

ANALISIS DIPLOMASI MINYAK INDONESIA KE ITALIA

Nadila Shakira Dewani, Aulia Srifauzi,

Hubungan Internasional,
Universitas Potensi Utama, Medan

Email : shkdewani22@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan kajian Perdagangan Bilateral yang memberikan analisis Kerjasama dua negara dalam pemenuhan kebutuhan dan mencapai kepentingan nasionalnya. Penelitian ini difokuskan pada ekspor Crude Palm Oil (CPO) Indonesia ke Italia tahun 2011-2015. Crude Palm Oil merupakan hasil olahan daging buah kelapa sawit sebagai minyak nabati yang dibutuhkan sebagai bahan industri dan konsumsi rumah tangga. Dimana Indonesia sebagai produsen minyak sawit terbesar dunia menyumbang 51% kebutuhan minyak sawit dunia dan melakukan ekspor ke berbagai negara termasuk Italia. Tulisan ini menggunakan perspektif liberalisme yang ditulis oleh Adam Smith. Perumusan seluruh argumentasi, fakta, dan kerangka teoritis penelitian ini berpedoman pada metode eksplanasi kualitatif. Teknik dalam penelitian ini melalui studi pustaka. Data diperoleh dan dikumpulkan dari buku-buku jurnal, tesis terakhir dan kemudian dari internet yang berkaitan dengan permasalahan. Penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia dan Italia memiliki hubungan yang baik dalam segala hal terutama di bidang perdagangan. Tujuan kerjasama Indonesia dengan Italia adalah untuk mempromosikan produk kelapa sawit Indonesia ke Italia. Indonesia selalu menghadapi peningkatan ekspor CPO ke Italia setiap tahunnya, dan ketergantungan Italia terhadap CPO Indonesia untuk industri biofuel dan makanan.

Kata kunci: Perusahaan Internasional, Hubungan Bilateral, Ekspor Minyak

ABSTRACT

This paper is a Bilateral Trade study that provides an analysis of the Cooperation of two countries in the fulfillment of needs and achieve their nasal interests. This research is focused on Indonesia Crude Palm Oil (CPO) Exports to Italy from 2011-2015. Crude Palm Oil is the result of processed pulp of palm fruits as vegetable oil which is needed as industrial material and household consumption. Where Indonesia as the world's largest producer of palm oil contributes 51% to the world's palm oil demand and engages in exports to various countries including Italy. This paper used the liberalism perspective written by Adam Smith. Formulation of all arguments, facts, and theoretical framework on this research is guided by qualitative explanation methods. Technique in this research is through by the study of library. Data is gotten and collected from the journal books, the last thesis and then from internet has related to the problems. This research showed that Indonesia and Italy has good relations in all things especially in the trade sector. The purpose of Indonesia in cooperation with Italy is to promote the product of palm indonesia to Italy. Indonesia always faces the increasing of CPO exports to Italy every year, and Italy's dependence to Indonesia's CPO for the biofuel and food industries.

Kata kunci: Internasional Corporation, Bilateral Relations, Oil Exports.

PENDAHULUAN

Belakangan ini diplomasi ekonomi telah menjadi perhatian penting dalam politik luar

negeri Indonesia. Sesuai visi dan misi program era Pemerintahan Joko Widodo (Jokowi) periode 2015-2019, salah satu

program prioritas utama dalam kebijakan luar negeri adalah memperkuat kinerja diplomasi ekonomi Indonesia dengan tujuan untuk turut mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Sjahril, 2016). Di lingkungan Kementerian Luar Negeri (RI) sendiri, diplomasi ekonomi telah mendapatkan perhatian khusus dan masuk sebagai salah satu dari 8 arah kebijakan yang sebagaimana tercantum pada kebijakan dan strategi Renstra Kemlu Tahun 2015-2019. Dalam mempromosikan hubungan ekonomi Indonesia di luar negeri, terdapat berbagai instansi Pemerintah Indonesia yang membuka kantor perwakilan di luar negeri antara lain: Indonesian Trade Promotion Center (Kementerian Perdagangan RI), Indonesia Investment Promotion Centre (Badan Koordinasi Penanaman Modal), Bank Indonesia, dan Visit Indonesia Tourism Officer (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif).

Salah satu komponen penting dalam diplomasi ekonomi adalah diplomasi perdagangan. Presiden Jokowi menekankan pentingnya untuk meningkatkan kinerja diplomasi perdagangan Indonesia khususnya mendorong ekspor (terutama ekspor nonmigas) keluar negeri. Dalam beberapa kesempatan, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa prioritas tugas Duta Besar RI adalah melaksanakan diplomasi ekonomi dan perdagangan khususnya promosi ekonomi untuk menggenjot ekspor (Kamaludin, 2014). Sebagaimana termaktub dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019 (RPJMN

