

**DIPLOMASI PERDAGANGAN LUAR NEGERI PEMERINTAH  
INDONESIA DALAM MEMAJUKAN EKSPOR PERHIASAN KE SWISS  
PERIODE 2014-2019  
SKRIPSI**



Oleh:

**DHEA NANDINI ANINDITA**

**17323093**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

**DIPLOMASI PERDAGANGAN LUAR NEGERI PEMERINTAH  
INDONESIA DALAM MEMAJUKAN EKSPOR PERHIASAN KE SWISS  
PERIODE 2014-2019**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh  
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



**Oleh:**

**DHEA NANDINI ANINDITA**

**17323093**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

### DIPLOMASI PERDAGANGAN LUAR NEGERI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MEMAJUKAN EKSPOR KE SWISS PERIODE 2014-2019

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh  
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal

20 Agustus 2021

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi

  
Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A.

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1 Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A.



2 Gustri Eni Putri S.IP., M.A.



3 Karina Utami Dewi, S.IP., M.A.



## **PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 23 Agustus 2021



Dhea Nandini Anindita

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat, karunia, dan  
kasih sayang

Yang Engkau berikan kepada saya dari awal perjuangan dan di akhir  
perjuanganku. Terima kasih

Ya Allah atas segala kebahagiaan dan kenikmatan Yang Engkau hadirkan dalam  
hidupku. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi besar

Muhammad SAW.

*“Kedua Orang Tua Ku Yang Selalu Kusayang”*

الْحَمْدُ لِلَّهِ

(Segala Puji Bagi Allah)

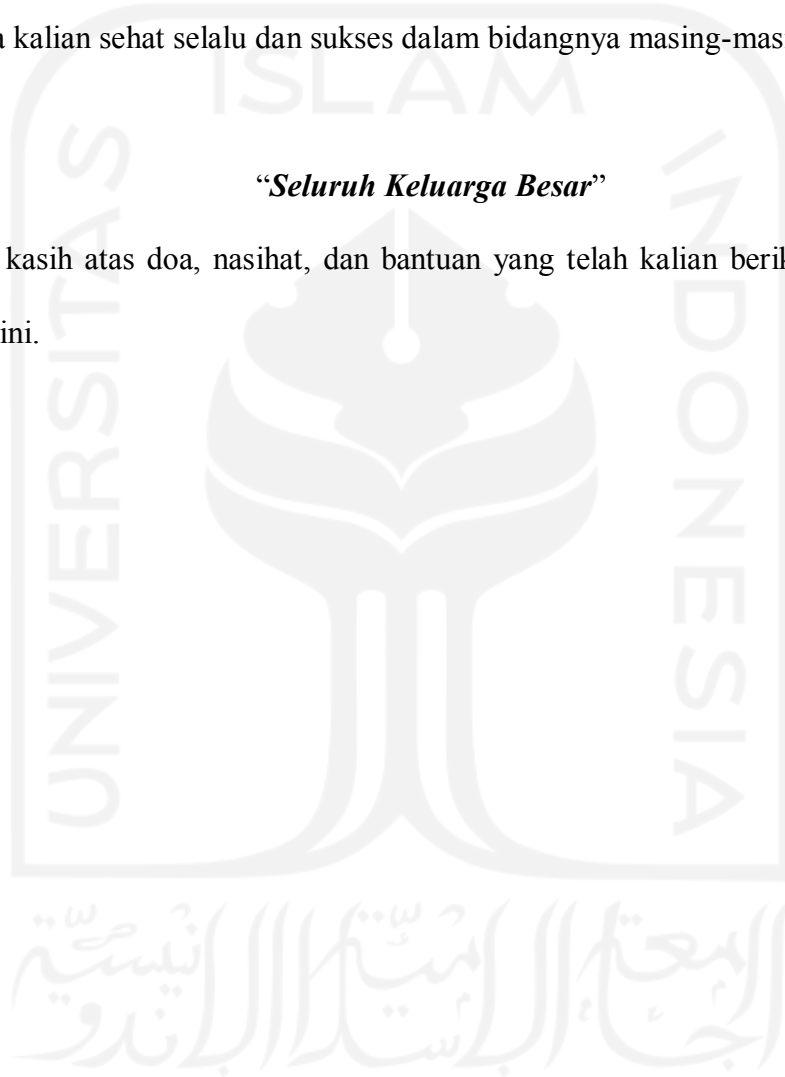
Makna syukurku kepada Allah SWT yang telah mengkaruniakan diriku kedua orang tua yang selalu menyanyangi, mendukung, mendoakan, dan selalu sabar dalam membimbing diriku tanpa lelah hingga sampainya diriku di titik ini. Selesainya karya sederhana ini sebagai bentuk persembahan kecil “Terima Kasihku” kepada papa dan mama. Ku sadari karya ini tidak sebanding dengan apa yang telah kalian berikan selama ini dalam hidupku. Semoga selama perjalanan kuliah dan pembuatan karya ini memberikan motivasi dan membukan pintu kesuksesan bagi diriku di masa depan.

***“Saudara dan Saudari Ku Yang Ku Cintai”***

Terima kasih kepada kakakku yang bernama Pradito Adhimakayasa dan Adikku yang bernama Adinda Putri Paramitha atas bantuan dan dukungannya untuk saya. Alhamdulillah saya telah menyelesaikan skripsi ini berkat doa kalian berdua. Semoga kalian sehat selalu dan sukses dalam bidangnya masing-masing.

***“Seluruh Keluarga Besar”***

Terima kasih atas doa, nasihat, dan bantuan yang telah kalian berikan kepadaku selama ini.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya atas limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, yang merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi. Saya menyadari bahwa dalam proses pengerjaan skripsi ini tidak bisa lepas dari bimbingan dan bantuan baik materil maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., MA.g., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik. Saya ucapkan Terima kasih banyak atas bimbingan, motivasi, bantuan dan dukungan yang diberikan kepada saya selama kuliah di prodi Hubungan Internasional, Universitas Islam Indonesia. Terima kasih atas ilmu dan saran yang diberikan kepada saya guna untuk membantu saya menjadi pribadi yang baik. Terima kasih telah menyempatkan waktu untuk bimbingan meskipun sedang sibuk. Semoga bapak selalu dilimpahkan kebahagiaan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

3. Dosen-dosen HI UII khususnya dan tanpa terkecuali, Bapak Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A., Bapak Hasbi Aswar, S.IP., M.A., Bapak Enggar Furi Herdianto, S.IP., M.A., Ibu Gustri Eni Putri S.IP., M.A., Ibu Karina Utami Dewi, S.IP., M.A., serta seluruh dosen-dosen Hubungan Internasional lainnya serta dosen UII. Terima kasih atas semua ilmu yang telah di berikan kepada saya selama saya kuliah di UII kurang lebih empat tahun. Semoga bapak dan Ibu dosen yang tercinta senantiasa selalu berada dalam lindungan Allah SWT.

4. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu mendoakan anaknya. Do'a dari mama dan papa merupakan kekuatan bagiku di perantauan. Terima kasih yang tak terhingga kepada papa dan mama yang selalu menyayangiku, membimbing, membesarkan, dan mendidik aku untuk menjadi orang yang baik. Terima kasih atas kerja keras papa dan mama demi menyekolahkanku. Semoga kerja keras dan jerih payah papa dan mama menjadi berkah dan semoga selalu diberikan kesehatan dan kemuliaan oleh Allah SWT.

5. Saudara dan saudari kandungku, Pradito Adhimakayasa dan Adinda Putri Paramitha, yang selalu mendoakanku. Semoga Allah selalu memberikan kemudahan dalam berbagai hal cita-cita kita bersama di masa depan dan selalu dalam lindungan Allah.

Yogyakarta, 23 Agustus 2021

(Dhea Nandini Anindita)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Signifikansi Penelitian .....	6
I.5 Cakupan Penelitian .....	7
I.6 Tinjauan Pustaka.....	7
I.7 Landasan Konseptual .....	11
I.8 Metode Penelitian .....	15
<b>BAB II</b>	
<b>PERKEMBANGAN INDUSTRI PERHIASAN INDONESIA SEBAGAI KOMODITAS EKSPOR PERDAGANGAN LUAR NEGERI.....</b>	<b>18</b>
II.1 Diplomasi Indonesia dalam <i>Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA)</i> .....	18
II.2 Perkembangan Industri Perhiasan di Indonesia .....	21
II.3 Ekspor Perhiasan Indonesia ke Swiss 2014-2019 .....	25
<b>BAB III</b>	
<b>APLIKASI TEORI: DIPLOMASI PERDAGANGAN LUAR NEGERI SEKTOR PERHIASAN OLEH PEMERINTAH INDONESIA KE SWISS PERIODE 2014-2019 .....</b>	<b>28</b>

III.1 Regulasi Produk Perhiasan di Pasar Swiss dan Pengaruhnya terhadap Ekspor Perhiasan Indonesia .....	30
III.2 <i>Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA)</i> sebagai Landasan Kerja sama Ekspor Perhisan Indonesia ke Swiss .	34
III.3 Peran Pemerintah Indonesia dan Industri Kecil Menengah (IKM) Perhiasan dalam Kontribusi Ekspor Komoditi Perhiasan Indonesia .....	40
III.4 Perhiasan Indonesia di Pasar Global dan Pengaruhnya terhadap Permintaan Swiss.....	43
<b>BAB IV</b>	
<b>PENUTUP</b> .....	<b>47</b>
IV.1 Kesimpulan.....	47
IV.2 Saran dan Rekomendasi .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>50</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel II.2 Nilai Ekspor Perhiasan Indonesia ke Negara Tujuan .....	24
Tabel III.2 Komoditi Ekspor Indonesia ke EFTA .....	37
Tabel III.3 Kebijakan Pemerintah Indonesia dan Kontribusi IKM Industri Perhiasan terhadap Ekspor Komoditi Perhiasan.....	41
Tabel III.4 Rangkuman Bab III .....	45



## DAFTAR SINGKATAN

AFTA	: <i>Asean Free Trade Area</i>
APINDO	: Asosiasi Pengusaha Indonesia
BTBMI	: Buku Tarif Bea Masuk Indonesia
EFTA	: <i>European Free Trade Association</i>
GATT	: <i>The General Agreement on Tariffs and Trade</i>
HS	: <i>Harmonized System</i>
IE-CEPA	: <i>Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement</i>
IKM	: Industri Kecil Menengah
ITPC	: <i>Indonesia Trade Promotion Center</i>
KADIN	: Kamar Dagang dan Industri Indonesia
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
MUBA	: <i>Mustermesse Basel</i>
OECD	: <i>The Organization for Economic Co-operation and Development</i>
PDB	: Produk Domestik Bruto
SNI	: Standar Nasional Indonesia
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
WTO	: <i>World Trade Organization</i>

## ABSTRAK

Ekspor sebagai salah satu bentuk perdagangan internasional semakin sering dilakukan oleh negara-negara di tengah perekonomian dunia yang semakin terkait satu sama lain. Adanya kemajuan teknologi dan kreativitas manusia di era ekonomi baru membuat munculnya ekonomi kreatif sebagai kegiatan yang mengutamakan kreativitas manusia dan budaya serta warisannya yang dapat menunjang masa depan. Indonesia memiliki ekonomi kreatif yang terbagi dalam 16 sektor, salah satunya sektor *fashion* yang merupakan sektor yang memiliki tingkat ekspor tertinggi dalam industri kreatif Indonesia. Perhiasan sebagai komoditi yang tercakup dalam sektor *fashion* yang juga turut berkontribusi melalui eksponya. Perhiasan menjadi satu dari sepuluh komoditi utama Indonesia untuk diekspor. Salah satu negara tujuan ekspor perhiasan Indonesia yaitu Swiss. Perhiasan sendiri memang menjadi komoditi utama ekspor ke Swiss yang mana dapat mencapai nilai 2 Miliar USD. Perhiasan Indonesia yang kebanyakan dibuat dengan tangan oleh para pengrajin IKM perhiasan menjadikan kelebihan dari perhiasan Indonesia itu sendiri. Ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss ini dilandasi oleh *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA)*. Selain itu, pemerintah Indonesia dan IKM perhiasan juga saling bekerja sama untuk meningkatkan ekspor perhiasan Indonesia tersebut.

