Middle East & North Africa*. Hal ini berbanding terbalik dengan upaya diplomasi ekonomi Indonesia yang saat ini lebih cenderung kepada kawasan Afrika. Meski demikian, keduanya berada dalam konteks KAA. Oleh karenanya, tulisan ini dimaksudkan untuk melakukan perbandingan mengenai bagaimana diplomasi ekonomi Indonesia dan India di kawasan Afrika.

	Indonesia				India			
	2016		2017		2016		2017	
	Export (USD thousand)	Export Partner Share (%)	Export (USD thousand)	Export Partner Share (%)	Export (USD thousand)	Export Partner Share (%)	Export (USD thousand)	Export Partner Share (%)
World	144,489,796.42	100	168,810,042.93	100	260,326,912.34	100	294,364,490.16	100
East Asia & Pacific	79,277,630.00	54.87	94,191,802.56	55.8	59,235,011.49	22.75	76,207,218.91	25.89
Europe & Central Asia	19,439,317.97	13.45	20,484,730.77	12.13	54,174,119.60	20.81	60,421,362.62	20.53
Middle East & North Africa	5,767,111.35	3.99	6,259,096.70	3.71	51,939,046.51	19.95	52,708,059.12	17.91
North America	16,905,399.70	11.7	18,634,026.45	11.04	43,966,681.42	16.89	48,337,954.24	16.42
South Asia	13,710,325.11	9.49	18,438,385.81	10.92	17,897,470.59	6.88	20,183,921.98	6.86
Sub-Saharan Africa	2,494,437.65	1.73	2,990,728.77	1.77	16,933,207.90	6.5	19,308,894.74	6.56
Latin American & Caribbean	3,157,005.64	2.18	3,522,459.92	2.09	10,292,049.43	3.95	11,902,030.14	4.04

Sumber: WITS (<https://wits.worldbank.org>), diolah penulis

Tabel 1. Data Ekspor Indonesia dan India berdasarkan kawasan (2016-2017)

B. Pembahasan

Diplomasi Ekonomi Indonesia

Sejak awal kemerdekaannya, Indonesia dikenal menerapkan politik luar negeri bebas aktif. Hal ini dipengaruhi oleh sejarah penjajahan yang panjang yang dirasakan bangsa ini hingga merdeka pada tahun 1945. Ini juga yang menjadi latar belakang kedekatan Indonesia dengan negara-negara kawasan Afrika. Semangat Bandung yang menjadi *output* dari kerangka Asia Afrika terus dihayati dalam relasi antar negara hingga terbentuknya NAASP (*New Asian African Strategic Partnership*) pada tahun 2005. NAASP ini mencakup 3 pilar interaksi antara lain solidaritas politik, aspek ekonomi, sosial-budaya. Adapun salah satu isu utama yang dibahas dalam kerangka ini adalah isu kemerdekaan untuk Palestina. Bersamaan dengan “kepemimpinan” Indonesia dan Afrika, NAASP berhasil mengadakan 26 program dan peningkatan intensitas pertemuan diantara negara (Kementerian Luar Negeri, 2011).

Dilansir dari kemlu.go.id, jumlah kantor perwakilan Indonesia di negara-negara kawasan Afrika mencapai 15. Ini berarti hanya ada sekitar 30 persen representasi pemerintah di kawasan yang merupakan benua kedua terbesar di dunia. Itu pun masih beberapa diantaranya merangkap tugas dengan beberapa negara lain di kawasan. Namun demikian, pencapaian perdagangan antara Indonesia dan Afrika pada tahun 2018 berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan RI telah mencapai USD 4,77 miliar. Dengan berdasarkan pada klasifikasi tipologi diplomasi ekonomi, berikut analisa praktek diplomasi ekonomi Indonesia yang juga diupayakan di kawasan Afrika:

a. *External Economic Management*

Indonesia memiliki struktur kabinet yang berisikan sejumlah menteri untuk membantu tugas dan kerja presiden dalam membangun negara. Tugas dan fungsi antara kementerian berbeda-beda serta merepresentasikan kebutuhan dan kepentingan lainnya. Setidaknya 3 kementerian ini terlibat dalam urusan ekonomi luar negeri Indonesia yaitu Kementerian Luar Negeri, Kementerian.