2015-2019), kinerja ekspor Indonesia merupakan salah satu sasaran dalam diplomasi ekonomi. Dalam RPJMN 2015-2019 dijelaskan target sasaran ekspor nasional adalah pertumbuhan ekspor produk non-migas rata-rata sebesar 11.6 persen per tahun. Upaya meningkatkan ekspor Indonesia sebesar-besarnya untuk meningkatkan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi dan demi kemajuan kesejahteraan bangsa dan negara. Dalam perdagangan luar negeri RI, selama periode 2011-2015, ekspor Indonesia mengalami tren penurunan sebesar -6.59 persen. Pada tahun 2011, nilai ekspor Indonesia sebesar US\$203 milyar dan kini pada tahun 2015 nilai ekspor Indonesia menurun menjadi US\$150.25 milyar. Dalam menjalankan diplomasi perdagangan, Pemerintah Indonesia secara garis besar telah memetakan secara kasar kawasan dan negaranegara mitra dagang Indonesia menjadi dua kelompok: pasar tradisional dan pasar nontradisional (Nugraha, M. F. 2021).

Secara umum, pasar tradisional merupakan negara mitra dagang Indonesia yang dinilai telah memiliki hubungan kerjasama ekonomi yang kuat dan menjadi tujuan pasar ekspor Indonesia sejak lama seperti Amerika Serikat (AS), Jepang, dan negara-negara kawasan Eropa Barat. Sedangkan, pasar non-tradisional merupakan negara-negara yang potensial secara ekonomi dan prospektif sebagai tujuan pasar bagi Indonesia seperti negara-negara di kawasan Amerika Latin, Eropa

Tengah dan Timur, Afrika, Asia Selatan dan Tengah dan Pasifik Selatan.

Dengan merujuk klasifikasi secara kasar tersebut, Pemerintah Indonesia merumuskan dan mengambil langkah kebijakan diplomasi perdagangan, dalam hal ini khususnya untuk meningkatkan ekspor Indonesia di mancanegara serta merumuskan dan menentukan jumlah sumber daya yang dialokasikan (seperti anggaran promosi ekonomi, sumber daya fisik dan sumber daya manusia) di perwakilan Indonesia luar negeri. Menteri Luar Negeri RI dalam pernyataan pers tanggal 29 Oktober 2014 menekankan pentingnya setidaknya 4 pilar diplomasi ekonomi dan yang terkait dengan diplomasi perdagangan adalah upaya melakukan perluasan dan peningkatan akses pasar produk Indonesia dengan mendorong perubahan mindset para diplomat Indonesia agar lebih aktif melakukan diplomasi ekonomi bahkan terjun langsung di lapangan (blusukan); serta penguatan kapasitas dan sumber daya perwakilan RI di pasar non-tradisional, atau “untapped market” (Pramana, A. 2019).

Berkenaan dengan hal tersebut, maka kecermatan dan ketepatan dalam menentukan klasifikasi pasar tradisional dan pasar nontradisional menjadi sangat penting dalam mendukung diplomasi dan kebijakan perdagangan Indonesia. Lebih lanjut, studi empiris mengenai pemilihan tujuan pasar ekspor Indonesia secara konkrit (pasar tradisional dan pasar non-tradisional) tampaknya masih minim. Berlandaskan latar belakang tersebut, penulis mencoba untuk

merumuskan sebuah pemilahan tujuan pasar ekspor Indonesia dengan metode kuantitatif sehingga diharapkan dapat menghasilkan sebuah clustering tujuan pasar ekspor Indonesia secara konkrit, tidak lagi hanya secara kasat mata (kasar) ataupun pertimbangan subjektif yang sebagaimana tampaknya dilakukan oleh banyak pemangku kepentingan sebelumnya khususnya di lingkungan Pemerintah Indonesia.

Komoditas pertanian, saat ini Indonesia dapat mengandalkan perkebunan yang dalam hal ini kelapa sawit sebagai produk yang memiliki peran signifikan. Crude Palm Oil (CPO) menjadi komoditas penting bagi perdagangan internasional karena menjadi sumber daya alternatif menggantikan beberapa varian produk yang tidak dapat diperbaharui, seperti halnya produk ekstraksi dari binatang ataupun tumbuhan yang sudah langka dan tidak ramah lingkungan (Sabarudin, S. S. 2016). Pada era global, CPO menjadi komoditas yang eksklusif karena hanya dihasilkan pada negara-negara di wilayah tertentu, yaitu tropis dan sebagian sub-tropis dengan tingkat kebutuhan pangsa pasar internasional yang terus meningkat.