**Kata Kunci:** *Ekspor, Ekonomi Kreatif, Fashion, Perhiasan, IE-CEPA.*

## ABSTRACT

*Exports as a form of international trade are increasingly being carried out by countries in the midst of a world economy that is increasingly related to one another. The existence of technological advances and human creativity in the new economic era makes the emergence of the creative economy as an activity that prioritizes human creativity and culture and heritage that can support the future. Indonesia has a creative economy which is divided into 16 sectors, one of which is the fashion sector which is the sector that has the highest export rate in Indonesia's creative industry. Jewelry as a commodity included in the fashion sector also contributes through its exports. Jewelry is one of Indonesia's ten main commodities to be exported. One of the export destinations for Indonesian jewelry is Switzerland. Jewelry itself is indeed the main export commodity to Switzerland which can reach a value of 2 billion USD. Indonesian jewelry, which is mostly handmade by jewelry IKM craftsmen, is an advantage of Indonesian jewelry itself. Indonesian jewelry exports to Switzerland are based on the Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA). In addition, the Indonesian government and jewelry SMEs also work together to increase exports of Indonesian jewelry.*

**Keywords:** *Export, Creative Economy, Fashion, Jewelry, IE-CEPA.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Negara dapat maju dan berkembang tentunya tidak lepas dari adanya kegiatan perekonomian dalam sistem ekonomi dari negara itu sendiri. Kata ekonomi sendiri memiliki makna. Menurut Adam Smith, ekonomi merupakan suatu ilmu yang berkaitan dengan kekayaan, yang mana mempelajari hal-hal atau sarana kekayaan suatu bangsa yang berfokus pada sebab material dari kemakmuran itu sendiri, seperti hasil pertanian, hasil industri, dan sebagainya. Selain itu, Hermawan Kartajaya juga berpendapat bahwa ekonomi merupakan wadah (*platform*) bagi para sektor industri untuk melakukan kegiatannya (Safri, 2018, p. 8). Pertumbuhan ekonomi sangat penting dalam sebuah konteks perekonomian sebuah negara karena dapat menjadi acuan atau ukuran dari pencapaian perekonomian negara itu sendiri bahkan di setiap tahunnya (Wellyanti, 2015, p. 93). Karena, jika negara sedang mengalami masa-masa di mana perekonomiannya sedang merosot, tentunya negara tersebut ingin berupaya semaksimal mungkin untuk menemukan beragam solusi dari masalah tersebut demi meningkatkan kembali ekonominya. Wijono (2005) juga mengungkapkan bahwa indikator terjadinya pembangunan yang maju, salah satunya didasari oleh pertumbuhan ekonomi itu sendiri.

Di tengah perekonomian dunia yang semakin terkait satu sama lain (Todaro & Smith, 2006, p. 79), muncul kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan negara-negara yang diharapkan mampu meningkatkan kebutuhan ekonomi mereka.

Ada beberapa faktor yang mendorong suatu negara melakukan perdagangan internasional, diantaranya untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa dalam negeri, memperoleh keuntungan dan meningkatkan penerimaan negara, serta untuk meningkatkan kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk dapat mengolah sumber daya (Salvatore, 1996). Ekspor adalah salah satu bentuk perdagangan internasional. Triyoso (1994) mengungkapkan definisi ekspor yaitu kegiatan yang memproduksi barang dan jasa yang dilakukan di suatu negara untuk digunakan atau dikonsumsi di luar batas negara tersebut (Wellyanti, 2015, p. 94). Negara yang melakukan ekspor akan mendapatkan devisa.

Semakin majunya teknologi dan kreativitas manusia, komoditi yang tergolong non-migas pun semakin berkembang. Muncul istilah ekonomi kreatif di era ekonomi baru ini sebagai sumber untuk meningkatkan ekonomi nasional. Jhon Howkins adalah seorang tokoh yang mempopulerkan istilah ekonomi kreatif tersebut. Menurut Jhon Howkins (2002), ekonomi kreatif itu merupakan kegiatan ekonomi yang menjadikan sebuah kreatifitas yang didukung oleh Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), budaya beserta warisannya, dan juga lingkungan sebagai harapan untuk menunjang masa depan (Prahara, 2018, p. 8). Di Indonesia sendiri, menurut PP No. 72 Tahun 2015 tentang perubahan atas PP No. 6 Tahun 2015 mengenai Badan Ekonomi Kreatif, bahwa ekonomi kreatif Indonesia terbagi menjadi 16 sektor, yaitu aplikasi & *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film dan animasi, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. Tetapi, hanya 7 sektor yang komoditinya sering diekspor ke luar



negeri, yaitu *fashion*, kuliner, film dan animasi, kriya, musik, seni rupa, dan penerbitan. Sektor yang memiliki tingkat ekspor tertinggi yaitu *fashion* dan kriya (Bekraf & BPS, 2017, p. 13). Bidang *fashion* memang semakin berkembang dan inovatif. Masyarakat Indonesia dan negara-negara lain juga mulai menjadikan *fashion* menjadi sebuah hal yang penting seiring berkembangnya zaman. Salah satu komoditi pendukung dalam bidang *fashion* ini adalah perhiasan. Perhiasan memang sebagai aksesoris pelengkap penampilan agar terlihat lebih menawan bahkan berkelas. Industri perhiasan Indonesia sendiri kian cemerlang. Para pelaku industri perhiasan Indonesia mampu memproduksi perhiasan yang kebanyakan *handmade*, serta dengan teknik dan ornamen yang indah, bahkan terkadang terdapat cerita dibalik motif atau ukiran yang dibuat di barang perhiasan tersebut. Adanya potensi yang dimiliki industri perhiasan ini, membuat perhiasan menjadi komoditi yang sering diekspor ke berbagai negara, diantaranya Swiss, Singapura, Uni Emirat Arab, Amerika Serikat, Hongkong, dan lain-lain. Menurut Kementerian Perdagangan, perhiasan menjadi salah satu dari 10 komoditi utama ekspor non-migas selama lima tahun terakhir hingga tahun 2014 (Ramadhani, 2014). Bahkan dalam Portal Statistik Perdagangan, di tahun 2016-2020, perhiasan masih termasuk dalam *top* 10 komoditi ekspor non-migas (Kementerian Perdagangan RI, 2021).

Salah satu negara tujuan yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Swiss. Selain Swiss memiliki permintaan cukup kuat terhadap barang perhiasan Indonesia terutama berbahan logam mulia (Bekraf & BPS, 2017, p. 69), alasan kuat dalam memilih Swiss yaitu bahwa perhiasan sendiri menjadi komoditi ekspor utama dan tertinggi ke Swiss yaitu dengan nilai ekspor yang dapat mencapai sekitar

2.096.641.638 USD (Badan Pusat Statistik, 2021). Meskipun Amerika Serikat menduduki urutan pertama sebagai negara tujuan yang memiliki nilai ekspor perhiasan Indonesia terbesar pada periode 2014-2019, tetapi Amerika Serikat bukan menjadi negara tujuan ekspor dengan komoditi utama perhiasan. Hal tersebut terbukti dengan nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Amerika Serikat dengan nilai paling tinggi hanya mencapai 374.576.065 USD (*Ibid*). Sehingga, dapat dikatakan bahwa komoditi perhiasan yang dipilih dalam penelitian ini yaitu karena selain memang perhiasan sebagai salah satu dari 10 komoditi utama ekspor non-migas ke beberapa negara tujuan, alasan yang paling penting adalah bahwa perhiasan Indonesia sendiri memang merupakan komoditi utama Indonesia yang diekspor ke Swiss.

Awal hubungan diplomatik Indonesia dengan Swiss yaitu pada tahun 1951. Swiss sebagai mitra yang penting bagi Indonesia baik dalam bidang perdagangan, pariwisata, pendidikan vokasi, investasi, maupun kerja sama pembangunan (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2018). Indonesia sendiri merupakan salah satu dari delapan negara prioritas Swiss untuk perihal kerja sama pembangunan yang berjalan selama tiga periode yaitu periode 2009-2013, periode 2013-2016, serta periode 2017-2020 (*Ibid*). Ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss ini diperantarai juga melalui perjanjian antara Indonesia dengan EFTA atau dikenal dengan Indonesia-EFTA *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE-CEPA). *European Free Trade Association* atau EFTA merupakan sebuah organisasi regional yang beranggotakan empat negara Eropa, yaitu Swiss, Norwegia, Liechtenstein, serta Islandia. Organisasi ini bertujuan untuk mendorong

integrasi ekonomi dan perdagangan bebas bagi negara-negara anggotanya maupun mitranya. EFTA memiliki kantor pusat di Jenewa, Swiss (EFTA, 2015). EFTA yang didirikan pada tahun 1960 ini, sudah memiliki perjanjian perdagangan bebas (*Free Trade Agreement*) dengan 40 negara mitra yang salah satunya adalah Indonesia dan masih ada 4 perundingan yang masih berjalan (Ditjenppi Kementerian Perdagangan, 2021). Perundingan IE-CEPA ini telah dimulai pada tahun 2010 ketika masa kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono. Lalu, pada tahun 2014 perundingan sempat dihentikan sementara karena adanya pergantian pemerintahan di Indonesia dan perundingan aktif kembali di tahun 2016, serta penandatanganan perjanjian ini di tahun 2018. Dengan adanya IE-CEPA ini, hubungan perdagangan Indonesia dan Swiss dapat meningkat dan dapat memiliki peraturan perdagangan yang lebih transparan (*Ibid*).

Penelitian ini akan berfokus dalam jangka tahun 2014-2019, karena periode tersebut merupakan masa pemerintahan periode pertama Presiden Joko Widodo. Selain itu, dalam periode 2014-2019 ini nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss lebih tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun dalam periode sebelumnya<sup>1</sup>. Dalam penelitian ini, penulis juga akan membahas IE-CEPA sebagai sarana diplomasi politik perdagangan antara Indonesia dengan Swiss dalam hal ini mengenai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss, serta kebijakan pemerintah dan kontribusi IKM perhiasan dalam meningkatkan ekspor perhiasan Indonesia.

---

<sup>1</sup> Peningkatan nilai ekspor perhiasan dalam periode 2014-2019 ini terjadi sekitar 12% dibandingkan dengan periode sebelumnya tahun 2009-2014 yaitu 9%. Data pertumbuhan nilai yang lebih rinci dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam melakukan diplomasi perdagangan luar negeri sektor perhiasan ke Swiss periode 2014-2019?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis kebijakan dan upaya pemerintah Indonesia dalam melakukan diplomasi perdagangan di sektor perhiasan ke Swiss periode 2014-2019;
2. Mengkaji IE-CEPA sebagai landasan kerja sama Indonesia dengan Swiss di sektor perhiasan yang berkontribusi terhadap industri kreatif Indonesia;
3. Mengetahui potensi yang dimiliki industri perhiasan Indonesia sehingga dapat berkontribusi terhadap ekspor Indonesia.