Perdagangan dan Kementerian Perindustrian. Berdasarkan pada tabel tipologi diplomasi ekonomi, ini dapat menunjukkan pada tahap *evolving* dimana ada keterlibatan beberapa kementerian dalam mencapai tujuan ekonomi di luar negeri. Pada satu sisi, struktur ini bisa membantu percepatan akses pasar dan penyesuaian terhadap permintaan pasar. Namun di sisi yang lain, ini dapat mengarah kepada kontestasi karena masing-masing instansi akan mengedepankan kepentingan internal lembaganya. Misalnya saja pada pameran dagang internasional yang dilaksanakan di New York Agustus 2018 lalu (Saputri, 2018). Acara yang merupakan hasil kolaborasi antara BEKRAF dan Kementerian Luar Negeri mengirimkan *brand* atau delegasinya masing-masing, seolah-olah mengatasnamakan kelembagaan tersebut.

b. *Policy Management*

Salah satu aspek penting dalam upaya diplomasi ekonomi adalah mensinkronisasi aspek internal atau domestik dengan kebutuhan pasar global. Menlu Retno Marsudi dalam acara Talkshow di Universitas Padjajaran Desember 2018 lalu mengatakan bahwa itu adalah hal vital dalam diplomasi karena

menurutnya diplomasi merupakan praktek menggiring bola. Ini dapat diibaratkan dengan situasi berikut: ketika bola telah digiring mendekati gawang sepak bola sedangkan bola yang digiring merupakan bola tenis, kemungkinan besar hasil dari giringan tersebut akan berbeda jika jenis bola yang digiring adalah bola sepak seperti umumnya. Hal ini juga dapat ditunjukkan melalui kerja sama Indonesia dengan Alibaba yang kurang maksimal karena pihak BEKRAF yang menindaklanjutinya belum menentukan produk yang sesuai dengan pasar *e-commerce* tersebut (Riviyastuti, 2018) Ini menandakan poin kebijakan dalam diplomasi ekonomi Indonesia yang masih *traditional* karena minimnya koordinasi antara lembaga.

c. *Role of Non State Actor*

Ada banyak aktor swasta yang mempengaruhi dinamika ekonomi suatu negara baik yang ditujukan di dalam negeri maupun ke luar negeri. Aktor ini mencakup lembaga swadaya masyarakat, media, perusahaan dan bahkan individu. Dalam kaitannya dengan praktek diplomasi ekonomi Indonesia di kawasan Afrika, poin ini didominasi oleh perusahaan. Meskipun demikian, keterlibatannya menunjukkan kecenderungan bahwa perusahaan belum bisa berjalan secara “otonom”. Dalam aspek perdagangan, perusahaan berskala besar asal Indonesia masih meminta dukungan pemerintah untuk mengakses pasar melalui pameran perdagangan. Kalaupun membutuhkan bantuan/dukungan, bentuk bantuan untuk perusahaan berskala besar bukan lagi untuk mencapai akses pasar melainkan hal-hal yang mencakup hambatan tarif atau

non tarif. Ditambahkan pula bahwa, perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam pameran perdagangan merupakan perusahaan yang sama sehingga partisipasi *non state actor* lainnya seperti UMKM masih minim. Oleh karenanya, penulis mengasumsikan bahwa poin ini dalam diplomasi ekonomi Indonesia ke Afrika masih berada dalam tahap *traditional*.

d. *Trade Promotion*

Salah satu strategi dalam meningkatkan perdagangan yang dilakukan antara lain melalui pameran perdagangan. Dalam hal ini, diplomasi ekonomi Indonesia telah melibatkan beberapa kelembagaan seperti yang telah disebutkan dalam poin (a). Ini dapat memberikan manfaat seperti mempercepat daya gerak dalam mengakses pasar dan/atau menambah jumlah volume perdagangan. Namun demikian, promosi tidak cukup untuk mencapai tujuan diplomasi ekonomi Indonesia yang kental dengan istilah diplomasi membumi. Implementasi atau tindak lanjut merupakan poin penting bukan hanya dalam negeri sebagaimana yang telah disebutkan dalam poin (b) tetapi juga implementasi di negara mitra. Jumlah kantor perwakilan Indonesia di Afrika yang minim sama halnya dengan jumlah perwakilan promosi perdagangan. Diketahui bahwa perwakilan kementerian perdagangan melalui ITPC di Afrika hanya berada di 3 negara: Afrika Selatan, Nigeria dan Mesir. Oleh karena itu, penulis mengasumsikan bahwa poin ini dalam praktek diplomasi ekonomi dalam tahap *niche-focused*.