Adanya trend nilai ekspor minyak kelapa sawit Indonesia yang naik turun, tetap masih mengalahkan negara eksportir lainnya seperti Malaysia diperingkat kedua sebagai eksporti terbesar, disusul oleh Belanda, Papua New Guinea, Guatemala, Jerman, Honduras, Kolombia, Equator, dan Kosta Rika yang menunjukkan trend positif bagi Indonesia sebagai produksi eksportir minyak

kelapa sawit terbesar di dunia. Indonesia sebagai negara tropis, memiliki produksi minyak kelapa sawit atau CPO yang relatif sangat besar dan signifikan di pasaran perdagangan di dunia. Sejarah hubungan antara Uni Eropa dan Indonesia berawal dari abad yang lalu yang terbentuk dari aspek saling melengkapi dimana Indonesia dengan sumber daya alamnya yang melimpah menjadi penyedia pasokan dasar bagi negara-negara-negara Uni Eropa untuk ditukar dengan kapital dan teknologi mereka. Dengan latar belakang ini pada tanggal 9 November 2009 Menteri Luar Negeri RI dan Menteri Luar Negeri Swedia selaku Presiden Komisi Uni Eropa menandatangani suatu Perjanjian Kemitraan dan Kerjasama (Partnership and Cooperation Agreement - "PCA").

Dengan cara inilah Indonesia dan Italia melakukan kerjasama ekspor CPO dimana Italia merupakan bagian dari Uni Eropa yang juga memakai aturan kerjasama yang sesuai dengan ditetapkan Uni Eropa. Perjanjian ini mencakup beberapa bidang seperti perdagangan, lingkungan, energi, pendidikan, ilmu pengetahuan dan teknologi, migrasi, dan penanggulangan terorisme. Dan meneguhkan dasar-dasar kerjasama kedua pihak di masa yang akan datang dan menjadi modal untuk peningkatan dan perluasan hubungan di masa yang akan datang.

Minyak kelapa sawit (CPO) merupakan salah satu komoditi perdagangan yang memiliki pengaruh yang besar dalam sektor perekonomian Indonesia. Tidak hanya pada sektor dalam negeri saja, tetapi Indonesia

telah melebarkan distribusinya keranah luar negeri. Italia menjadi salah satu negara diantara negara-negara Uni Eropa lainnya yang menjadi konsumen terbesar CPO. Berdasarkan data yang didapat dari Istat (Italian National Statistics), nilai impor Italia untuk CPO lebih besar dari eksportnya. Hal ini menunjukkan bahwa Italia selalu mengalami defisit perdagangan CPO. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa peluang Indonesia pada komoditas CPO ini sangat besar. Indonesia menempati peringkat ke-1 sebagai negara eksportis CPO terbesar ke Italia. Permintaan CPO dari Italia lebih banyak ditujukan memenuhi kebutuhan industri biofuel, yang porsinya mencapai 65%. Sisanya 35% digunakan bagi kebutuhan baku industri makanan. Nilai impor rata-rata CPO di Italia senilai 1,2 Milyar USD dalam lima tahun terakhir, dengan profil terus meningkat dari tahun ke tahun.

TINJAUAN PUSTAKA

Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi merupakan salah satu prioritas penting dalam kebijakan luar negeri Presiden Jokowi demi mencapai pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan nasional. Secara umum, diplomasi ekonomi dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh suatu negara (perekonomian) untuk mencapai tujuan ekonomi nasional dengan memanfaatkan instrumen dan sumber daya yang ada. Menurut Kishan S. Rana (2004), diplomasi ekonomi didefinisikan sebagai berikut: "Economic diplomacy is the process through which countries tackle the outside

world, to maximize their national gain in all the fields of activity, including trade, investment and other forms of economically beneficial exchanges, where they enjoy comparative advantage; it has bilateral, regional, and multilateral dimensions, each of which is important". Dari definisi diatas, dapat tergambarkan bahwa perdagangan internasional dan investasi menjadi perhatian utama dalam diplomasi ekonomi. Maka dari itu tidak mengherankan pada dalam RPJMN 2015- 2019, aspek perdagangan internasional (dalam hal ini meningkatkan kinerja ekspor nasional) menjadi prioritas dalam diplomasi ekonomi Indonesia. Terdapat pula istilah commercial diplomacy (diplomasi perdagangan), tetapi menurut Aleksius Jemadu (2015) dijelaskan bahwa prinsip definisi diplomasi perdagangan juga menekankan unsur-unsur esensial yang sama demi meningkatkan pembangunan ekonomi dalam negeri.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dalam menjalankan diplomasi ekonomi (dalam hal ini, diplomasi perdagangan), Pemerintah Indonesia secara garis besar telah memetakan secara kasar kawasan dan negara-negara mitra dagang Indonesia menjadi dua kelompok: pasar tradisional dan pasar non-tradisional. Pembahasan dan perdebatan mengenai pasar tradisional dan pasar non-tradisional Indonesia telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun demikian, saat ini sebagian besar terkait pembahasan clustering tujuan pasar ekspor Indonesia ini tampaknya lebih kepada sekedar dugaan dan pandangan dari para pemangku

kepentingan (khususnya kalangan Pemerintah Indonesia) serta kalau pun dilakukan kajian lebih sekedar analisis perkiraan awal (dugaan) tanpa ditelaah lebih lanjut secara mendalam. Maka, studi secara mendalam mengenai klasifikasi dan pemilahan tujuan pasar ekspor Indonesia tampaknya masih terbatas.