## **I.4 Signifikansi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis upaya pemerintah Indonesia terhadap industri kreatif Indonesia yaitu dalam ekspor sektor perhiasan ke Swiss melalui perjanjian perdagangan Indonesia-EFTA. Karena, seperti yang telah dipaparkan bahwa industri perhiasan Indonesia mampu memberikan kontribusi yang besar bagi ekonomi Indonesia dan memiliki daya saing yang kuat di internasional. Sejauh yang telah saya telusuri, belum ada penelitian yang membahas persis mengenai upaya pemerintah Indonesia terhadap industri perhiasan Indonesia sebagai komoditi ekspor ke Swiss melalui IE-CEPA ini. Swiss pun merupakan negara anggota EFTA yang memiliki permintaan yang cukup kuat terhadap perhiasan Indonesia (Ditjenppi Kementerian Perdagangan, 2021). Potensi

ekspor perhiasan Indonesia nampaknya juga belum terlalu diketahui banyak pihak atau masyarakat, padahal perhiasan termasuk satu dari 10 komoditi ekspor andalan Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini begitu penting karena dapat mengetahui sumber devisa Indonesia dari sektor lain yaitu sektor perhiasan yang tidak kalah pentingnya terhadap kontribusi nilai ekspor nasional, dan penelitian ini dapat menjadi penelitian baru.

### **1.5 Cakupan Penelitian**

Fokus penelitian ini yaitu bagaimana pemerintah Indonesia melakukan upaya dalam mengembangkan industri perhiasan Indonesia dengan mengekspor perhiasan ke Swiss melalui IE-CEPA. Perhiasan dan Swiss juga dipilih dalam fokus penelitian ini karena perhiasan memang menjadi komoditi utama yang diekspor ke Swiss hingga memiliki nilai ekspor yang mencapai 2 Miliar USD. Penulis akan membatasi penelitian ini dalam periode 2014-2019, karena merupakan periode awal pemerintahan baru, serta dalam periode tersebut nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss lebih besar dibandingkan tahun-tahun di periode sebelumnya. Lalu, konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep *New Economic Diplomacy* oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock.

### **1.6 Tinjauan Pustaka**

Di era globalisasi ini, kegiatan ekspor menjadi salah satu hal yang sering dilakukan berbagai negara dalam diplomasi ekonomi. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas karena banyak sekali komoditi potensial yang dimiliki Indonesia untuk diekspor ke berbagai negara. Selain itu, terdapat berbagai perjanjian perdagangan yang berperan dalam meningkatkan kerja sama perdagangan

antarnegara. Sehingga terdapat beberapa pustaka yang membahas mengenai hal tersebut. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut.

Pada penelitian skripsi yang berjudul “*ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan Ekspor Komoditas Perhiasan Indonesia ke Singapura Tahun 2014-2019*” oleh Keke Levina Sudarman, yang membahas bagaimana peran AFTA dalam meningkatkan ekspor komoditi perhiasan Indonesia ke Singapura. Dalam penelitian ini, AFTA sebagai landasan bagi hubungan dagang antara Indonesia dan Singapura tersebut, yang mana sama-sama sebagai anggota ASEAN. Penulis ingin menelusuri peran AFTA karena menurutnya AFTA masih belum cukup berhasil memberikan manfaat yang maksimal dalam meningkatkan perdagangan antara negara anggota ASEAN, dan beberapa masing-masing negara anggotanya masih lebih fokus terhadap kegiatan perdagangan ke negara-negara lain diluar anggota ASEAN. Oleh karena itu, penulis ingin menganalisis upaya AFTA dalam meningkatkan keuntungan dalam ekspor komoditi perhiasan Indonesia ke Singapura dalam jangka waktu yang telah ditentukan (Sudarman, 2020, pp. 3-5).

Selanjutnya, terdapat laporan pasar perhiasan Indonesia di luar negeri, yaitu di Kanada, yang dibuat oleh *Indonesia Trade Promotion Center (ITPC)* dalam Market Brief mengenai “*Peluang Pasar Produk Perhiasan (Jewellery) di Kanada*” ini, di tahun 2007-2011 permintaan Kanada terhadap produk perhiasan meningkat. Indonesia adalah salah satu pemegang peran penting dalam memasok atau mengekspor perhiasan ke Kanada meskipun bukan sebagai negara pemasok utama. Nilai impor perhiasan tertinggi Kanada terhadap Indonesia berada di tahun 2011 dengan nilai 9,71 juta US\$. Salah satu trend perhiasan Indonesia di pasar Kanada

yaitu perhiasan etnik terutama anting dan kalung yang besar (Indonesian Trade Promotion Center, 2012, pp. 1-5).

Selain itu, terdapat komoditi potensial Indonesia lainnya yang diekspor. Seperti dalam *Journal of Socioeconomics and Development* dengan judul “*Indonesian Coffee Exports and It’s Relation to Global Market Intergration*”, jurnal tersebut memberikan gambaran mengenai salah satu komoditi potensial Indonesia yaitu kopi yang diekspor ke pasar global. Kopi Indonesia semakin terkenal di mancanegara dan digolongkan juga secara komersial sebagai komoditi pertanian. Kopi merupakan komoditi pertanian yang paling menonjol dalam transaksi internasional. Ekspor kopi Indonesia mencapai 49% dari produksi kopi nasional di tahun 2019 dan nilai ekspor kopi di tahun tersebut mencapai 816.938 US\$. Destinasi utama tujuan ekspor kopi Indonesia adalah Eropa dan Asia. Terlebih Eropa, yang mana hampir setengah dari perdagangan kopi Indonesia masuk ke Uni Eropa (Fitriani, 2021, pp. 121-125).

Selain itu, adanya hubungan baik antara Indonesia dengan negara-negara EFTA, membuat Indonesia mengeksportir komoditi-komoditi potensialnya ke EFTA. Seperti dalam Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, dengan judul “*Peluang Ekspor Produk Perikanan Indonesia di Pasar EFTA (Indonesia Fishery Product’s Export Opportunities in the EFTA Market)*”. Dalam jurnal tersebut, *Fish and Marine Product* merupakan salah satu komoditi Indonesia yang cukup banyak di ekspor ke EFTA yang mana di tahun 2011 meningkat sebanyak 78,2% dibandingkan tahun 2010. Produk laut tersebut diantaranya berupa udang-udangan, tuna, sotong, moluska, dan lain-lain. Eksportir-eksportir ikan Indonesia juga

mampu memenuhi standard atau kriteria yang berlaku di negara-negara Eropa secara umum dan tentunya di EFTA secara khusus (Aziza R.S, 2013).

Lalu, dalam laporan pasar Indonesia di luar negeri juga yaitu Market Brief ITPC Osaka mengenai “*Imitation Jewelry*” atau perhiasan imitasi, perhiasan ini cukup terkenal di Jepang. Keunikan model dan desain perhiasan imitasi asal Indonesia membuat kosumer-kosumer di pasar Jepang tertarik. Tetapi Indonesia masih dapat dikatakan sebagai pengeksport minor dalam pasar produk ini di Jepang. Hal tersebut disebabkan harga produk perhiasan imitasi yang murah yang diproduksi oleh Indonesia. Sehingga, meskipun Indonesia mengeksport dengan *volume* yang banyak, total nilai ekspor yang dihasilkan tidak sebanding dengan jumlah produk yang dieksport. Produk perhiasan yang banyak dieksport Indonesia ke Jepang yaitu perhiasan yang berbahan dasar non-logam dan yang lainnya (Indonesian Trade Promotion Center, 2016, pp. 25-26).

Berdasarkan beberapa tinjauan pustaka di atas, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki berbagai komoditi potensial untuk dieksport seperti kopi ke Uni Eropa, produk laut ke EFTA, serta terdapat juga sektor perhiasan yang potensial dieksport ke beberapa negara seperti Singapura, Jepang, dan Kanada. Belum ada jurnal, buku, ataupun penelitian yang spesifik membahas ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penelitian yang baru.



## 1.7 Landasan Konseptual

Penelitian ini menggunakan konsep *New Economic Diplomacy* oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock. Bayne dan Woolcock dalam bukunya yang berjudul *The New Economic Diplomacy 4<sup>th</sup> edition: Decision-making and negotiation in international economic relations*, mereka menyebutnya diplomasi ekonomi baru yang mana meliputi tentang bagaimana negara-negara membuat keputusan di dalam negeri, bagaimana mereka bernegosiasi satu sama lain secara internasional, dan bagaimana kedua proses ini berinteraksi. Aktor non-negara juga tercakup karena pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan telah berkembang selama bertahun-tahun (N. Bayne & S. Woolcock, 2016, p. 45). Diplomasi ekonomi baru ini ada karena beberapa aktivitas telah berubah sejak berakhirnya perang dingin. Selama setengah abad setelah Perang Dunia II, diplomasi ekonomi didominasi oleh pejabat tetap dari pemerintah sejumlah negara terbatas karena kendala persaingan Timur-Barat. Sekarang, dengan kemajuan globalisasi di abad ke-21, terdapat lebih banyak aktor non-pemerintah, meskipun menteri dan kepala pemerintahan juga aktif. Diplomasi ekonomi semakin beroperasi di dalam perbatasan dan mempengaruhi kebijakan domestik. Selain itu, ada kecenderungan yang stabil menuju pasar yang jauh lebih terintegrasi dalam satu sistem ekonomi tunggal yang mencakup seluruh dunia dengan lebih banyak negara yang aktif didalamnya.

Sejak berakhirnya perang dingin, diplomasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan telah menjadi prioritas utama bagi negara-negara di sebagian besar

wilayah dunia. Menurut Bayne & Woolcock, diplomasi ekonomi memiliki empat ruang lingkup dan isi, yaitu:

### **1. Internasional & Domestik**

Hal ini berkaitan dengan masalah ekonomi internasional. Sistem lembaga ekonomi internasional dapat mengembangkan aturan untuk hubungan ekonomi antarnegara, tetapi otonomi nasional juga tersentuh. Selama kebijakan dalam negeri tidak berdampak negatif terhadap pihak atau negara lain, pemerintah dapat menerapkan kebijakan ketenagakerjaan, pajak, atau industri apapun yang mereka inginkan. Misalnya, ketika GATT dibentuk, ada perbedaan jelas antara masalah perdagangan yang tunduk pada aturan GATT dan masalah non-perdagangan yang tidak. Asalkan kebijakan dalam negeri tidak mendiskriminasi barang impor, aturan GATT tidak membatasi otonomi kebijakan nasional. Adanya kemajuan globalisasi sejak tahun 1990, mengharuskan diplomasi ekonomi untuk masuk jauh ke dalam pengambilan keputusan domestik, sehingga dapat menangkap dampak internasionalnya. Seperti ketika krisis keuangan internasional yang dimulai pada tahun 2007 karena dipicu oleh kebijakan AS di pasar perumahan, yang mana itu merupakan sektor ekonomi yang paling domestik. Globalisasi membuat diplomasi ekonomi jauh lebih kompleks serta membawa lebih banyak isu dan aktor.

### **2. Instrumen & Masalah**

Diplomasi ekonomi menggunakan berbagai instrumen. Ini mencakup seluruh tindakan mulai dari negosiasi informal dan kerja sama sukarela melalui jenis regulasi seperti kode etik, hingga pembuatan dan penegakan aturan yang

mengikat. Diplomasi ekonomi paling baik tidak ditentukan oleh instrumennya, melainkan isu-isu ekonomi yang menyediakan isinya. Dalam menentukan ruang lingkup negosiasi ekonomi, Bayne & Woolcock percaya bahwa kebijakan yang berkaitan dengan produksi, pergerakan atau pertukaran barang, jasa, investasi, uang, informasi, dan peraturannya, merupakan masalah yang sangat luas. Masalah ini berfokus pada isu-isu sentral perdagangan, keuangan, dan lingkungan global, sehingga isu-isu tersebut dapat memunculkan interaksi yang baik antara berbagai aktor dengan menggunakan instrumen dalam diplomasi ekonomi yang dilakukan.