e. *Investment Promotion*

BKPM merupakan lembaga yang bertanggung jawab terhadap promosi investasi yang dianggap akan mempengaruhi tingkat ekspor dan juga perekonomian dalam negeri melalui terbukanya lapangan kerja. BKPM mengintegrasikan diri dengan kelembagaan seperti Kementerian Luar Negeri dan kantor perwakilan (kedutaan besar) dalam menarik minat investasi negara kawasan Afrika di Indonesia. Meski demikian, tidak ada perwakilan/ataase kelembagaan BKPM di Afrika untuk menindaklanjuti implementasi perihal investasi Indonesia di luar negeri. Salah satu aspek yang mempengaruhi intensitas investasi baik dari Indonesia ke Afrika atau sebaliknya adalah tingkat kepercayaan. Investasi Afrika di Indonesia banyak mencakup sektor-sektor sedang berlangsung sehingga memiliki sifat *low-risk*. Begitupun dengan investasi Indonesia di Afrika, faktor kepercayaan masih menjadi problematika yang masih perlu diupayakan. Namun, sejauh ini sektor investasi Indonesia di kawasan Afrika mencakup infrastruktur, *e-commerce* dan juga keuangan. Berdasarkan itu, penulis mengasumsikan bahwa promosi investasi dalam praktek diplomasi Indonesia di Afrika berada dalam tahap *evolving*.

f. *Regional Diplomacy Role*

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, relasi Indonesia dan negara kawasan Afrika salah satunya dilandasi oleh Semangat Bandung yang terbentuk pada tahun 1955. Hal ini memberikan pengaruh terhadap kedekatan emosional diantara kedua belah pihak. Walaupun awal mula relasi diplomatik yang resmi

antara Indonesia dan negara di kawasan berbeda satu dengan yang lain, kedekatan emosional dalam kerangka kawasan dapat ditunjukkan melalui “kepemimpinan” Indonesia dalam NAASP. Sebagai negara yang pernah merasakan penjajahan, kedekatan ini seharusnya membawa dampak kepada pembangunan relasi lebih lanjut. Namun demikian, setelah 64 tahun kerangka KAA dibangun, Indonesia baru mengadakan forum bisnis pertama pada tahun 2018 lalu sehingga peran diplomasi kawasan Indonesia di Afrika masih berada dalam tahap *niche-focused*.

g. *Diplomasi Ekonomi India*

Politik luar negeri India sempat mencatatkan sejarah yang cukup dinamis sejak kemerdekaannya pada tahun 1947. Hal ini disebabkan oleh keadaan sistem internasional yang dilingkupi oleh suasana Perang Dingin bersamaan dengan eksistensinya sebagai negara merdeka yang masih relatif baru. Adapun praktek diplomasi ekonomi India sebenarnya mendapat penekanan yang intensif sejak liberalisasi ekonomi pada tahun 1990-an (Centre for Policy Research, 2014) Sebelumnya India dikenal dengan sistem perekonomian yang tertutup, yang membatasi akses investasi dan bahkan ekspor keluar negara hingga berakhir dengan fenomena krisis devisa.

Tahapan diplomasi ekonomi India secara umum dibagi ke dalam empat fase, antara lain:

a. Promosi Perdagangan (awal 1970an-awal 1980an) ditandai dengan fenomena krisis minyak di Timur Tengah. India menyadari potensi pasar wilayah kaya minyak dan pengaruhnya terhadap produksi barang maupun jasa. Sejumlah

- diplomasi ditugaskan ke wilayah tersebut dengan target peningkatan hubungan perdagangan. Pada fase inilah, status India sebagai eksportir negara dengan *skill* murah mulai dikenal.
- b. Pembentukan Jaringan/ *Networking* (awal 1980an-pertengahan 1980an) yang merupakan tahap mobilisasi internal dan eksternal. Aktor-aktor seperti CII (*Confederation of Indian Industry*) dan FIEO (*Federation of Indian Export Organizations*) bekerja sama dengan Kedutaan Besar India di berbagai negara guna mengejar pangsa pasar.
 - c. *Promotion/ Branding* (akhir 1980an-akhir 1990an) merupakan masa pemeliharaan pangsa pasar melalui keterlibatan segenap aktor industri prioritas sebagai *brand ambassador*. Peran *non state actor* berjalan mendampingi upaya diplomasi yang dilakukan pemerintah melalui berbagai forum promosi.
 - d. Regulasi dan Pembentukan Rezim (2000-....) merupakan tahap pengelolaan secara struktural melalui jaringan organisasi internasional maupun regional (Ismayaton, n.d.)