Terdapat banyak pernyataan yang disampaikan oleh pejabat Pemerintahan Indonesia mengenai perbedaan definisi dan pemilahan pasar tujuan ekspor Indonesia. Wakil Menteri Perdagangan RI dalam suatu kesempatan pernah menyampaikan bahwa telah terjadi diversifikasi pasar ekspor Indonesia dari pasar tradisional (negara maju) ke pasar non-tradisional (pasar berkembang) dan pasar-pasar baru (seperti Afrika) (Purba, J. H. 2019). Merujuk pernyataan tersebut, maka secara kasar dapat diinterpretasikan bahwa pasar tradisional Indonesia merupakan pasar tujuan ekspor Indonesia di negara-negara maju, sedangkan yang dimaksudkan dengan pasar non-tradisional adalah pasar berkembang.

Menko Perekonomian RI pernah menyampaikan bahwa selama ini ekspor Indonesia hanya terfokus pada Tiongkok dan Amerika Serikat yang merupakan pasar tradisional pelaku usaha di nusantara, sedangkan pasar non-tradisional seperti kawasan Afrika dan Asia Tengah perlu digarap (Prayoga, 2015). Di lain kesempatan, Kemendag RI menjelaskan negara dan kawasan pasar tradisional Indonesia seperti AS, Tiongkok, Jepang, Singapura, Malaysia, Thailand, Jerman, Prancis, Inggris, Australia,

Korea Selatan dan India. Sedangkan untuk kategori pasar non-tradisional antara lain adalah Afrika, Timur Tengah, Asia Tengah, Eropa Timur dan Amerika Latin (Riyadi, 2012). Lebih lanjut, dalam siaran Pers Kemendag RI disampaikan bahwa transaksi kontak dagang dengan negara-negara Eropa Barat seperti Spanyol, Yunani, Italia dan Inggris masuk dalam kategori pasar tradisional (Kementerian Perdagangan RI). Di lingkungan Kementerian Luar Negeri, Menlu RI pada salah satu kesempatan pernah menyampaikan bahwa negara-negara dan kawasan yang masuk kategori pasar tradisional Indonesia antara lain adalah ASEAN, Amerika Serikat, dan beberapa negara Eropa Barat. Sedangkan pasar nontradisional Indonesia antara lain: Eropa Tengah dan Timur, Amerika Latin, dan Afrika (Susanto dan Roza, 2015).

Berdasarkan rujukan pernyataan yang disampaikan oleh berbagai pejabat kalangan Pemerintah RI, maka dapat terilustrasikan akan terdapatnya kecenderungan kesamaan pandangan mengenai kawasan pasar yang masuk dalam kategori pasar tradisional dan non-tradisional. Namun jika dilihat berdasarkan negaranya, maka disini tampak adanya beberapa ketidaksamaan negara-negara yang masuk dalam kategori pasar tradisional dan non-tradisional Indonesia. Maka dari itu, alangkah lebih baiknya jika dilakukan studi secara lebih mendalam mengenai clustering tujuan pasar ekspor Indonesia tersebut.

Studi mengenai pemilahan pasar tradisional dan non-tradisional Indonesia tampaknya masih belum banyak dilakukan.

Salah satu dari sedikit studi mengenai pemilahan tujuan ekspor Indonesia tersebut adalah kajian yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan RI (2015). Kemendag RI secara resmi tidak merilis kajian tersebut kepada publik, namun dalam salah satu Diskusi Terbatas (DT) yang dilakukan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa (Pusat P2K2 Amerop) dengan Kementerian Perdagangan RI pernah didiskusikan secara singkat mengenai upaya Kemendag RI dalam memilah tujuan pasar ekspor Indonesia (Pusat P2K2 Amerop, 2015). Kemendag RI (c.q. Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri/PKPLN) menjelaskan bahwa di lingkungan PKPLN pernah melakukan uji coba kajian pemilahan tujuan pasar ekspor Indonesia tersebut.

Pasar Ekspor Indonesia

Kemendag RI (c.q. PKPLN) mengklasifikasi pasar tujuan ekspor Indonesia menjadi dua yaitu: pasar tradisional dan pasar non-tradisional. Negara-negara yang masuk dalam kategori pasar tradisional adalah Negara yang secara konsisten masuk dalam 5 besar tujuan ekspor selama lebih dari 40 tahun. Lebih lanjut, untuk negara kategori pasar nontradisional dibagi menjadi dua macam yaitu negara kategori ekspor sudah berkembang dan negara potensial untuk pengembangan ekspor (untapped market). Dengan memanfaatkan metode tersebut, disimpulkan bahwa negaranegara yang masuk kategori pasar tradisional antara lain: Amerika Serikat, Jepang, dan beberapa

negara di kawasan Eropa Barat. Setelah dilakukan clustering tersebut, selanjutnya PKPLN melakukan kajian pemilahan negara potensial diikuti dengan sebuah analisis Market Potential Index (MPI). Hasil MPI tersebut menjadi masukan penentuan apakah diperlukan Atase Perdagangan di negara tujuan ekspor bagi Indonesia. Di lingkungan PKPLN Kemendag RI, clustering tujuan pasar ekspor Indonesia juga dimanfaatkan sebagai masukan untuk mengambil saran kebijakan dan diplomasi ekonomi Indonesia. PKPLN membagi dua macam strategi diplomasi ekonomi berdasarkan tujuan pasar ekspor Indonesia yaitu:

