

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, perilaku ataupun tindakan yang dilakukan oleh negara-negara mulai berubah, dalam hal ini untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Pada era-era sebelumnya, negara yang ingin mencapai kepentingan nasionalnya siap untuk berperang dengan negara lain, menggunakan militer untuk mendapatkan kepentingannya. Namun, seiring perkembangan zaman, perang bukan lagi cara yang efisien dan menguntungkan untuk mencapai kepentingan nasional. Hal ini dikarenakan dunia internasional telah melihat pengaruh yang dihasilkan oleh perang tersebut, seperti dalam Perang Dunia pertama dan kedua. Perang hanya menghasilkan korban jiwa, kerusakan infrastruktur, kerusakan lingkungan dan lain-lain.

Pada saat ini dalam mencapai kepentingan nasional setiap negara memilih untuk melakukan kerjasama satu dengan yang lain. Kerjasama internasional antar negara dapat dilakukan oleh dua (bilateral) atau lebih (multilateral) negara. Kerjasama yang dilakukan juga berbeda tergantung dari bidang kerjasama yang dilakukan, seperti kerjasama dalam bidang ekonomi dan politik. Indonesia sendiri pada saat ini telah menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa negara. Salah satu negara yang telah menjalin hubungan kerjasama dengan Indonesia adalah Inggris.

Kerjasama Indonesia dan Inggris sendiri sudah terjadi jauh sebelum kemerdekaan Indonesia itu sendiri, dimana pada saat pelaut Inggris pertama yaitu Sir Francis Drake, yang pada saat itu tiba di Kepulauan Maluku, yang dimana ini mengawali Inggris untuk masuk ke Indonesia untuk melakukan perdagangan komoditas rempah-rempah seperti lada, cengkeh, pala dengan masyarakat sekitar. Namun, hubungan kerjasama kedua negara secara resmi baru dilakukan, diawali dengan pembukaan hubungan diplomatik kedua negara pada Desember 1949. Indonesia dan Inggris sendiri tidak hanya bekerjasama dalam hubungan bilateral, namun keduanya juga bekerjasama dalam organisasi internasional, seperti G-20. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dan Inggris memiliki nilai dan kepentingan yang sama, dengan keanggotaan kedua negara dalam G-20. Melihat perkembangan teknologi yang ada pada saat ini, kerjasama

antara Indonesia dan Inggris telah berkembang dan membuka peluang-peluang kerjasama baru antara kedua negara.

Dekade terakhir ini hubungan kerjasama Indonesia dan Inggris telah mengalami perkembangan, salah satunya dalam hal kerjasama perdagangan, dimana Inggris merupakan salah satu dari lima mitra dagang terbesar bagi Indonesia. Pada tahun 2013 nilai perdagangan antara kedua negara mencapai US\$ 2,72 miliar, dimana Indonesia mengalami surplus sebesar US\$ 553 juta, pada tahun 2014 nilai perdagangan sebesar US\$ 2,55 miliar, dengan surplus Indonesia sebesar US\$ 764 juta, dan pada tahun 2015 nilai perdagangan sebesar US\$ 2,34 miliar, dengan surplus Indonesia sebesar US\$ 708 juta. Selain itu, dalam hal investasi, Inggris sendiri telah banyak berinvestasi di Indonesia, dimana pada tahun 2013 Inggris berinvestasi sebesar US\$ 1,08 miliar dalam 231 proyek, tahun 2014 sebesar US\$ 1,59 dalam 182 proyek, dan pada tahun 2015 sebesar US\$ 503,22 juta dalam 267 proyek (Kementerian Luar Negeri, 2018). Kedua negara juga memiliki hubungan kerjasama dalam bidang lain, melihat pada kepentingan nasional dan juga isu – isu internasional yang sedang terjadi, seperti isu perubahan iklim dan terorisme. Kedua negara juga memiliki forum-forum untuk memperdalam dan mengembangkan hubungan kerjasama antar kedua negara, seperti *UK - Indonesia Partnership Forum*.

Kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara tersebut telah mengalami perkembangan baik dalam kerjasama perdagangan, investasi, dan juga kerjasama dalam isu-isu internasional. Selain itu, melihat dari perkembangan teknologi dan persaingan ekonomi global yang sangat ketat pada saat ini, membuat kedua negara harus membuka kerjasama baru yang dimana dapat membantu untuk bertahan dalam persaingan dalam panggung internasional. Salah satu kerjasama baru yang dalam beberapa dekade yang menjadi salah satu fokus dalam kepentingan nasional kedua negara yaitu dalam kerjasama dalam bidang ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan sebuah sektor ekonomi baru yang dalam beberapa dekade terakhir ini menjadi fokus perhatian beberapa negara. Ekonomi kreatif sendiri menurut Bapak Ekonomi Kreatif, John Howkins, ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berhubungan dengan ide dan uang, dimana imajinasi dan kreativitas menentukan apa yang orang-orang ingin lakukan dan hasilkan (BEKRAF, 2018). Beberapa organisasi internasional seperti *United Nations Education Science and Culture Organization (UNESCO)*, *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* dan *World Intellectual Property Organization (WIPO)* juga mengeluarkan definisinya masing-masing mengenai ekonomi

kreatif, yang dimana intinya adalah ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan ekonomi yang menggabungkan penciptaan, produksi dan komersialisasi konten kreatif yang tidak terwujud dan bersifat budaya dengan menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utama dalam siklus produksi barang dan jasa, yang dimana semua hal tersebut dilindungi oleh hak cipta (BEKRAF, 2017). Melihat dari beberapa pengertian yang telah dituliskan sebelumnya, bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah paradigma ekonomi baru, dimana dalam ekonomi kreatif yang menjadi sumber daya utamanya atau modal adalah kreativitas dan modal intelektual manusia, dimana nantinya dapat menciptakan sebuah produk barang ataupun jasa, yang dilindungi oleh hak cipta dan akan menambah nilai ekonomi, meningkatkan kualitas hidup, serta menjaga kelestarian budaya. Beberapa industri yang masuk kedalam ekonomi kreatif adalah industri kuliner, industri fesyen, industri musik dan lain-lain.

Ekonomi kreatif telah menjadi fokus perhatian bagi beberapa negara, termasuk Inggris dan Indonesia. Di Inggris, ekonomi kreatif pertama kali dimasukkan dalam agenda pemerintahan pada tahun 1997, saat masa pemerintahan Perdana Menteri Tony Blair dan juga hal ini membuat Inggris menjadi negara pertama yang menjadikan ekonomi kreatif dalam agenda negara. Pemerintah Inggris pada saat itu melalui departemen baru, yaitu *Department for Culture, Media and Sport (DCMS)* mengeluarkan *Creative Industries - Mapping Document 1998*. Hingga pada saat ini ekonomi kreatif masih menjadi salah satu agenda pemerintah Inggris, dikarenakan ekonomi kreatif sendiri memiliki prospek yang baik, dimana ekonomi kreatif di Inggris memiliki pertumbuhan rata-rata sebesar 9% setiap tahunnya, diatas pertumbuhan ekonomi negara sebesar 2% - 3% setiap tahunnya, dan menyumbangkan US\$ 12, miliar pertahunnya terhadap pendapatan nasional, yang mana menjadi sumber pendapatan kedua terbesar bagi negara setelah sektor finansial (Sudayat, 2015). Hal ini menjadikan ekonomi kreatif menjadi sektor dengan pertumbuhan paling cepat dalam seluruh perekonomian Inggris.

Di Indonesia ekonomi kreatif telah terlihat ketika digelarnya Pekan Produk Budaya Indonesia pada tahun 2007, yang kemudian berubah menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia pada tahun 2009. Dimana pada tahun yang sama, dibawah pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), pemerintah telah memberi perhatian terhadap ekonomi kreatif di Indonesia dengan mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dan pada tahun 2011 diterbitkannya Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum dibentuknya kementerian baru yang bertanggung jawab atas ekonomi kreatif yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (BEKRAF,

2017). Melihat hal ini, pemerintah Indonesia menaruh perhatian dalam membangun dan mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia, dan berharap agar ekonomi kreatif nantinya dapat menjadi sektor pendukung perekonomian nasional Indonesia.

Melihat hal tersebut, dapat dikatakan bahwa kedua negara melihat ekonomi kreatif memberi perhatian terhadap ekonomi kreatif, dimana memiliki prospek yang menguntungkan untuk negara, dan dapat menjadi kekuatan baru dalam dunia internasional. Maka dari itu kedua negara melakukan kerjasama ekonomi kreatif, dimana dengan membawa kepentingan nasional masing, terutama untuk mengembangkan ekonomi kreatif kedua negara. Kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Inggris pertama kali ditetapkan yaitu pada masa pemerintahan Presiden SBY, pada saat kunjungan kerja yang dilakukan pada tahun 2012. Dengan ditandatanganinya *Memorandum of Understanding* (MoU) mengenai kerjasama dalam bidang industri kreatif oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dari Indonesia dan Menteri DCMS dari Inggris. Kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara ini bertujuan untuk mempromosikan kerjasama antar masyarakat kedua negara, meningkatkan pengembangan SDM kedua negara memfasilitasi dan mendukung kerjasama antar masyarakat kedua negara dalam ekonomi kreatif. Kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara mencakup dalam beberapa sektor, yaitu musik, film, fesyen, arsitektur, seni dan kerajinan, desain, animasi, permainan, pengembangan digital dan kuliner.