Dibawah pemerintahan PM Narendra Modi, India melanjutkan kebijakan diplomasi ekonomi dengan memusatkan pada reformasi domestik dan juga menjangkau dinamika internasional untuk menarik investasi asing. Inisiatif ini juga mencakup pada kampanye “*Make in India*” yang berupaya mendorong sektor manufaktur dalam negeri (Singh, 2015) Kebijakan luar negeri ini sedikit banyaknya didorong oleh karakteristik Modi ketika masih menjadi *Chief Minister*

di Gujarat sebelum terpilih sebagai Perdana Menteri India. Ia berhasil menarik investasi dari berbagai negara seperti China, Jepang dan Singapura (Amdjad, 2014).

Adapun hubungan India dan Afrika telah terbentuk dalam kerangka Konferensi Asia Afrika. Sejak fenomena krisis minyak pada tahun 1973, relasi India dan negara-negara Afrika semakin intensif karena pemerintah menugaskan para diplomatnya untuk menjangkau pasar disana. PM Modi lalu menyampaikan bahwa:

“After assuming office in 2014, I have made Africa a top priority for India’s foreign and economic policy. The year 2015 was a watershed. The third India Africa Summit held that year was attended by all fifty-four African countries having diplomatic relations with India” (Ministry of External Affairs of India, n.d.)

Ini menunjukkan bahwa India memasukkan Afrika sebagai salah satu kawasan penting dalam praktek diplomasinya. Diketahui bahwa ada 26 kantor perwakilan pemerintah India di negara kawasan Afrika. Walaupun demikian, masih ada kantor perwakilan yang merangkap tugas untuk beberapa negara misalnya Nigeria yang mencakup Benin, Kamerun dan Chad serta Ghana yang mencakup Burkina Faso, Togo dan Sierra Leone (<https://mea.gov.in>). Lebih lanjut, India berencana mengintensifkan relasinya dengan Afrika dengan membuka 18 kedutaan baru. Selain itu, PM Modi juga mengungkapkan rencananya untuk mendirikan *Gandhi Heritage Centre* di Uganda serta menawarkan *credit lines* kepada Uganda dan 39 negara di kawasan (Feingold & Adebayo, 2018) Pencapaian

relasi tersebut merupakan akumulasi dari upaya dan strategi diplomasi ekonomi India. Berdasarkan pada itu, tulisan ini akan menganalisa beberapa aspek berkaitan dengan diplomasi ekonomi sebagai berikut:

a. *External Economic Management*

Setidaknya lembaga pemerintah yang bertugas untuk mencapai tujuan ekonomi India di luar negeri terdiri atas: *Ministry of Finance, Ministry of Commerce and Industry, Ministry of External Affairs* dan *Invest India*. Masing-masing kelembagaan memiliki tugas dan fungsi yang berkaitan dengan aspek ekonomi. Dilansir dari *website* resmi *Ministry of Finance* India, kelembagaan ini terdiri dari 5 departemen yang mana 2 diantaranya memiliki cakupan tugas berkaitan dengan ekonomi luar negeri. Namun demikian, dalam hal perdagangan, kementerian ini hanya sebatas memberikan rekomendasi atau dengan kata lain tidak terlibat secara langsung. Dalam hal investasi dan pemberian pinjaman, kelembagaan ini terlibat langsung dalam hal pembuatan keputusan pinjaman, fasilitasi investasi serta negosiasi perjanjian investasi dan lain sebagainya (<https://www.finmin.nic.in/>).

Adapun *Ministry of External Affairs* membagi kelembagaannya berdasarkan kawasan dan aspek yang berkaitan dengan hubungan luar negeri dimana relasi ekonomi merupakan aspek yang vital. Namun demikian, kelembagaan ini lebih cenderung pada pelaksanaan negosiasi dengan *elite* pemerintah baik dalam tingkat bilateral maupun multilateral. Sementara itu, perwakilan pemerintah di negara mitra yang berada dibawah lingkup kementerian ini –

embassy maupun *honorary consuls* mencakup penanganan masalah ekonomi sebagai tindak lanjut dan/atau implementasi dari hasil negosiasi para *elite* pemerintah. Selain itu, perwakilan tersebut bekerja sama dengan instansi, organisasi dan/atau perusahaan domestik berkaitan dengan promosi perdagangan dan/atau investasi.