Negara-negara di pasar tradisional. Arah diplomasi ekonomi Indonesia adalah mempertahankan pasar yang telah dibangun sebelumnya. Negara-negara kategori ekspor sudah berkembang dan untapped countries (pasar non-tradisional). Dalam kategori ini, penekanan diplomasi ekonomi Indonesia adalah membuka pasar baru salah satunya dengan membuka akses pasar. Hubungan Bilateral Ekonomi Kerjasama Bilateral berawal dari adanya hubungan internasional untuk melakukan kerjasama Internasional antar negara demi kepentingan negara untuk meningkatkan beberapa sektor yang tidak dapat dipenuhi oleh negara sendiri. Pemahaman Kerjasama Bilateral berbeda dengan Kerjasama Internasional. Kerjasama International terdiri dari beberapa jenis salah satunya yaitu Kerjasama Bilateral. Kerjasama Bilateral yang terdiri dari dua negara terbentuk dalam hubungan diplomatik, ekonomi (perdagangan), politik,

pendidikan dan kebudayaan. Kerjasama Bilateral berawal dari adanya hubungan internasional untuk melakukan kerjasama Internasional antar negara demi kepentingan negara untuk meningkatkan beberapa sektor yang tidak dapat dipenuhi oleh negara sendiri. Pemahaman Kerjasama Bilateral berbeda dengan Kerjasama Internasional. Kerjasama International terdiri dari beberapa jenis salah satunya yaitu Kerjasama Bilateral. Kerjasama Bilateral yang terdiri dari dua negara terbentuk dalam hubungan diplomatik, ekonomi (perdagangan), politik, pendidikan dan kebudayaan (Rizkyan, N).

Kerjasama dapat berjalan melalui berbagai konteks yang berbeda. Kebanyakan interaksi berbentuk kerjasama terjadi pada dua pemerintah yang memiliki kepentingan atau menghadapi masalah serupa secara bersamaan. Model kerjasama lainnya dilakukan oleh masing-masing negara yang diwadahi organisasi dan perjanjian internasional. Beberapa organisasi seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menetapkan bahwa kerjasama yang berlangsung diantara negara anggota organisasi tersebut dilakukan atas dasar pengakuan kedaulatan nasional masing-masing negara. Kerjasama yang dilakukan antar pemerintah dua negara yang berdaulat dalam rangka mencari penyelesaian bersama terhadap suatu masalah yang menyangkut kedua negara tersebut melalui perundingan, perjanjian, dan lain sebagainya disebut sebagai kerjasama bilateral. Kerjasama bilateral merupakan suatu bentuk hubungan dua negara yang saling

mempengaruhi atau terjadinya hubungan timbal balik yang dimanifestasikan dalam bentuk kooperasi. Pola kerjasama bilateral meliputi proses:

Respon atau kebijakan aktual dari negara yang menginisiasi. Persepsi dari respon tersebut oleh pembuat keputusan di negara penerima. Aksi balik dari negara penerima keputusan. Persepsi oleh pembuat keputusan dari negara penginisiasi.

Menurut Teuku May Rudy dalam buku *Studi Strategis: Dalam Transformasi Sistem Internasional Pasca Perang Dingin* mengatakan bahwa, dalam membentuk sebuah kerjasama bilateral setiap negara memiliki tujuannya masing-masing, oleh karena itu setiap negara merumuskan sebuah kebijakan yang menyangkut dengan kepentingan negara tersebut (Purba, J. H. 2019). Kishan S. Rana mengatakan bahwa kerjasama bilateral : “Dalam diplomasi bilateral konsep utama yang digunakan adalah sebuah negara akan mengejar kepentingan nasionalnya demi mendapatkan keuntungan yang maksimal dan cara satu-satunya adalah dengan membuat hubungan baik dan berkepanjangan antar negara” (Nugraha, M. F. 2021). Adapun beberapa faktor yang menjadi fokus perhatian di dalam suatu kerjasama internasional adalah sebagai berikut:

Pertama, negara bukan lagi sebagai aktor eksklusif dalam politik internasional melainkan hanya bagian dari jaringan interaksi politik, militer, ekonomi, dan kultural bersama-sama dengan aktor ekonomi dan masyarakat sipil.