### **3. Aktor Negara & Non-Negara**

Dalam hal ini, berkaitan dengan apa yang pemerintah lakukan. Semua lembaga pemerintah seperti para menteri dan kepala pemerintahan, parlemen, badan-badan publik independen dan sub-nasional, yang memiliki tanggung jawab ekonomi dan beroperasi secara internasional terlibat dalam diplomasi ekonomi. Berbagai macam aktor non-negara juga terlibat dalam diplomasi ekonomi, baik dengan membentuk kebijakan pemerintah maupun sebagai pemain independen dalam hak mereka sendiri. Sektor organisasi non-pemerintah (LSM) yang dikelompokkan sebagai masyarakat sipil secara aktif mencari publisitas untuk menekan pemerintah. Organisasi internasional penting sebagai forum untuk negosiasi, tetapi tidak memperlakukannya sebagai aktor independen, melainkan fokusnya bagaimana pemerintah memanfaatkan organisasi-organisasi ini dan mengintegrasikannya ke dalam proses pengambilan keputusan mereka sendiri.

#### 4. Dampak Pasar

Ciri khas diplomasi ekonomi adalah peka terhadap perkembangan pasar. Hal ini yang membedakan diplomasi ekonomi dari diplomasi politik dan studinya melalui analisis kebijakan luar negeri. Peningkatan integrasi ekonomi telah menciptakan pasar global untuk produksi dan investasi. Perkembangan pasar akan membentuk aktor yang terlibat dalam masalah apapun, mempengaruhi negosiasi mereka, dan mungkin menawarkan alternatif untuk solusi yang dinegosiasikan (N. Bayne & S. Woolcock, 2016).

Penelitian ini akan didasarkan pada variabel-variabel tersebut dalam konsep ini agar dapat menjawab rumusan masalah sesuai konsep yang digunakan. Pertama, pengaplikasian dari variabel internasional & domestik yaitu mengenai regulasi produk perhiasan di pasar Swiss dan pengaruhnya terhadap ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss. Regulasi produk perhiasan di pasar Swiss adalah sebagai aturan domestik dan pengaruhnya terhadap ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss adalah sebagai dampak internasionalnya. Kedua, pengaplikasian dari variabel instrumen dan masalah yaitu mengenai *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE-CEPA) sebagai landasan kerja sama ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss. IE-CEPA disini sebagai instrumen dalam diplomasi ekonomi antara Indonesia dengan Swiss. Serta terdapat isu atau masalah dalam perdagangan, salah satunya adanya tarif bea masuk ke negara tujuan. Ketiga, pengaplikasian dari variabel aktor negara dan non-negara yaitu mengenai peran pemerintah Indonesia dan Industri Kecil Menengah (IKM) perhiasan dalam kontribusi ekspor komoditi perhiasan Indonesia. Pemerintah Indonesia sebagai aktor negara dan IKM perhiasan

sebagai aktor non-negara saling bekerja sama untuk meningkatkan ekspor perhiasan Indonesia. Keempat, aplikasi dari variabel dampak pasar yaitu perkembangan perhiasan Indonesia di pasar global dan pengaruhnya terhadap permintaan Swiss.

## **1.8 Metode Penelitian**

Penelitian merupakan prosedur atau hal yang penting untuk dapat mengetahui pengetahuan ilmiah secara jelas. Penelitian tentu memiliki metode. Metode penelitian merupakan strategi, teknik, ataupun proses yang digunakan dalam pengumpulan data atau bukti untuk dianalisis yang dapat mengungkap informasi baru atau menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang suatu topik yang diteliti (University of Newcastle Library, 2020). Dalam melakukan penelitian ilmiah, terdapat 5 langkah metode yang mendasari. *Pertama*, merumuskan atau mengajukan pertanyaan (apa, bagaimana, mengapa, siapa, di mana) dalam masalah topik penelitian untuk mendapatkan jawaban. *Kedua*, melakukan riset latar belakang. *Ketiga*, membuat hipotesis atau masih bersifat dugaan atas pertanyaan yang dirumuskan. *Keempat*, analisis data dan buat kesimpulan. *Kelima*, sampaikan hasil penelitian (Science Buddies, 2002-2021). Dalam penelitian ini, penulis akan lebih mengarah ke metode kualitatif.

### **1.8 1 Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan juga terdapat beberapa data kuantitatif. Metode data kualitatif sendiri akan menghasilkan kata-kata untuk dianalisis sebagai data. Seperti awal diplomasi Indonesia dengan Swiss dalam IE-CEPA, perkembangan industri perhiasan Indonesia sebagai

komoditi ekspor perhiasan ke Swiss, upaya pemerintah Indonesia dan IKM perhiasan Indonesia dalam meningkatkan ekspor perhiasan Indonesia. Sedangkan untuk data kuantitatif yang mengandung unsur angka, diperoleh dari data nilai ekspor Indonesia ke Swiss dari situs resmi kelembagaan seperti dari Kementerian Perdagangan dan Badan Pusat Statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau dapat dibilang secara tidak langsung.

### **1.8 2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan yaitu metode studi pustaka. Studi pustaka merupakan metode yang dilakukan penulis dengan mencari berbagai data baik melalui buku-buku, laporan penelitian, jurnal, dokumen elektronik baik dari kelembagaan maupun bukan kelembagaan, ketetapan atau peraturan, dan berbagai sumber tertulis lainnya baik dalam bentuk cetak maupun elektronik (Setiawan, 2021). Penulis mencari berbagai sumber, data, atau referensi baik dari buku elektronik, artikel berita, jurnal dan makalah tersebut untuk menjelaskan landasan konseptual dan studi kasus dalam penelitian ini.

### **1.8 3 Proses Penelitian**

Penelitian ini bersifat kualitatif yang mana peneliti dapat menganalisis studi kasus yang dibahas secara deskriptif. Sehingga terdapat langkah-langkah dalam menyelesaikan penelitian ini. Pertama, memberikan gambaran awal proses diplomasi Indonesia dengan Swiss dalam IE-CEPA dan perkembangan industri perhiasan Indonesia sebagai komoditi ekspor. Kedua, data-data nilai ekspor

perhiasan Indonesia ke Swiss dan beberapa tujuan negara lainnya dalam periode 2014-2019 yang telah diperoleh akan dipaparkan dalam penelitian ini diikuti oleh penjelasannya. Ketiga, peneliti akan menjelaskan IE-CEPA sebagai landasan kerjasama ekspor perhiasan Indonesia. Keempat, peneliti akan mengkaji kebijakan pemerintah Indonesia terhadap ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss, serta kontribusi para IKM perhiasan dalam meningkatkan ekspor perhiasan.



## BAB II

### PERKEMBANGAN INDUSTRI PERHIASAN INDONESIA SEBAGAI KOMODITAS EKSPOR PERDAGANGAN LUAR NEGERI

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai awal proses diplomasi Indonesia dengan Swiss dalam IE-CEPA. Penulis juga akan membahas mengenai perkembangan industri perhiasan di Indonesia, dan juga perkembangan perhiasan Indonesia sebagai komoditi ekspor ke luar negeri seperti ekspor perhiasan ke Swiss.

#### II.1 Diplomasi Indonesia dalam *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA)*

Indonesia telah memiliki dan menandatangani berbagai perjanjian perdagangan internasional dengan berbagai negara guna dapat memenuhi kebutuhan rakyatnya dan negara, serta dapat memperluas akses pasar yang lebih banyak ke luar negeri. Salah satunya adanya perjanjian Indonesia dengan EFTA. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa EFTA sendiri merupakan sebuah organisasi regional yang beranggotakan empat negara yaitu Swiss, Norwegia, Islandia, dan Liechtenstein. EFTA yang telah dibentuk sejak 1960 ini, terdiri dari berbagai negara tersebut yang termasuk sebagai negara-negara kaya di dunia. Terlihat pada gabungan PDB per kapita masing-masing negara EFTA yang mencapai 384.586 USD di tahun 2018 (World Bank, 2021). Yang mana di antara berbagai negara *The Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), negara-negara anggota EFTA ini memiliki PDB per kapita tertinggi, seperti Swiss, Islandia, dan Norwegia yang masing-masing tingkat PDB per



kapitanya yaitu 60%, 30%, dan 50% di atas rata-rata negara Uni Eropa (BPHN, 2020, p. 6).

Perjanjian Indonesia dengan EFTA yang dikenal dengan *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IE-CEPA) yang telah diinisiasi sejak tahun 2005 pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan telah ditandatangani pada 16 Desember 2018 ini pada masa Presiden Joko Widodo, menjadikan perjanjian ini juga sebagai alat bagi diplomasi Indonesia dalam bidang perdagangan dan menjadi tonggak baru bagi hubungan bilateral antara Indonesia dan negara-negara EFTA. Indonesia menyadari bahwa perlu adanya ekspansi terhadap mitra dagang, baik yang telah memiliki hubungan perdagangan tetapi masih belum optimal, seperti dengan negara-negara EFTA. Sehingga Indonesia memutuskan untuk perlu lebih menggali potensi pasar EFTA yang dapat dikatakan memiliki kekuatan daya beli yang cukup tinggi (BPHN, 2020, p. 26).

Sejak ditandatanganinya IE-CEPA pada 2018, Indonesia mengintensifkan pembahasan terkait isu atau bidang-bidang yang telah dirundingkan dalam IE-CEPA ini. Dalam berjalannya IE-CEPA, Kementerian Perdagangan RI sendiri berperan sebagai *lead-institution* bagi Indonesia. Selain itu, Kementerian Luar Negeri RI terlibat dalam berbagai perundingan untuk berdiskusi masalah-masalah mengenai *Intellectual Property Rights, Cooperation and Capacity Building*, maupun *Trade in Goods* (Kemenlu RI, 2019, p. 11). Selama tahun 2018 sendiri sejak disepakatinya IE-CEPA, Indonesia mengusulkan kerjasama terkait *Trade Promotion and Development of Manufacturing Industries* yang pada akhirnya

berhasil disepakati oleh kedua belah pihak terkait *technical issues* kerja sama termasuk usulan dari Indonesia tersebut (Kemenlu RI, 2019, p. 16). Selanjutnya, adanya negosiasi teks yang telah dapat diselesaikan, yang mana terdiri dari teks *Chapter on Cooperation and Capacity Building, Memorandum of Understanding on Cooperation and Capacity Building*, maupun *Joint Declaration* terkait hal tersebut. Lalu, diselesaikannya perundingan *Working Group on Investment* dan disepakati juga salah satunya mengenai *Intellectual Property Rights* (Kemenlu RI, 2019, p. 17). Menurut hasil analisisnya, salah satunya terkait adanya potensi ekspor Indonesia dengan negara-negara EFTA juga menyoroti adanya produk dengan potensi terbesar dari Indonesia ke salah satu negara EFTA yaitu Swiss berupa perhiasan logam mulia (KIKE, 2020).