Sementara itu kelembagaan *Ministry of Commerce and Industry* dengan 10 divisinya berfungsi untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan memonitor *foreign trade policy* yang menyediakan landasan kerangka kerja bagi kebijakan dan strategi untuk dijalankan dalam mempromosikan kegiatan ekspor dan perdagangan. Saat ini ada 14 lembaga promosi ekspor dibawah pengawasan *Ministry of Commerce and Industry* yang merupakan organisasi non profit dibawah *Companies Act/ Societies Registration Act*. Peran dan fungsi organisasi tersebut diatur dalam *Foreign Trade Policy, 2009-14* (<https://commerce.gov.in/>) Berdasarkan pada itu, penulis mengasumsikan *external economic management* dalam kerangka diplomasi ekonomi India berada dalam tahap *evolving* karena walaupun telah membagi tugas dan fungsi masing-masing, struktur ini masih memiliki kemungkinan tumpang tindih karena banyaknya organisasi promosi perdagangan yang bahkan berada di luar kerangka *Ministry of Commerce and Industry*.

b. *Policy management*

India mengkampanyekan slogan “Make in India”, “Digital India” dan sebagainya sejak pemerintahan PM Modi dimulai pada tahun 2014. Ini menjadi dasar kebijakan dalam praktek diplomasi ekonomi India. Misalnya dalam aspek

perdagangan, pemerintah India menekankan pendekatan pemerintah secara keseluruhan. Walaupun demikian, inisiatif dalam manajemen kebijakan ini didominasi oleh *Department of Commerce* dari *Union Territory (UT) Governments* dan berbagai kementerian yang ada. Dengan memperhatikan tantangan –produksi dalam negeri, kebijakan perdagangan luar negeri cenderung mendorong “produk unggulan” untuk lebih fokus dan efektif dalam mencapai pasar global. Adapun negara tujuan ekspor India bukan hanya dengan negara yang “menjanjikan” akses pasar tetapi pasar tradisional yang memberikan dampak ekonomi yang nyata menjadi perhatian penting (*Standard-Foreign Trade Policy Statement*, n.d.) Sedangkan untuk investasi, India menerapkan kebijakan yang terbuka bagi investasi asing dalam berbagai bidang, khususnya penerbangan, asuransi, media dan animasi. Namun membatasi investasi pada sektor ritel merek tunggal (Reuters, 2019) Berdasarkan itu, penulis mengasumsikan poin ini dalam diplomasi ekonomi India berada dalam tahap *evolving*. Hal ini dikarenakan sinkronisasi antara kebijakan baik investasi maupun perdagangan dilandaskan kepada visi yang telah ditetapkan sebelumnya namun kebijakan antara satu dengan yang lain masih perlu ditingkatkan sebagaimana akan dicontohkan pada poin (e) dibawah.

c. *Role of non state actor*

Dalam kelembagaan *Ministry of Commerce and Industry* seperti yang tertera dalam poin (a) disebutkan bahwa ada organisasi non profit yang berperan sebagai lembaga promosi ekspor. Selain itu, ada juga aktor non negara yang juga memainkan peran besar dalam praktek

diplomasi ekonomi di Afrika. Adalah diaspora warga negara India sebagai upaya *soft diplomacy* (Rana & Chatterjee, n.d.) Diketahui jumlah diaspora India di kawasan ini mencapai 2,8 juta dimana sebanyak 2,5 juta diantaranya merupakan PIOs (*Persons of Indian Origins*) sedangkan sisanya adalah NRIs (*Non Residents Indian*). Komunitas bisnis India yang ada di Afrika bahkan aktif melakukan interaksi berupa diskusi melalui *Digital Video Conference* perihal ekonomi. Acara yang diorganisir oleh kementerian dan *Indian High Commissions* serta kedutaan India di 11 negara Afrika ini dihadiri oleh lebih dari 400 peserta (“Indian businesses in Africa suggest steps to increase trade, investment,” 2019) Asosiasi perdagangan juga turut berperan dalam mendorong perdagangan India lintas batas negara melalui rekomendasi peningkatan anggaran (Indo-Asian News Service, 2019) Walaupun ada banyak organisasi promosi ekspor dan kemungkinan tumpang tindih, akan tetapi ini telah menunjukkan praktek diplomasi ekonomi yang *innovative*. Asumsi ini didasarkan pada relasi antara lembaga pemerintah dan non pemerintah saling bekerja sama dalam mendorong terciptanya nilai ekonomi bagi India