Kedua, kerjasama internasional tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kepentingan masing-masing negara yang terlibat di dalamnya, melainkan juga oleh institusi internasional kepentingan yang berbeda dari negara-negara anggotanya, tetapi juga memiliki dan bisa memaksakan kepentingannya sendiri. Konsep Diplomasi Dalam Hubungan Internasional. Di dalam ilmu hubungan internasional dikenal beberapa perspektif yaitu, idealisme, realism, liberalisme, behavioralisme, strukturalisme, dan pluralis. Penulis menggunakan perspektif liberalism (Adam Smith) yang mana pelaku-pelaku bisnis, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri memainkan peranan penting terhadap jalannya perekonomian global (Pramana, A. 2019). Kaum liberal percaya bahwa demi memenuhi kepentingan nasionalnya sendiri setiap bangsa harus bersikap terbuka dan kooperatif dalam hubungan ekonomi dengan negara lain. Pada dasarnya, pengejaran kepentingan sendiri dalam suatu sistem ekonomi, nasional maupun internasional, yang bebas dan kompetitif bisa menghasilkan keuntungan maksimum bagi sebagian besar pelaku dalam sistem itu. Didalam tulisan ini, teori yang digunakan adalah teori Kerjasama Internasional. Kerjasama merupakan hubungan yang tidak didasari oleh paksaan dan telah disahkan secara hukum, seperti organisasi internasional. Kerjasama terjalin karena adanya kecocokan antar aktor sebagai respon dan merupakan antisipasi terhadap pilihan yang diambil aktor lainnya. Kerjasama diadakan dalam perundingan

secara nyata dengan tujuan untuk mengetahui kepentingan masing-masing aktor. Jika tujuan masing-masing sudah diketahui, maka tidak perlu untuk mengadakan perundingan. Kerjasama dalam masyarakat internasional merupakan suatu keharusan sebagai akibat terdapatnya hubungan interdependensi dan bertambah kompleksnya hubungan manusia dalam masyarakat internasional. Kerjasama internasional terjadi karena adanya national understanding serta mempunyai tujuan yang sama, keinginan yang didukung oleh kondisi internasional yang saling membutuhkan. Kerjasama itu didasari oleh kepentingan bersama diantara negara-negara, namun kepentingan itu tidak identic.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebuah cara yang ditempuh untuk memecahkan sebuah permasalahan yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Pada penulisan artikel ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada kualitas atau hal terpenting dari sifat suatu barang atau benda. Hal terpenting dari suatu barang atau jasa berupa kejadian/fenomena/gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori.

Sejalan dengan hal tersebut, jenis penelitian kualitatif yang digunakan ialah penelitian deskriptif dengan teknik studi literatur. Studi literatur merupakan teknik penelitian yang dilakukan untuk mengkaji

dan meninjau secara kritis sebuah permasalahan yang akan diteliti. Peneliti akan menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari dokumen, arsip, buku, artikel, makalah dan hasil penelitian lainnya. Maka dari itu, dalam artikel dengan membahas mengenai Analisis Diplomasi Minyak Indonesia Italia ini akan menggunakan teknik ini agar dapat mendapatkan data dan fakta yang relevan dengan permasalahan di atas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Diplomasi Minyak Indonesia Italia. Di Indonesia dan Uni Eropa memiliki potensi yang signifikan untuk lebih meningkatkan hubungan bilateral bagi kepentingan bersama melalui pembentukan suatu Perjanjian Kemitraan dan Kerjasama (Partnership and Cooperation Agreement - "PCA"). PCA yang dibentuk pada bulan November 2009. Perjanjian kerjasama ini mencakup beberapa bidang seperti perdagangan, lingkungan, energi, pendidikan, ilmu pengetahuan dan teknologi, migrasi, dan penanggulangan terorisme. Mengembangkan hubungan perdagangan, demokrasi, dan hak asasi manusia, tindakan terhadap perubahan iklim dan terorisme di dalam dan di luar negeri serta memperluas hubungan antarmanusia merupakan fokus utama. European Union-Indonesian Partnership and Cooperation Agreement (EU-IDNPCA) merupakan dasar kerjasama Indonesia dengan Italia yang merupakan salah satu negara yang ada di Uni Eropa (Habibie, A. B. 2016). Dalam

perjanjian tersebut dibahas mengenai sektor pertanian dengan lebih ditekankan pada.

kebijakan pertanian dan wacana internasional serta pertanian secara umum kemungkinan menghilangkan hambatan perdagangan untuk hasil pertanian, ternak, dan produk-produknya; kebijakan pembangunan di wilayah pertanian; kebijakan kualitas untuk hasil pertanian, ternak, dan indikasi geografis yang terlindungi; pengembangan pasar dan pemajuan hubungan perdagangan internasional; pengembangan pertanian yang berkelanjutan.