Selain itu, dalam implementasinya juga, Indonesia berdiskusi untuk dapat melakukan diseminasi dan sosialisasi umum terhadap para pemegang usaha mengenai peluang dan manfaat yang ditawarkan IE-CEPA salah satunya seperti melalui *business forum*, yang mana dengan bekerja sama dengan kedutaan besar berbagai negara anggota EFTA di Indonesia. Selain itu, juga dengan kedutaan Indonesia di negara-negara anggota EFTA, *Indonesia Norway Business Chamber*, *SwissCharm*, Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), maupun Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN) (BPHN, 2020, p. 43). Selain itu, Indonesia juga berusaha untuk melakukan pendekatan dengan EFTA terkait skema atau kebijakan khusus terkait untuk meningkatkan peran maupun peluang UMKM. Karena, dalam upaya perdagangan internasionalnya, Indonesia juga ingin mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan UMKM yang dimiliki. Indonesia melakukan

diplomasi dengan EFTA dengan terus bernegosiasi terkait hal tersebut. Sehingga, melalui *Memorandum of Understanding on Cooperation and Capacity Building* dalam Pasal 10 yang merupakan bentuk dari kesepakatan antara kedua belah pihak tersebut dalam IE-CEPA terkait kerjasama guna mengembangkan UMKM melalui *capacity building, technical assistance, joint activities*, serta memfasilitasi dan mendukung UMKM Indonesia untuk dapat menjadi bagian rantai nilai global (BPHN, 2020, pp. 30-31). Diterimanya negosiasi Indonesia dan pembentukan kesepakatan tersebut, juga didasari karena EFTA melihat Indonesia sebagai negara di kawasan Asia Tenggara dengan memiliki kekuatan ekonomi terpenting di kawasan tersebut, sehingga dapat menjadi *regional hub* untuk dapat mengembangkan kerjasama perdagangan ke Asia Tenggara (EFTA, 2021).

## **II.2 Perkembangan Industri Perhiasan di Indonesia**

Hadirnya produk-produk perhiasan Indonesia yang potensial sebagai komoditi ekspor, tentu tidak lepas dari adanya para industri perhiasan yang memproduksi barang itu sendiri. Industri perhiasan Indonesia kian berkembang dan semakin kreatif, tentunya juga diiringi oleh perkembangan desain (Fibriliani, 2012, p. 6). Selain keberagaman suku dan budaya di Indonesia, dapat dikatakan bahwa banyak masyarakat Indonesia juga memiliki jiwa seni yang tinggi. Sehingga, perhiasan-perhiasan Indonesia pun kebanyakan dibuat atau diproduksi oleh para pengrajin perhiasan secara *handmade*, yang mana pengrajin-pengrajin perhiasan di Indonesia atau yang beberapa tergolong ke dalam IKM (Industri Kecil Menengah) perhiasan ini, tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Beberapa daerah di Indonesia yang memiliki pengrajin industri perhiasan ini adalah Bali, tepatnya di

Gianyar yang memiliki pusat kerajinan emas dan perak. Lalu terdapat di Yogyakarta, tepatnya di Kotagede yang memiliki sentra kerajinan perak. Selain itu, Maluku dan Mataram pun memiliki kelimpahan mutiara yang juga sering dijadikan perhiasan, sehingga daerah-daerah tersebut memiliki sentra mutiara. Terdapat juga pengrajin perhiasan dari batu intan yang berada di Martapura, Kalimantan Selatan (Nasution, 2019, p. 11).

Selain beberapa daerah tersebut, salah satu provinsi yang memiliki pengrajin sektor industri perhiasan yang berkontribusi besar yaitu Jawa Timur. Selain menjadi industri perhiasan emas terbesar di Indonesia, Jawa Timur juga memiliki industri perhiasan permata yang kontribusi kurang lebih 25% terhadap produksi perhiasan Indonesia (Kominfo Jatim, 2016). Beberapa daerah di Jawa Timur memiliki IKM-IKM perhiasan yang tersebar di beberapa kota atau wilayah seperti Surabaya, Lamongan, Pasuruan, Gresik, Pacitan, hingga Lumajang. Terdapat sekitar 1854 unit IKM perhiasan total keseluruhan dari lokasi-lokasi yang tersebar di beberapa wilayah Jawa Timur tersebut. Selain itu, beberapa unit industri perhiasan yang berskala besar menengah juga terdapat keberadaannya di wilayah Jawa Timur tersebut yang memiliki sekitar 26 unit industri (*Ibid*). Di tahun 2011, lokasi industri perhiasan di wilayah-wilayah Jawa Timur tersebut telah mampu menyerap sekitar 17.600 tenaga kerja (Kompas, 2011). Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, jumlah industri perhiasan dan aksesoris di seluruh Indonesia telah mencapai sekitar 36.636 industri atau perusahaan dan memiliki nilai produksi sekitar Rp 10,45 triliun di tahun 2015 (Aziz, 2016). Kehadiran industri perhiasan Indonesia yang semakin berkembang tersebut, tentu perlu banyak tenaga

kerja atau pengrajin yang terserap dan turut berkontribusi dalam memproduksi perhiasan. Di tahun yang sama juga, tenaga kerja yang telah terserap ke dalam industri perhiasan telah mencapai sekitar 43.348 orang (*Ibid*).

Perhiasan juga termasuk barang yang tidak lekang oleh waktu. Potensi yang dimiliki perhiasan Indonesia ini membuat perhiasan Indonesia mampu bersaing di pasar global. Selain memiliki kelebihan yang dibuat dengan cara *handmade*, pengrajin perhiasan Indonesia terkadang juga menggunakan perpaduan teknologi modern dengan ukiran tradisional khas budaya-budaya Indonesia. Tetapi tentu ditambah dengan keterampilan dan keahlian para pengrajin perhiasan Indonesia, sehingga membuat perhiasan dalam negeri terlihat unik, artistik, dan menarik (ITPC Milan, 2017). Para pengrajin industri ini tentu juga menggunakan teknik khusus terhadap perhiasan-perhiasan yang memiliki desain rumit ataupun memiliki ukiran dan motif tertentu. Hal-hal tersebutlah yang membedakan dengan perhiasan-perhiasan di negara lain yang kebanyakan diproduksi atau dibuat dengan hanya mengandalkan mesin (Nasution, 2019, p. 11). Kelebihan yang dimiliki perhiasan Indonesia inilah yang membuat perhiasan Indonesia dapat bersaing dan menjadikan komoditi ekspor yang menjanjikan. Adapun beberapa negara tujuan ekspor perhiasan Indonesia adalah sebagai berikut.

**Tabel II.2 Nilai Ekspor Perhiasan Indonesia ke Negara Tujuan**

(Diurutkan dari negara tujuan ekspor dengan nilai rata-rata ekspor perhiasan terbesar)

<i>Negara</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
Amerika Serikat	92.878.978	80.266.825	107.760.024	155.193.727	223.964.795	374.576.065
Singapura	1.014.366.209	1.740.718.701	2.154.497.018	2.374.265.202	2.444.756.947	3.234.104.182
Swiss	15.611.447	941.411.840	2.096.641.638	1.139.466.001	548.847.072	587.360.524
Hongkong	948.597.585	513.525.794	641.818.393	603.659.518	711.244.872	985.531.207
UEA	502.501.489	248.024.148	226.313.361	183.190.605	87.516.918	178.728.629

(Nilai dalam USD). Sumber: BPS (diolah oleh PDSI Kementerian Perdagangan RI)

Berdasarkan tabel di atas, dalam periode tersebut, rata-rata nilai ekspor terbesar diduduki oleh Amerika Serikat sekitar 35%. Lalu diikuti oleh Singapura sekitar 28%, dan di urutan ketiga terdapat Swiss yang memiliki nilai sekitar 12%. Selanjutnya terdapat Hongkong dengan nilai sekitar 6% dan urutan terakhir yaitu Uni Emirat Arab sekitar 5%. Banyaknya nilai ekspor di beberapa negara tujuan ekspor perhiasan Indonesia ini, sektor industri perhiasan ini merupakan sektor yang juga berpengaruh dalam kontribusinya di sub-sektor *fashion* terhadap ekonomi kreatif Indonesia, terkhusus devisa negara. Perhiasan-perhiasan yang diekspor dapat berupa perhiasan berbahan logam mulia, perhiasan mutiara, perhiasan batu permata, dan lain-lain. Meskipun perhiasan-perhiasan tersebut sebagai komoditi ekspor, tetapi perhiasan logam mulia merupakan perhiasan yang paling tinggi atau dominan dalam komoditi ekspor perhiasan Indonesia. Salah satu tren positifnya yaitu pada tahun 2014 nilai ekspor perhiasan logam mulia yaitu 2,14 miliar US\$,

lalu naik menjadi 2,78 miliar US\$ di tahun 2015 (Aziz, 2016). Dengan potensi yang dimiliki perhiasan-perhiasan Indonesia ini, pemerintah dapat mendorong dan membantu peran industri ekonomi kreatif terkhusus industri perhiasan ini untuk dapat berkontribusi dalam perdagangan internasional dalam bentuk ekspor, yang mana dapat meningkatkan perekonomian nasional.

### **II.3 Ekspor Perhiasan Indonesia ke Swiss 2014-2019**

Terlihat jelas bahwa potensi yang dimiliki perhiasan Indonesia mampu membawa perhiasan Indonesia menjadi salah satu komoditi non-migas yang sering diekspor ke beberapa negara. Menurut data dari Badan Pusat Statistik yang diolah dari dokumen kepabeanan Ditjen Bea dan Cukai, terdapat beberapa negara yang menjadi tujuan ekspor barang perhiasan dan barang berharga, di tahun 2012-2019. Beberapa negara tersebut diantaranya Swiss, Singapura, Hongkong, Uni Emirat Arab, Amerika Serikat, dan lain-lain (Badan Pusat Statistik, 2020). Salah satu tujuan negara ekspor perhiasan Indonesia yaitu Swiss. Swiss merupakan salah satu negara di Eropa dan merupakan negara pegunungan kecil yang terletak di Eropa Tengah. Negara yang memiliki ibu kota bernama Bern ini, juga dikelilingi oleh daratan yang berada diantara negara Perancis dan Italia. Selain itu, Swiss juga berbatasan dengan Jerman, Austria, dan Liechtenstein (National Geographic Kids). Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa Indonesia dan Swiss pun memiliki hubungan diplomatik yang baik sejak lama dan merupakan mitra penting bagi satu sama lain.

Keunikannya yang berasal dari beragam budaya dan teknik pembuatannya lah yang meningkatkan nilai estetika produk perhiasan Indonesia

sehingga konsumen-konsumen Swiss tertarik. Di tahun 2014-2019, Swiss yang juga termasuk negara tujuan ekspor perhiasan Indonesia, dalam periode tersebut dapat dikatakan nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss lebih besar dibandingkan tahun-tahun di periode sebelumnya. Jadi, dapat dikatakan adanya peningkatan nilai ekspor perhiasan di periode ini. Swiss merupakan negara yang memiliki permintaan yang tinggi dan kuat terhadap salah satu hasil industri Indonesia yaitu barang perhiasan terutama berbahan logam mulia seperti untuk kepentingan pribadi (Subdirektorat Statistik Ekspor, 2017, p. 69). Dalam komoditi-komoditi ekspor ataupun impor, Indonesia memiliki HS code untuk mengklasifikasikannya. *Harmonized System code* (HS code) ini dapat dikatakan sebagai kode untuk daftar penggolongan atau pengklasifikasian barang yang dibuat dengan sistematis agar dapat mempermudah transaksi perdagangan, penarifan, statistik dan pengangkutan. Penggolongan barang ini yang didasari oleh HS code ini juga dituangkan ke dalam Buku Tarif Bea Masuk Indonesia (BTBMI) (Portal Informasi Indonesia, 2019). Dalam penelitian ini, data ekspor yang akan digunakan berdasarkan HS code barang perhiasan. HS code yang terkait yaitu HS code 71: *Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad with precious metal and articles thereof; imitation jewellery; coin*. HS code 71 meliputi barang-barang perhiasan seperti perhiasan berbahan logam mulia, mutiara-mutiara, batu semi mulia dan batu mulia, serta perhiasan imitasi. Oleh karena itu, data ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss yang akan digunakan yaitu HS code 71 tersebut, seperti yang telah dipaparkan dalam tabel di sub bab II.2.