d. *Economic: Donor*

Salah satu strategi diplomasi ekonomi India di kawasan Afrika adalah kerja sama pembangunan. Antara tahun 2008-2011, India menjanjikan LOCs (*Lines of Credit*) lebih dari \$8 miliar dimana \$2 miliar diantaranya telah disalurkan. Ini banyak digunakan untuk berbagai proyek di bidang agrikultural, irigasi, *food processing*, listrik, IT dan

infrastruktur lainnya. *Credit lines* dilanjutkan melalui EXIM India dan 50 persen diantaranya ditujukan kepada negara-negara Sub-Sahara. Meski demikian, bantuan ini belum sepadan dengan yang diberikan oleh negara besar seperti China dan AS. Secara teoritis, bantuan ini berlandaskan pada *demand-driven* dan tidak bersifat eksploitatif (Sidhu & Godbole, 2015) Berdasarkan pada itu, penulis mengasumsikan bahwa praktek diplomasi ekonomi ini telah berada dalam tahap *evolving* karena keberlanjutan kerja sama pembangunan ini kemudian berada dalam ranah EXIM India yang merupakan sarana pendanaan berkaitan dengan kegiatan ekspor dan impor.

e. *Trade promotion*

Ada banyak organisasi promosi perdagangan di India baik di bawah kerangka pemerintah India maupun berdiri “independen” di luar pemerintahan. Meski demikian, organisasi tersebut melakukan interaksi dengan pemerintah baik di India maupun di negara mitra untuk mendukung dan bekerja bersama-sama memajukan aktivitas ekspor India. Salah satu organisasi yang dimaksud yaitu *India Trade Promotion Organisation* (ITPO) yang merupakan badan promosi perdagangan pertama di India dan katalis terhadap pertumbuhan perdagangan India. Tujuan utamanya adalah mempromosikan perdagangan eksternal dan domestik India dengan efektivitas biaya dengan mengorganisasi dan berpartisipasi dalam *international trade fair* di India maupun di luar negeri; mengorganisasi pertemuan pembeli dan penjual dan menghubungi program promosi diluar negeri; mengadakan survey pasar diluar negeri,

pertukaran dan koordinasi kunjungan delegasi bisnis dan melakukan penelitian yang dibutuhkan untuk memfasilitasi perdagangan pada sektor/pasar tertentu; mendukung UMKM untuk mengakses pasar dalam dan luar negeri; menyebarkan informasi perdagangan dan fasilitasi *e-commerce*; mengembangkan kualitas infrastruktur, pelayanan dan manajemen untuk memungkinkan pelaksanaan promosi perdagangan serta mendapatkan keterlibatan dan dukungan dari pemerintah, badan promosi perdagangan lainnya, asosiasi perdagangan dan industri dalam mempromosikan perdagangan baik dalam maupun luar negeri (Industry, n.d.) Selain itu, promosi perdagangan dirasa tidak cukup karena sebagaimana yang tercantum dalam *foreign trade policy* kondisi dalam negeri menjadi perhatian penting. *Trade Promotion Council of India* (TPCI) memberikan rekomendasi anggaran tambahan untuk memberikan intensif bagi para eksportir. Ditambahkan pula bahwa TPCI merekomendasikan pemerintah untuk secara permanen membebaskan komoditas perdagangan dari skema promosi ekspor dari *the integrated Goods and Service Tax* (IGST) dan pajak kompensasi. Selain itu, anggaran ini seharusnya menyingkirkan pajak atas barang-barang impor yang ditujukan untuk R&D sehingga investasi dalam sektor ini bisa meningkat (Indo-Asian News Service, 2019) Berdasarkan pada itu, penulis mengasumsikan bahwa poin ini termasuk dalam tahap *evolving* dimana kerja sama antar lembaga juga memasukkan kombinasi ekonomi dan politik baik praktek di dalam maupun luar negeri.

f. *Investment promotion*

Bersamaan dengan visi pembangunan yang dicanangkan dalam pemerintahan PM Modi, India membuka investasi asing pada beberapa sektor. Invest India merupakan agensi fasilitasi dan promosi investasi India yang juga bekerja sama dengan agensi lain dan juga organisasi multilateral. Kelembagaan ini didirikan pada tahun 2009 dibawah *Department for Promotion of Industry and Internal Trade, Ministry of Commerce and Industry*. Kelembagaan ini memiliki strukturisasi yang memasukkan diplomat sebagai *Board of Director* (<https://www.investindia.gov.in/>).