Dalam perjanjian tersebut dapat terlihat bahwasannya negara-negara Uni Eropa menyatakan minatnya dalam pembangunan pertanian, meningkatkan kualitas hasil pertanian dan kemungkinan menghilangkan hambatan perdagangan pertanian yang menguntungkan bagi Indonesia. Hubungan ekonomi dan perdagangan Indonesia dan Italia terus meningkat ditunjukkan dengan volume perdagangan yang meningkat dari tahun ke tahun. Total nilai perdagangan Italia dengan Indonesia selama tahun 2020 mencapai US\$ 2,6 milyar, meningkat 19,1% dibanding periode yang sama di tahun 2019 yang hanya sebesar US\$ 2,1 milyar. Dari angka tersebut, Indonesia mendapatkan surplus sebesar US\$ 1,4 milyar.⁹ Dari data tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan hubungan perdagangan antara Indonesia dan Italia. Komoditas utama ekspor Indonesia ke Italia, tiga diantaranya adalah berasal dari komoditas produk pertanian, bahkan salah satunya menduduki peringkat pertama, yaitu: kelapa sawit

(peringkat pertama dengan nilai US\$ 975 juta); resin(peringkat ketiga dengan nilai US\$ 93 juta); dan kopi (peringkat ke enam dengan nilai US\$ 58,8 juta).

Ekspor produk pertanian Indonesia dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan yang pesat mulai dari 34% di tahun 2021 menjadi 41.5% di tahun 2012 dan 53.2% di tahun 2013.¹⁰ Data tersebut menunjukkan bahwasannya produk pertanian Indonesia terutama kelapa sawit (CPO) menjadi salah satu komoditi yang berpotensi besar di pasar Italia. Kinerja impor Italia terhadap produk CPO HS 1511 dunia total nilai impor produk CPO adalah sebesar US\$ 1549,86 juta pada tahun 2018. Secara keseluruhan, kinerja impor Italia terhadap produk CPO menunjukkan pertumbuhan positif selama periode 2010 – 2020 sebesar 16,67%. Selama periode 2020 – 2021, nilai impor produk CPO pada tahun 2020 mengalami kenaikan tajam sekitar 17,21% dibandingkan dengan data pada tahun 2019. Kenaikan ini karena semakin berkembangnya pertumbuhan ekonomi di negara Italia sehingga tingkat konsumsi akan CPO semakin meningkat (Alfianisa, I. N. 2021).

Hubungan Perdagangan Ekspor Minyak Indonesia-Italia Dalam era globalisasi saat ini, setiap negara-negara bersaing untuk menunjukkan eksistensi dalam sistem internasional. Dalam hal ini bukan lagi dalam bentuk hard power berwujud perang tapi sudah beralih kepada soft power dalam bentuk kerjasama internasional. Salah satu bentuk kerjasama internasional adalah melalui perdagangan internasional yang

saling menguntungkan. Hal inilah yang dilakukan oleh Negara Italia dan negara Indonesia. Hubungan perdagangan antara Indonesia dan Italia memiliki potensi besar untuk peningkatan ekonomi antar kedua negara terkhusus dalam hal ekspor dan impor CPO. Crude Palm Oil (CPO) menjadi komoditas penting bagi perdagangan internasional karena menjadi sumber daya alternative menggantikan beberapa varian produk yang tidak dapat diperbaharui, seperti halnya produk ekstraksi dari binatang ataupun tumbuhan yang sudah langka dan tidak ramah lingkungan. Di era global, CPO menjadi komoditas yang eksklusif karena hanya dihasilkan pada negara-negara wilayah tertentu, yaitu tropis dan sebagian sub-tropis dengan tingkat kebutuhan pangsa pasar internasional yang terus meingkat (Alfianisa, I. N. 2021). Sebagai negara penghasil CPO pertama terbesar di dunia, CPO Indonesia masih dihadapkan pada beberapa masalah yang cukup serius untuk ditangani.

Meskipun peta perdagangan luar negeri komoditas ini cenderung membentuk trade domination, dimana kebutuhan CPO dunia tinggi dan hanya beberapa negara saja yang memiliki kapasitas untuk memproduksi CPO, namun pada kenyataannya posisi tawar (bargain position) Indonesia masih relatif rendah karena adanya isu-isu lingkungan hidup (global environment) yang menyertainya. Disinilah kemudian strategi kebijakan menjadi sangat diperlukan untuk terus dapat memperjuangkan eksistensi CPO di pangsa ekspor internasional (Gaol, D. F. 2018). Dalam menghadapi persaingan pada

pasar UE, Indonesia hendaknya melakukan peningkatan kualitas CPO, dengan tetap memperhatikan kualitas Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Indonesia Sustainable palm Oil (ISPO). Dengan produksi sawit yang ramah lingkungan, diharapkan kebijakan internasional, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSOP) dan Renewable Energy Directive (RED) tidak menjadi hambatan signifikan bagi ekspor CPO ke pasar Eropa. Industri minyak kelapa sawit mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi kontributor penting dalam pasar minyak nabati dunia. Permintaan akan minyak sawit terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan banyaknya negara maju yang beralih dari penggunaan lemak-trans ke alternatif yang lebih sehat (Anandita, D. N. 2021).