Berdasarkan nilai ekspor perhiasan ke Swiss dalam tabel nilai ekspor ke beberapa negara tujuan di sub bab II.2, komoditi perhiasan Indonesia yang diekspor ke Swiss memiliki peningkatan nilai ekspor yang cukup signifikan dalam periode tersebut, meskipun sempat mengalami penurunan di tiga tahun terakhir. Tetapi nilai ekspor tahun 2017 hingga 2019 masih lebih tinggi dibanding periode sebelumnya. Seperti di tahun 2009, berdasarkan data Badan Pusat Statistik, yang mana nilai ekspornya sebesar 47.026.149 US\$, lalu di tahun 2010 sebesar 729.187 US\$, dan di tahun 2011 yaitu 405.698 US\$, serta di tahun 2012 terdapat nilai 3.288.177 US\$ dan di tahun 2013 sebesar 358.429 US\$.

Dari data-data ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss terkhusus perhiasan logam mulia pada periode tersebut, dapat dikatakan bahwa perhiasan Indonesia memang menjadi salah satu komoditi non-migas yang mampu bersaing di pasar global dan potensial untuk diekspor ke luar negeri seperti salah satunya Swiss. Permintaan Swiss yang kuat terhadap perhiasan-perhiasan Indonesia, membuat Indonesia dapat terus termotivasi dalam mengembangkan potensi salah satu industri ekonomi kreatif Indonesia yaitu industri perhiasan ini untuk dapat terus memproduksi dan membuat produk perhiasan dalam negeri potensial, unik dan sekreatif mungkin dengan berbagai bahan yang berkualitas.

### **BAB III**

#### **APLIKASI TEORI: DIPLOMASI PERDAGANGAN LUAR NEGERI SEKTOR PERHIASAN OLEH PEMERINTAH INDONESIA KE SWISS PERIODE 2014-2019**

Pada bab ini, penulis akan mencoba menjawab rumusan masalah dengan mengaplikasikan konsep *New Economic Diplomacy* oleh Nicholas Bayne & Stephen Woolcock. Adapun beberapa variabel dari konsep yang akan diaplikasikan dalam penelitian ini dan bagaimana konsep ini bekerja dan terjelaskan pada variabel-variabel tersebut, yaitu:

1. Pada variabel internasional dan domestik, konsep ini menjelaskan bahwa dalam diplomasi ekonomi baru pada awalnya itu sederhana yang mana suatu negara tidak boleh menerapkan aturan domestiknya terkait industri, pajak, dan lain-lain yang dapat berdampak negatif terhadap negara lain. Karena sebelum globalisasi, adanya sistem lembaga ekonomi internasional seperti GATT dapat membatasi negara dalam menerapkan kebijakannya domestik jika dapat berdampak negatif terhadap internasionalnya. Lalu, globalisasi membuat adanya perubahan terkait hal tersebut, yang mana diplomasi ekonomi jadi lebih kompleks, sehingga suatu negara dapat menerapkan aturan domestiknya baik itu akan memberikan dampak negatif atau positif pada negara lain, sudah tidak begitu jadi masalah. Aplikasi dari variabel tersebut akan dijawab dalam sub-bab III.1.

2. Pada variabel instrumen dan masalah, konsep ini menjelaskan bahwa dalam diplomasi ekonomi baru, instrumen merupakan hal yang penting. Tetapi lebih penting adanya isu-isu ekonomi sebagai masalah dalam diplomasi ekonomi baru. Seperti adanya masalah tentang produksi ataupun pertukaran barang, yang mana itu dapat menjadi topik yang akan dinegosiasikan dalam diplomasi ekonomi dengan menggunakan instrumen sebagai landasan negosiasi. Aplikasi dari variabel tersebut akan dijawab dalam sub-bab III.2.
3. Pada variabel aktor negara dan non-negara, konsep ini menjelaskan bahwa diplomasi ekonomi baru itu aktornya lebih banyak tidak hanya berbagai lembaga pemerintah sebagai aktor negara saja. Aktor non-negara juga dapat terlibat dalam diplomasi ekonomi ini dan keterlibatannya juga mempengaruhi keputusan pemerintah dalam diplomasi. Aktor non-negara disini dapat terlibat dengan bekerja sama dengan pemerintah ataupun terlibat secara independen. Aplikasi dari variabel tersebut akan dijawab dalam sub-bab III.3.
4. Pada variabel dampak pasar, konsep ini menjelaskan bahwa sejak adanya globalisasi yang memunculkan adanya integrasi ekonomi, sehingga negara-negara dapat memproduksi untuk pasar global. Sehingga, produk yang dihasilkan pun dapat mempengaruhi perkembangan dan permintaan pasar yang dapat melibatkan banyak aktor dan mempengaruhi negosiasi terkait hal tersebut. Aplikasi dari variabel tersebut akan dijawab dalam sub-bab III.4.

### **III.1 Regulasi Produk Perhiasan di Pasar Swiss dan Pengaruhnya terhadap Ekspor Perhiasan Indonesia**

Pada sub-bab ini, terkait aplikasi dari variabel internasional dan domestik. Bayne dan Woolcock mendefinisikannya “*Kemajuan globalisasi sejak tahun 1990, mengharuskan diplomasi ekonomi untuk masuk jauh ke dalam pengambilan keputusan domestik, sehingga dapat menangkap dampak internasionalnya. Globalisasi membuat diplomasi ekonomi jauh lebih kompleks serta membawa lebih banyak isu dan aktor.*” (N. Bayne & S. Woolcock, 2016, p. 3). Oleh karena itu, sesuai dengan studi kasus penelitian ini, aplikasinya mengenai regulasi produk perhiasan di pasar Swiss dan pengaruhnya terhadap ekspor perhiasan Indonesia.

Seperti yang telah dipaparkan di Bab II, bahwa Indonesia juga mengusulkan *Trade Promotion* untuk dapat mempromosikan dan memperluas ekspor Indonesia. Salah satunya terdapat *Indonesia Trade Promotion Center* di Swiss yang mana diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekspor Indonesia di negara tersebut (Prasetya, 2011), terkhusus perhiasan ini. Indonesia memiliki *Free Trade Agreement* dengan *European Free Trade Agreement* (EFTA) yang diharapkan mampu mempermudah akses Indonesia masuk ke pasar Eropa serta memiliki aturan perdagangan yang mengikat dan lebih transparan. Dalam kegiatan perdagangan luar negerinya, Indonesia telah banyak mengeksport komoditi-komoditi potensial ke negara-negara EFTA tersebut, termasuk Swiss. Salah satu komoditi potensial tersebut yaitu perhiasan. EFTA sendiri memiliki regulasi atau aturan mengenai impor produk perhiasan terkhusus berbahan logam mulia. EFTA melalui Konvensi Pengawasan dan Pemasaran Barang Logam Mulia (*The Convention on The Control*

*and Marketing of Articles of Precious Metals*), termasuk barang perhiasan, harus memiliki *control mark* atau tanda kendali atas barang perhiasan tersebut yang diterapkan pada produk atau perhiasan berbahan emas, perak, atau logam mulia lainnya. Pengujian tersebut dilakukan oleh kantor-kantor pengujian yang kompeten secara teknis yang diterima oleh negara-negara yang telah menandatangani perjanjian dengan EFTA (National Bureau of Standards, 1983, p. 84).

Swiss sebagai salah satu negara anggota EFTA yang telah dibentuk sejak 1960, serta sebagai negara anggota EFTA yang menjadi tujuan utama ekspor komoditi perhiasan Indonesia, memiliki regulasi atau aturan terhadap komoditi perhiasan yang memasuki pasar Swiss, terlebih perhiasan berbahan logam mulia. Berdasarkan Undang-Undang Federal Swiss tanggal 20 Juni 1933 mengenai Pengawasan dan Perdagangan Logam Mulia dan Barang Berbahan Logam Mulia (Undang-Undang Kontrol Logam Mulia), Peraturan Pemerintah 8 Mei 1934 tentang Pengawasan Perdagangan Logam Mulia dan Barang Berharga Logam Mulia (Ordonansi Kontrol Logam Mulia), serta konvensi internasional mengenai kontrol logam mulia seperti yang diberlakukan oleh EFTA dan telah disetujui oleh Swiss (Precious Metal Control, 2018, p. 1), membuat Swiss memiliki aturan standar terhadap perhiasan berbahan logam mulia yang telah ditetapkan oleh *Swiss Precious Metal Control* yang merupakan bagian dari *Swiss Federal Customs Administration*.

Precious Metal Control ini memiliki kantor pusat di Bern, tepatnya di Federal Customs Administration, serta terdapat beberapa kantor yang tersebar di daerah-daerah Swiss lainnya seperti di Biel, La Chaux-de-Fonds, Chiasso, Geneva,

dan Zurich (Swiss Customs Administration, n.d.). *Swiss Precious Metal Control* menerapkan standar kemurnian (*fineness*) dan tanda tanggung jawab (*responsibility mark*) yang berlaku bagi perdagangan barang-barang logam mulia seperti emas, perak, palladium, platina, dan lain-lain (Swiss Time, p. 2). Terdapat beberapa standar kemurnian yang diterapkan, seperti salah satunya pada perhiasan berbahan emas yang harus memiliki kemurnian berkadar 375, 585, 750, 916, atau 999 (Precious Metal Control, 2018, p. 2). Barang atau perhiasan berbahan logam mulia yang diekspor ke Swiss, juga harus memiliki dokumen atau tanda tanggung jawab yang terdaftar di *Precious Metal Control Central Office* sebagai tanda atau bukti logam dasar yang digunakan oleh negara-negara pengekspor serta dapat sebagai tanda yang menunjukkan lapisan logam mulia (Precious Metal Control, 2018, p. 3)

Adanya regulasi berkaitan dengan perdagangan barang dan perhiasan berbahan logam mulia yang diterapkan oleh Swiss tersebut, memberikan pengaruh terhadap Indonesia. Tidak semudah hanya dengan sesuai syarat standar saja agar dapat diterima di pasar Swiss. Terdapat adanya diskusi juga antara Indonesia dengan Swiss terkait diversifikasi produk. Indonesia sendiri berupaya untuk melakukan diversifikasi produk terhadap produk perhiasannya yang diekspor agar produk Indonesia yang masuk ke Swiss tersebut dapat berbeda dengan produk perhiasan negara lainnya dan lebih beraneka ragam dengan tetap sesuai dengan selera pasar Swiss sehingga dapat meningkatkan penjualan komoditi perhiasan Indonesia tersebut. *Indonesia Trade Promotion Center* di Swiss pun juga berusaha untuk memperpendek birokrasi ekspor non-migas tersebut dan mendukung adanya diversifikasi produk (Prasetya, 2011). Swiss juga menyatakan bahwa adanya

dokumen atau tanda tanggung jawab itu penting bagi produk perhiasan yang masuk ke EFTA begitupun ke Swiss untuk dapat membuktikan asal bahan yang digunakan, maupun pengerjaan atau pemrosesan sesuai dengan hukum dan peraturan domestik masing-masing negara. Adanya dokumen-dokumen tersebut juga dapat mendukung bukti status keaslian asal produk yang diekspor dari tiap negara (EFTA, p. 11). Sehingga dapat diminta pertanggung jawaban ke negara pemasok jika adanya perbedaan antara produk yang dihasilkan dengan apa yang dicantumkan di dokumen.