Disamping itu, Bank EXIM juga berperan penting dalam mempromosikan investasi melalui LOC dan sejumlah MoU yang telah dihasilkan antara pemerintah India dan pemerintah Afrika Barat (Mishra, 2019) Berdasarkan pada itu, penulis mengasumsikan poin ini berada dalam tahap *evolving*.

g. *Regional diplomacy role*

Selain melihat pada tren internasional dimana China pada tahun 2000 telah mengintensifkan relasi dengan kawasan ini melalui *Forum on China-Africa Cooperation*, India dengan berbagai kepentingannya juga semakin mengintensifkan relasi dengan Afrika melalui *India-Africa Forum Summit* (IAFS). Forum ini telah mulai digerakkan pada tahun 2009 dan dilanjutkan pada IAFS II tahun 2011 di Addis Ababa. Adapun *India-Africa Forum Summit III* diadakan di New Delhi dengan partisipasi negara kawasan Afrika dari yang hanya mencakup 17 menjadi semua 54 negara (Ministry of External Affairs of India, n.d.) Kemitraan India dan Afrika yang

berdasarkan pada model kerja sama konsultatif, non preskriptif, partisipatif dan responsif terhadap kebutuhan negara Afrika memperkuat perdagangan bilateral yang meningkat hampir 22% dari tahun sebelumnya. Perdagangan India-Afrika mencapai USD 62,66 miliar pada 2017-2018 dengan komoditas impor India yang didominasi komoditas minyak bumi (Siddiqui, 2019) Sejauh ini, praktek diplomasi ekonomi India dalam aspek ini telah menunjukkan tahap *innovative* karena India semakin menyadari posisi dan “ambisi” negaranya serta mengembangkan potensi-potensi yang ada, khususnya diaspora yang cukup signifikan.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dilihat bahwa kebijakan luar negeri India saat ini memiliki landasan yang cukup berbeda dengan Indonesia walau berada dalam kerangka KAA. India lebih cenderung dengan “ambisi” untuk menunjukkan jati diri sebagai bangsa yang memiliki “power” sehingga konsep bebas aktif dalam kebijakan luar negerinya lebih berdasarkan kepada kepentingan. Meski demikian, historikal sejarah antara India dan negara kawasan Afrika tetap menjadi perhatian seiring dengan berkembangnya kawasan tersebut. Berbanding terbalik, Indonesia menempatkan diplomasi ekonomi sebagai orientasi domestik ditandai dengan visi diplomasi membumi yang dicanangkan Kementerian Luar Negeri 2014-2019.

C. Kesimpulan

Praktek diplomasi ekonomi India dan Indonesia memiliki sejarah yang berbeda antara satu sama lain. Selain itu, tujuan, orientasi serta gaya kepemimpinan yang melandasi terciptanya diplomasi ekonomi dalam kerangka kebijakan luar negeri juga memiliki perbedaan. Adapun perbandingan praktek diplomasi ekonomi kedua negara di kawasan Afrika ditunjukkan dalam tabel dibawah ini:

	Indonesia	India
External Economic Management	Evolving	Evolving
Policy Management	Traditional	Evolving
Role of Non State Actor	Traditional	Innovative
Economic Aid: Donor	Traditional	Evolving
Trade Promotion	Niche-focused	Evolving
Investment Promotion	Evolving	Evolving
Regional Diplomacy Role	Niche-focused	Innovative

Daftar Pustaka

Amdjad, M. (2014). Mencermati India. Retrieved July 5, 2019, from <https://www.merdeka.com/khas/mencer-mati-india.html>.

Centre for Policy Research. (2014). “Mobilizing the State : Indian Economic Diplomacy in the 21st Century ” CPR Policy Brief INDIAN ECONOMIC DIPLOMACY IN THE 21 ST CENTURY Summary of Workshop. (June), 1–10.

Coolsaet, R. (2004). Trade and Diplomacy: The Belgian Case. *International Studies Perspectives*, 5(1), 61–65. <https://doi.org/10.1111/j.1528-3577.2004.00156.x>

Feingold, S., & Adebayo, B. (2018, July 26). *India strengthens diplomatic ties in Africa with plans for 18 new embassies*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2018/07/26/africa/india-embassies-africa/index.html>

Fitriani, & Panduwinata, V. C. (2018). *Analisis Kinerja Kementerian Luar Negeri Indonesia*. Jakarta.

Holsti, K. . (1992). *Politik Internasional Suatu Kerangka Analisis* (2nd ed.; W. Juanda, Ed.). Bandung: Binacipta.