Dari kedua negara pengimpor CPO terbesar di UE yaitu Belanda dan Italia, terlihat bahwa Italia merupakan pasar potensial bagi CPO Indonesia karena industri CPO Indonesia mampu menguasai market share pada pasar Italia dalam tujuh tahun terakhir. Kondisi market share Indonesia di pasar Italia jauh di atas pesaing utama, Malaysia. Hal ini menunjukkan Italia merupakan pasar yang cukup stabil bagi Crude Palm Oil Indonesia. Kondisi ini akan memberikan peluang untuk lebih meningkatkan ekspor komoditas CPO ke pasar Itali. Secara umum, CPO merupakan bahan baku utama yang dibutuhkan industri produk makanan olahan (processed food), sabun/deterjen, kosmetik dan biodiesel di Italia.

KESIMPULAN

Indonesia dan Uni Eropa memiliki potensi yang signifikan untuk lebih meningkatkan hubungan bilateral bagi kepentingan bersama melalui pembentukan suatu Perjanjian Kemitraan dan Kerjasama (Partnership and Cooperation Agreement - "PCA"). PCA yang dibentuk pada bulan November 2009. Perjanjian kerjasama ini mencakup beberapa bidang seperti perdagangan, lingkungan, energi, pendidikan, ilmu pengetahuan dan teknologi, migrasi, dan penanggulangan terorisme. Mengembangkan hubungan perdagangan, demokrasi, dan hak asasi manusia, tindakan terhadap perubahan iklim dan terorisme di dalam dan di luar negeri serta memperluas hubungan antarmanusia merupakan fokus utama.

Kerjasama Indonesia dan Italia merupakan sebagai bentuk kepentingan nasional Indonesia, di mana dalam kerjasama bilateral antara kedua negara yang menjadi tujuan akhir ialah keuntungan. Setiap negara di dunia tidak ingin mengalami kerugian dalam suatu perjanjian kerjasama, masing-masing negara menerapkan sistem win-win solution atau saling menguntungkan satu sama lain. Dapat disimpulkan bahwa kerjasama bilateral yang dilakukan oleh Indonesia adalah kerjasama yang saling menguntungkan dan memiliki potensi yang cukup menjanjikan dalam kerjasama jangka panjang karena ketergantungan kebutuhan antara negara Indonesia dan Italia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, D. N. (2021). Diplomasi Perdagangan Luar Negeri Pemerintah Indonesia Dalam Memajukan Ekspor Perhiasan Ke Swiss Periode 2014-2019.
- Alfianisa, I. N. (2021). Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Merespon RED II. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(8), 1271-1285.
- Astuti, W. R. D., & Fathun, L. M. (2020). Diplomasi Ekonomi Indonesia di Dalam Rezim Ekonomi G20 Pada Masa Pemerintahan Joko Widodo. *Intermestic: Journal of International Studies*, 5(1), 47-68.
- Fathun, L. M. Peran Paradiplomacy dalam Presidensi G20 Indonesia: Studi Kasus Diplomasi Kota Jakarta pada Urban 20. *Indonesian Perspective*, 2022(1).
- Gaol, D. F. (2018). Faktor Penghambat Diplomasi Cpo Indonesia Di Pasar Eropa. *Indonesian Journal of International Relations*, 2(2), 38-50.
- Habibie, A. B. (2016). Strategi Indonesia Dalam Mengatasi Black Campaign Sawit Untuk Meningkatkan Ekspor Crude Palm Oil (CPO) Periode Tahun 2007-2012. *Global and Policy Journal of International Relations*, 4(01).
- KRISDIANA, E. (2022). Analisis Pengaruh Embargo Minyak Iran Oleh Amerika Serikat Terhadap Hubungan Bilateral Iran-China (2004-2010) Melalui Energy Security.
- Natalis, N. (2022). Perbandingan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi dalam Konteks Negara Indonesia Dan Italia.
- Kusharbianto, H. (2008). *DINAMIKA MINYAK SEBAGAI SARANA DIPLOMASI (STUDI KASUS: IRAK-AS MENJELANG PERANG TELUK III TAHUN 2003)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Negeri, B. K. S. L. (2020). Buletin DIPLOMASI Edisi VIII Tahun 2021.
- Nugraha, M. F. (2021). Analisis Strategi Perlawanan Indonesia Dalam

- Diskriminasi Kelapa Sawit Oleh Uni Eropa. *Al-Adalah: Jurnal Hukum dan Politik Islam*, 6(1), 88-105.
- Pramana, A. (2019). *Penerapan Pembangunan Berkelanjutan Uni Eropa Dalam Ekspor Minyak Sawit Indonesia Tahun 2009-2018* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Purba, J. H. V. (2019). *Industri Sawit Indonesia dalam Perspektif Minyak Nabati Global*. Kesatuan Press.
- RIZKYAN, N. Respon Indonesia Terhadap “Kampanye Hitam” Ekspor Sawit Oleh Uni Eropa.
- Sabaruddin, S. S. (2016). Penguatan diplomasi ekonomi Indonesia mendesain clustering tujuan pasar ekspor Indonesia: pasar tradisional vs pasar non-tradisional. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(2), 205-219.
- Setiawan, A., Sulastri, E., Aprianto, E., & Maulana, I. (2020, October). Analisis Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Asia Tengah. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).