Selain melakukan diversifikasi produk, Indonesia juga menerapkan standar sebagai salah satu syarat juga untuk dapat diekspor. Setidaknya harus berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI). Hal tersebut mengacu pada PP No. 102 Tahun 2000 mengenai standardisasi nasional dan ketentuan WTO, bahwa suatu negara dapat menerapkan syarat mutu bagi produk atau komoditi eksportnya. Yang mana SNI yang telah ditetapkan dengan mengacu pada internasional sebagai tanda kualitas produk yang dapat diekspor, tidak hanya untuk dalam negeri saja (Evi Yulianti Rufaida, 2010, p. 7). Adanya SNI dengan No. SNI 13-3487-2005 mengenai barang-barang emas termasuk perhiasan yang memiliki kandungan kemurnian yang telah sesuai, salah satunya 18K (75,40-78,19%) (Fallah, 2021), atau setara 750 yang mayoritas sering dipakai industri perhiasan Indonesia untuk memproduksi perhiasan emas di Indonesia (Fifth Bloom, 2020). Kadar 750 tersebut memang juga merupakan salah satu standar kemurnian yang diterapkan oleh *Swiss Precious Metal Control*. Jadi, untuk produk perhiasan Indonesia yang telah sesuai dengan standar mutu produk yang dapat diekspor, serta mengacu dengan aturan standar

Swiss diikuti oleh aturan-aturan lainnya seperti dokumen atau tanda tanggung jawab yang dapat dipenuhi, membuat perhiasan Indonesia dapat dipertimbangkan menjadi komoditi yang berhasil masuk ke pasar Swiss.

Selain Indonesia, terdapat negara-negara eksportir lain juga terkait produk perhiasan ke Swiss. Swiss juga mengimpor dari Jerman dan Italia, yang mana juga sebagai negara-negara utama pengekspor perhiasan ke Swiss. Dapat dikatakan kedua negara Eropa tersebut juga dikenal akan pembuatan perhiasan yang berkualitas tinggi (U.S. Department of Commerce, 1997). Selain Jerman dan Italia, beberapa negara pemasok atau negara yang diimpor komoditi perhiasannya oleh Swiss yaitu Hongkong, Belanda, Jepang, China, Uni Emirat Arab, dan Perancis (World Integrated Trade Solution, 2019).

### **III.2 Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA) sebagai Landasan Kerja sama Ekspor Perhiasan Indonesia ke Swiss**

Pada sub-bab ini, terkait aplikasi dari variabel instrumen dan masalah. Bayne dan Woolcock mendefinisikannya “*Diplomasi ekonomi menggunakan berbagai instrumen. Ini mencakup seluruh tindakan mulai dari negosiasi informal dan kerjasama sukarela melalui jenis regulasi seperti kode etik, hingga pembuatan dan penegakan aturan yang mengikat. Diplomasi ekonomi paling baik tidak ditentukan oleh instrumennya, melainkan isu-isu ekonomi yang menyediakan isinya.*” (N. Bayne & S. Woolcock, 2016, p. 4). Oleh karena itu, sesuai dengan studi kasus penelitian ini, aplikasinya mengenai IE-CEPA sebagai landasan kerja sama ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss.



Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa Indonesia mengawali diplomasinya dengan EFTA salah satunya dengan pendekatan untuk dapat memiliki kesepakatan terkait meningkatkan peran maupun peluang bagi UMKM Indonesia dalam IE-CEPA yang juga sebagai alat kerjasama dengan Swiss, yaitu melalui *Memorandum of Understanding on Cooperation and Capacity Building* (BPHN, 2020, pp. 30-31). Konvensi EFTA ini diawali pada tahun 1960 di Stockholm yang awalnya beranggotakan tujuh negara, diantaranya Denmark, Austria, Norwegia, Portugal, Swiss, Inggris, dan Swedia (University of Luxembourg, 2016, p. 2). Konvensi ini mencakup perdagangan barang. Islandia baru bergabung di tahun 1970 dan Liechtenstein bergabung di tahun 1991. Tetapi, hingga 1995, negara-negara selain Swiss, Norwegia, Islandia, dan Liechtenstein tidak bergabung lagi di EFTA, sehingga hanya empat negara tersebut saja yang tersisa dalam organisasi tersebut (Europa Nu, n.d.).

Di tahun 2001, adanya penandatanganan di Vaduz, Liechtenstein, mengenai konvensi EFTA yang baru dan lebih komprehensif. Konvensi EFTA yang baru ini lebih mencakup semua aspek penting, seperti perdagangan modern yang termasuk ketentuan tentang pergerakan bebas manusia (migrasi), perdagangan jasa, pergerakan modal, maupun perlindungan kekayaan intelektual. Adanya EFTA ini mengarah pada penguatan hubungan ekonomi antara negara-negara anggota dengan mendorong perdagangan bebas serta integrasi ekonomi. Tidak hanya dengan negara-negara anggotanya, EFTA juga mengembangkan hubungan dagang dengan negara-negara mitra di seluruh dunia (Arnason, 2014, p. 4). EFTA sendiri telah memiliki 29 Free Trade Agreement dengan negara-negara mitranya, serta 4

perundingan yang masih berjalan hingga 2018 (Ditjenppi Kementerian Perdagangan RI, 2021, p. 2).

Indonesia merupakan salah satu negara mitra EFTA. Perundingan antara Indonesia dengan EFTA dimulai melalui pembentukan studi kelayakan bersama (*Joint Study Group*) di tahun 2005 dan diterbitkan di tahun 2007. Lalu di tahun 2010, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono bersama dengan Presiden Swiss, Doris Leuthard, meluncurkan perundingan *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Agreement* (IE-CEPA). Perundingan yang dimulai sejak 2011, sempat dihentikan di tahun 2014 karena adanya proses pergantian pemerintahan di Indonesia, yaitu pemerintahan Presiden Joko Widodo. Pada tahun 2016 perundingan dilakukan kembali dan perundingan IE-CEPA ini pun ditandatangani pada 16 Desember 2018 di Jakarta (Ditjenppi Kementerian Perdagangan RI, 2021, p. 3). Perjanjian IE-CEPA ini mencakup isu perdagangan barang dan jasa, perlindungan hak kekayaan intelektual, investasi, pengadaan barang dan jasa pemerintah, dan pengembangan kapasitas (Kusumawanti, 2021). Promosi ekspor, UMKM, dan pariwisata juga tercakup dalam perjanjian tersebut (Putro, 2020). Indonesia sendiri banyak mengeksport komoditi-komoditi potensial ke negara-negara EFTA. Beberapa komoditi yang disepakati dan diekspor ke EFTA adalah sebagai berikut.

**Tabel III.2 Komoditi Ekspor Indonesia ke EFTA**

<b>Komoditi</b>		
Palm Oil	Perhiasan	Furniture
Alas Kaki	Biji Kopi	Peralatan Listrik
Tekstil	Fiber Optic	Mesin
Ikan	Emas	Ban
Minyak Esensial	Baut	Peti Kayu
Arang Kayu	Nickel Matte	Mainan
Telepon	Kayu Manis	Sepeda

Sumber: Kementerian Perdagangan RI dan UKM Indonesia

IE-CEPA ini dapat menjadi pintu masuk yang mudah bagi komoditi Indonesia ke pasar Eropa (Rabbi, 2021). Indonesia sendiri dalam kegiatan perdagangan internasionalnya, tentu memiliki isu-isu yang menyebabkan Indonesia dapat melakukan negosiasi dengan negara-negara lain. Dalam hal ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss ini, adanya hambatan perdagangan seperti tarif bea masuk ke negara tujuan, membuat Indonesia bernegosiasi dengan Swiss melalui IE-CEPA untuk mengatasi hambatan tersebut dan menemukan kesepakatan terkait penerapan tarif. Indonesia menginginkan agar tarif bea masuk ke negara tujuan produk perhiasan dapat dikurangi atau bahkan bebas tarif bea masuk. Karena, hal ini termasuk upaya Indonesia agar dapat memperluas pasar ekspor komoditi perhiasan ke pasar global, termasuk pasar Swiss. Tarif bea masuk normal komoditi perhiasan ke Swiss yang sekitar 4% hingga 7% (Federal Customs Administration, n.d.), setelah adanya negosiasi dalam perjanjian ini, diterapkannya penghapusan tarif bea masuk ke negara tujuan pada beberapa komoditi asal. Salah satunya komoditi perhiasan asal Indonesia yang diekspor ke Swiss ini juga mendapatkan bebas tarif

bea masuk atau tarif 0% (Putro, 2020) karena adanya *Preferential Tariff*<sup>2</sup>. Penerapan bebas tarif masuk ini tidak hanya diterapkan ke Swiss, tetapi juga di masing-masing negara EFTA lainnya. Seperti salah satu contohnya yaitu untuk komoditi tekstil yang diekspor ke Norwegia, yang sebelum adanya IE-CEPA, tarif bea masuk ke negara tersebut dapat mencapai sekitar 5-10% (*Ibid*). Dengan *preferential tariff* dalam perjanjian inilah yang dapat membuat bebas tarif bea masuk ke negara tersebut.

Adanya negosiasi dalam IE-CEPA dalam isu perdagangan barang, tentu tidak hanya disebabkan karena perihal masalah hambatan perdagangan dalam komoditi perhiasan ke Swiss saja. Tetapi juga terdapat komoditi lain yang dapat memantik negosiasi dalam IE-CEPA. Seperti salah satunya mengenai komoditi minyak sawit (*palm oil*) yang diekspor Indonesia ke Swiss. Produk minyak sawit ini sempat tidak diterima oleh sebagian masyarakat Swiss karena dinilai tidak memenuhi kriteria untuk masuk ke dalam perjanjian perdagangan bebas karena dianggap dapat merusak lingkungan hidup dan hak asasi manusia (Anita Permatasari, 2021). Sehingga demi meningkatkan kepercayaan masyarakat global dan pasar Swiss terhadap komoditi minyak sawit Indonesia, Indonesia berupaya untuk memperbaiki tata kelola produk minyak sawit yang berkelanjutan (*Sustainable Palm Oil*). Melalui IE-CEPA ini, Indonesia dan Swiss berdiskusi secara bilateral guna menentukan persyaratan-persyaratan minyak sawit yang berkelanjutan agar produk minyak sawit Indonesia dapat diperdagangkan di Swiss, serta diikuti oleh aturan menurut ordinansi atau peraturan nasional Swiss (*Ibid*).

---

<sup>2</sup> *Preferential Tariff* (PT) merupakan fasilitas pengurangan maupun pembebasan tarif bea masuk yang berdasarkan kesepakatan atau perjanjian internasional. (<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/302>)

Selain mengenai hambatan perdagangan terkait tarif, perlindungan hak kekayaan intelektual juga penting terhadap industri kreatif Indonesia terlebih terhadap produk-produk yang diekspor. Sama halnya dengan sektor-sektor industri kreatif Indonesia lainnya, industri perhiasan sendiri juga perlu akan perlindungan hak kekayaan intelektual tersebut. Desain dalam industri perhiasan dapat dilindungi oleh Hak Desain Industri (*Industrial Design*) yang tercakup dalam Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*). Adanya UU No. 31 Tahun 2000 mengenai Desain Industri, yang mana desain industri merupakan suatu kreasi mengenai konfigurasi, bentuk, komposisi warna dan garis, atau gabungan yang berbentuk dua dimensi atau tiga dimensi dan dapat diwujudkan dalam pola dua dimensi atau tiga dimensi yang memberikan keindahan serta dapat digunakan untuk menghasilkan suatu produk, kerajinan tangan, ataupun komoditas industri (DJKI, Kementerian Hukum dan HAM RI, 2019, p. 5).

Dalam industri perhiasan, hak tersebut diberikan kepada para pengrajin IKM untuk dapat mengelola atau mengatur desain dan hasil karyanya sehingga desain industri dapat bernilai ekonomi bagi para IKM tersebut (DJKI, Kementerian Hukum dan HAM RI, 2019, p. 2). Dapat dikatakan bahwa hak desain industri di Indonesia ini penting, mengingat Indonesia memiliki potensi atas kreativitas yang cukup besar dalam berbagai industri kreatif termasuk bagi para pengrajin IKM perhiasan (*Ibid*). Selain itu, penggunaan hak cipta juga penting terhadap hasil produk yang dihasilkan dan dapat melindungi desain yang dimiliki (Zainal, 2020, p. 72). Karena, produk perhiasan dianggap juga sebagai bentuk seni terapan yang mana perlu perlindungan bagi para IKM perhiasan atas produk yang dihasilkannya.