<https://commerce.gov.in/> accessed on July 9, 2019

<https://www.finmin.nic.in/> accessed on July 9, 2019

Indian businesses in Africa suggest steps to increase trade, investment. (2019). Retrieved July 5, 2019, from <https://m.economictimes.com/news/economy/foreign-trade/indian-businesses-in-africa-suggest-steps-to-increase-trade-investment/articleshow/69222077.cms>

Indo-Asian News Service. (2019). Budget 2019: India’s foreign trade industry seeks tax sops, support for R&D. Retrieved July 5, 2019, from <https://www.indiatoday.in/budget-2019/msmes/story/budget-2019-india-foreign-trade-industry-seeks-tax-sops-support-for-r-d-1551762-2019-06-19>

Industry, M. of C. and. (n.d.). India Trade Promotion Organisation. Retrieved July 5, 2019, from <https://commerce.gov.in/InnerContent.aspx?Id=229>

Ismayatul. (n.d.). *Diplomasi Ekonomi dan Militer India di Asia Tenggara sebagai Pendukung Keberadaan Kluster Industri Militer*.

Kementerian Luar Negeri. (2011). Kerjasama Kemitraan Strategis Baru Asia-Afrika (NAASP). Retrieved July 10, 2019, from <https://ex.kemlu.go.id/id/kebijakan/kerjasama-regional/Pages/NAASP.aspx>

Killian, P. M. E. (n.d.). *Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia*. (2), 170–185.

Killian, P. M. E. (2013). Pemerintah Daerah dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia : Studi Kasus pada Diplomasi Komersial Jawa Timur 1. *Jurnal Ilmiah*

- Transformasi Global*, 2(November), 20–40.
- Ministry of External Affairs of India. (n.d.). *Effective Diplomacy Excellent Delivery*. Retrieved from <http://gwerkstatt.in/flip/english/#p=1>
- Mishra, A. (2019). Assessing Indian investment in West Africa. Retrieved July 9, 2019, from <https://www.orfonline.org/expert-speak/assessing-indian-investments-in-west-africa-48768>
- Ogden, C. (2018). Tone Shift: India's Dominant Foreign Policy Aims Under Modi. *Indian Politics & Policy*, 1(1), 3–23. <https://doi.org/10.18278/inpp.1.1.2>
- Okoth, J. A. (2012). *Economic Diplomacy: Dimensions and Implications*.
- Perwita, A. A. B., & Yani, Y. M. (2014). *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional* (4th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rana, K., & Chatterjee, B. (n.d.). *Introduction: The Role of Embassies*. Retrieved from http://www.cuts-international.org/pdf/Chapter1_Kishan-S-Rana_and_Bipul-Chatterjee.pdf
- Reuters. (2019). FOTO: Menengok India yang Berambisi Jadi Negara US\$5 Triliun. Retrieved July 9, 2019, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190705172842-534-409515/foto-menengok-india-yang-berambisi-jadi-negara-us-5-triliun>
- Riviyastuti, A. (2018). Sumbangan Ekraf terhadap PDB Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia. Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/sumbangan-ekraf-terhadap-pdb-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia>
- Sabaruddin, S. S. (2017). Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(1), 69. <https://doi.org/10.26593/jihi.v12i1.2545>.
- Saner, R., & Yiu, L. (2001). *Discussion Papers in Diplomacy International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times*.
- Saputri, K. (2018). Kerjasama Antar Lembaga Pemerintah Dukung Kriya Indonesia Mendunia. Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/kerjasama-antar-lembaga-pemerintah-dukung-kriya-indonesia-mendunia>
- Siddiqui, H. (2019). India-Africa trade touches \$ 62.66 billion for 2017-18, increases 22%. Retrieved July 5, 2019, from <https://www.financialexpress.com/economy/india-africa-trade-touches-62-66-billion-for-2017-18-increases-22/1444750/>
- Sidhu, W., & Godbole, S. (2015). A Case for Strengthening India-Africa Partnership. In *India and Africa Forging A Strategic Partnership* (pp. 10–13). Brookings India.
- Singh, V. (2015). India's Economic Diplomacy. Retrieved July 6, 2019, from <https://www.nbr.org/publication/indias-economic-diplomacy/>
- Standard-Foreign Trade Policy Statement*. (n.d.). Retrieved from <http://agriexchange.apeda.gov.in/FTP/FTPstatement2015.pdf>
- WHAT IS THE INDONESIA AFRICA FORUM? (n.d.). Retrieved from <https://iaf.kemlu.go.id/#random>.