Selain itu, dengan adanya kerjasama ini, pemerintah Indonesia berharap ekonomi kreatif Indonesia dapat berkembang dengan mempelajari bagaimana pemerintah Inggris dalam mengembangkan ekonomi kreatif di negaranya dan juga untuk memperkenalkan produk-produk ekonomi kreatif Indonesia di Inggris. Hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan minat konsumen Inggris terhadap produk ekonomi kreatif Indonesia, sehingga ekspor produk ekonomi kreatif Indonesia meningkat ke Inggris. Namun, ekspor produk ekonomi kreatif Indonesia ke Inggris, setiap tahunnya dari tahun 2010 sampai dengan 2016 menurun, pada tahun 2010 nilai ekspor Indonesia ke Inggris mencapai dengan US\$ 689,8, pada tahun 2011 menurun menjadi US\$ 656,0, sampai dengan 2016 nilai ekspor Indonesia ke Inggris hanya mencapai US\$ 511,6 (Subdirektorat Statistik Ekspor, 2017).

Kerjasama ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Indonesia dan Inggris pada tahun 2012 sampai dengan 2016, masih belum menciptakan hasil yang memuaskan, terutama bagi Indonesia, yang terus mengalami penurunan tiap tahunnya, dalam sektor ekspor. Namun, walaupun demikian Indonesia pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi),

memperbarui MoU kerjasama ekonomi kreatif dengan Inggris, pada saat Presiden Jokowi melakukan kunjungan kerja ke Inggris pada 19 - 20 April 2016 (Purba, 2016). Kerjasama tersebut dilakukan kembali, agar dapat mempererat hubungan kerjasama kedua negara, dan juga pemerintah Indonesia masih percaya bahwa dengan adanya kerjasama ini, ekonomi kreatif Indonesia dapat berkembang, walaupun dalam kerjasama sebelumnya tidak memberikan pengaruh yang baik dalam perkembangan ekspor produk ekonomi kreatif Indonesia ke Inggris.

Kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia dan Inggris ini telah membentuk beberapa program, contohnya seperti *Programme Of UK-ID 2016 - 2018* (UK/ID). UK/ID merupakan sebuah kampanye tiga tahun, dimana bertujuan untuk membantu pelaku dan komunitas kreatif berkumpul bersama, kolaborasi dan menyatukan ide yang nantinya hasil dari kolaborasi tersebut akan dibagikan ke masyarakat kedua negara. Program-program yang dilaksanakan oleh kedua negara dan juga bantuan yang diberikan kepada pelaku dan komunitas kreatif, ini ditujukan salah satunya untuk meningkatkan kualitas SDM terkait dengan ekonomi kreatif dan terutam untuk mengembangkan ekonomi kreatif Inggris dan Indonesia.

Berangkat dari pemaparan diatas, disini penulis memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai kerjasama ekonomi kreatif Indonesia dan Inggris dan pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 - 2018. Penulis akan melihat implementasi dari kerjasama tersebut, yang berupa program dan juga bantuan kepada pelaku dan komunitas ekonomi kreatif, dan bagaimana pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, melihat dari pemaparan yang sudah dijelaskan mengenai kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Inggris, maka disini penulis mengajukan pertanyaan penelitian, yaitu:

“Bagaimana pengaruh kerjasama ekonomi kreatif Indonesia - Inggris terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia tahun 2016 - 2018?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis dalam penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

“Menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana bentuk dan implementasi dari kerjasama ekonomi kreatif Indonesia dan Inggris pada tahun 2016 sampai dengan 2018, serta bagaimana pengaruh kerjasama tersebut terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 sampai dengan 2018.”

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, melalui hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau masukan bagi peneliti sendiri, serta bagi mahasiswa Hubungan Internasional lainnya dalam mempelajari studi Hubungan Internasional mengenai kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Inggris, serta pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 sampai dengan 2018.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih bagi masyarakat, pelaku dan komunitas yang bergerak dalam bidang ekonomi kreatif dan juga lembaga terkait mengenai kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Inggris, serta pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 sampai dengan 2018.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berfokus terhadap program dan bentuk implementasi lain dari kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Inggris, seperti program UK/ID 2016 - 2018 yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulis juga disini hanya akan berfokus terhadap pengaruh dari kerjasama tersebut terhadap perkembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 - 2018.