Terlebih jika sebagai komoditi ekspor agar dapat terhindar dari persaingan yang tidak sehat seperti misal peniruan desain produk perhiasan oleh industri perhiasan negara lain.

Dengan adanya IE-CEPA ini, perlindungan hak-hak tersebut didukung dan disetujui juga oleh EFTA. Dalam perjanjiannya, adanya ketentuan mengenai Proteksi Properti Intelektual (*Protection of Intellectual Property*) sebagai bentuk pernyataan EFTA terhadap perlindungan kekayaan intelektual. Salah satunya mengenai desain industri, yang mana tiap negara memastikan UU dan peraturan domestik masing-masing memadai dan perlindungan yang efektif terhadap desain industri. Masing-masing negara sebagai pemegang hak dapat memiliki jangka waktu perlindungan yang dapat diperbaharui sesuai hukum domestik masing-masing (EFTA, p. 5). Penegakan terhadap kekayaan intelektual dalam IE-CEPA ini juga berdasarkan ketentuan WTO terkait perdagangan kekayaan intelektual (BPHN, 2020, pp. 73-74), sehingga EFTA dapat memberikan perlindungan tingkat tinggi terkait kerja sama ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss.

### **III.3 Peran Pemerintah Indonesia dan Industri Kecil Menengah (IKM) Perhiasan dalam Kontribusi Ekspor Komoditi Perhiasan Indonesia**

Pada sub-bab ini, terkait aplikasi dari variabel aktor negara dan non-negara. Bayne dan Woolcock mendefinisikannya “*Semua lembaga pemerintah seperti para menteri dan kepala pemerintahan, parlemen, badan-badan publik independen dan sub-nasional, yang memiliki tanggung jawab ekonomi dan beroperasi secara internasional terlibat dalam diplomasi ekonomi. Berbagai macam aktor non-negara juga terlibat dalam diplomasi ekonomi.*” (N. Bayne & S. Woolcock, 2016,

p. 3). Oleh karena itu, sesuai dengan studi kasus penelitian ini, aplikasinya mengenai peran pemerintah Indonesia dan IKM perhiasan dalam kontribusi ekspor komoditi perhiasan Indonesia.

Komoditi perhiasan yang menjadi komoditi utama ke Swiss, tentu tidak lepas dari adanya peran pemerintah untuk dapat terus meningkatkan nilai ekspor perhiasan. Tetapi, tidak hanya pemerintah Indonesia sebagai aktor negara saja yang berperan dalam kontribusi ekspor perhiasan Indonesia. Adanya para IKM perhiasan sebagai pemain dalam industri perhiasan ini, juga berkontribusi terhadap ekspor komoditi perhiasan Indonesia. Pemerintah maupun para IKM perhiasan saling bekerja sama dalam berkontribusi dengan baik terhadap ekspor perhiasan Indonesia. Berikut peran pemerintah Indonesia sebagai aktor negara dan peran IKM industri perhiasan sebagai aktor non-negara dalam kontribusi ekspor komoditi perhiasan Indonesia.

**Tabel III.3 Kebijakan Pemerintah Indonesia dan Kontribusi IKM Industri Perhiasan Terhadap Ekspor Komoditi Perhiasan**

Pemerintah Indonesia	IKM Industri Perhiasan Indonesia
1. Menerapkan standarisasi terhadap produk perhiasan Indonesia yang mengacu pada PP No. 102 Tahun 2000 tentang negara dapat menerapkan syarat mutu bagi produk ekspornya. Salah satunya SNI No. 13-3847-2005 terhadap barang dan perhiasan logam mulia emas.	1. Memproduksi perhiasan dengan inovasi dan kreativitas, seperti menggunakan teknik <i>filigree</i> untuk perhiasan berbahan logam (Evelyn Tandiono, 2019, p. 32), dan pembuatan pola secara tradisional menggunakan peralatan sederhana.
2. Mengajak dan memfasilitasi IKM perhiasan untuk mengikuti pameran berskala internasional, seperti <i>Jakarta International Jewellery Fair</i> agar dapat memperluas pasar perhiasan Indonesia.	2. Sekitar 30 IKM perhiasan yang berasal dari berbagai daerah seperti Yogyakarta, Surabaya, Jakarta, Bali, Mataram, dan lain-lain mengikuti pameran internasional, salah satunya <i>Jakarta International Jewellery Fair 2019</i> .

<b>Pemerintah Indonesia</b>	<b>IKM Industri Perhiasan Indonesia</b>
3. Memfasilitasi melalui pendampingan oleh tenaga ahli desainer untuk para IKM perhiasan terhadap desain yang akan diproduksi, serta pelatihan produksi bagi para IKM perhiasan guna meningkatkan keterampilan SDM dalam industri perhiasan (Kementerian Perindustrian RI, 2018).	3. Mengikuti pelatihan desain. Karena, selain kualitas produk, desain atau pola yang menarik dalam perhiasan yang diproduksi juga akan meningkatkan daya saing produk sehingga dapat mempengaruhi permintaan konsumen di internasional.

Kebijakan pemerintah Indonesia dan IKM perhiasan ditampilkan secara berdampingan dalam tabel tersebut karena pemerintah dan IKM perhiasan saling bekerja sama dalam meningkatkan ekspor komoditi perhiasan baik dengan menjamin kualitas atau mutu produk, memperluas akses pasar ekspor, maupun dengan meningkatkan daya saing dan potensi dari segi desain dan produksi produk. Sehingga, IKM perhiasan dalam hal ini juga tidak bermain sebagai pemain independen, tetapi juga dengan bantuan dan ajakan pemerintah untuk sama-sama berkontribusi dalam ekspor perhiasan ini.

Dalam pemerintahan Indonesia, terdapat beberapa elemen yang saling bekerja sama dalam melakukan diplomasi perdagangan luar negeri dalam hal ekspor perhiasan Indonesia. Seperti Kementerian Perindustrian yang juga memiliki interaksi atau kerja sama dengan Kementerian Perdagangan terkait industri perhiasan sebagai komoditi ekspor. Misalnya, Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perdagangan mengupayakan pengusulan untuk penurunan PPN 10% terhadap bahan baku perhiasan emas. Hal tersebut juga sedang dikaji oleh Badan Kebijakan Fiskal (Kementerian Perindustrian RI, 2019, p. 24). Adanya pengusulan



ini tentunya untuk menunjang produksi komoditi perhiasan. Karena, adanya pajak yang besar terhadap bahan baku yang digunakan untuk perhiasan, dapat memberatkan para pelaku industri perhiasan sehingga daya saing industri perhiasan pun dapat melemah (T. Sihalo, 2018, p. 108). Sehingga elemen-elemen dalam pemerintahan Indonesia pun saling bekerja sama untuk dapat melakukan diplomasi perdagangan luar negeri dengan ekspor komoditi perhiasan Indonesia.

#### **III.4 Perhiasan Indonesia di Pasar Global dan Pengaruhnya terhadap Permintaan Swiss**

Pada sub-bab ini, terkait aplikasi dari variabel dampak pasar. Bayne dan Woolcock mendefinisikannya *“Ekonomi merupakan langkah-langkah yang diambil dalam mengejar tujuan politik. Ciri khas diplomasi ekonomi adalah peka terhadap perkembangan pasar. Perkembangan pasar akan membentuk aktor yang terlibat dalam masalah apapun, mempengaruhi negosiasi mereka, dan mungkin menawarkan alternatif untuk solusi yang dinegosiasikan.”* (N. Bayne & S. Woolcock, 2016, p. 5). Oleh karena itu, sesuai dengan studi kasus penelitian ini, aplikasinya mengenai perhiasan Indonesia di pasar global dan pengaruhnya terhadap permintaan Swiss.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa perhiasan Indonesia memiliki keunggulan, yang mana produk yang dihasilkan kebanyakan dibuat secara tangan dengan berbagai teknik secara tradisional oleh para pengrajin IKM perhiasan. Sehingga, perhiasan yang dihasilkan pun masih dapat memiliki sentuhan etnik atau ukiran khas budaya Indonesia dengan berbagai teknik tersebut. Perhiasan yang dihasilkan pun tentu menjadi lebih personal karena berbagai produk yang

dihasilkan memiliki berbagai ragam motif atau desain yang berbeda-beda dikarenakan tidak diproduksi sekaligus secara massal menggunakan mesin, melainkan diproduksi satu-satu oleh para pengrajin IKM tersebut. Hal itulah yang membuat produk perhiasan Indonesia lebih artistik dan memiliki daya tarik tersendiri.

Produk perhiasan Indonesia yang semakin berkembang dan telah memasuki pasar global, membuat beberapa negara menjadi terpengaruh dalam daya beli terhadap produk-produk perhiasan Indonesia itu sendiri, seperti negara-negara tujuan ekspor yang telah dipaparkan sebelumnya. Salah satunya Swiss, yang menjadi salah satu negara tujuan ekspor utama perhiasan Indonesia ini. Swiss sebagai negara Eropa, yang mana masyarakat atau konsumen Eropa tidak hanya melihat kualitas dari produk perhiasan saja, tetapi mereka juga tertarik akan makna atau cerita dibalik produk perhiasan yang akan dimiliki. Seperti desain yang memiliki cerita atau asal usul, maupun adanya sentuhan etnik (ITPC, 2017). Sehingga tidak dapat dipungkiri jika Swiss memiliki ketertarikan terhadap produk perhiasan Indonesia karena perhiasan Indonesia memiliki aspek-aspek tersebut.

Seperti pada keterlibatan produk-produk perhiasan Indonesia di salah satu pameran di Swiss bernama MUBA (*Mustermesse Basel*) tahun 2018 di Basel, Swiss, yang mana para IKM perhiasan turut memamerkan hasil produk-produknya seperti perhiasan perak maupun mutiara. Banyaknya pengunjung yang hadir dalam pameran tersebut menunjukkan tingginya animo masyarakat di Swiss. Selain terlihat dari banyaknya kehadiran, sebagian besar konsumen Swiss memiliki daya beli yang tinggi dilihat dari konsumen-konsumen yang membeli tanpa menawar

harga yang ada. Harga yang mahal tidak menjadi masalah bagi mereka. Karena konsumen-konsumen Swiss akan tertarik asal produk perhiasan memiliki kualitas yang baik dan juga desain produk yang artistik serta memiliki makna (Prihtiyani, 2013). Jadi dapat dikatakan bahwa Indonesia juga dapat memenuhi keinginan Swiss dalam pasar perhiasan ini.

Adanya kegiatan perdagangan dalam pasar global tersebut membuat Indonesia dan Swiss saling menguntungkan satu sama lain. Dampak dari produk perhiasan di pasar global dan mempengaruhi permintaan Swiss juga membuat Indonesia bernegosiasi dengan Swiss begitupun sebaliknya terkait produk-produk yang diperdagangkan seperti perhiasan ini. Seperti yang telah dipaparkan pada sub-bab sebelumnya, negosiasi antara Indonesia dan Swiss terkait ekspor produk perhiasan Indonesia ini juga dilandasi melalui IE-CEPA. Berikut adalah tabel rangkuman dari Bab III dalam penelitian ini.

**Tabel III.4 Rangkuman Bab III**

<b>Sub-bab</b>	<b>Variabel</b>	<b>Aplikasi</b>
<b>III.1</b>	<b>Internasional &amp; Domestik</b> Penerapan aturan domestik suatu negara yang dapat mempengaruhi negara lain atau internasionalnya.	<b>Regulasi Produk Perhiasan di Pasar Swiss dan Pengaruhnya terhadap Ekspor Perhiasan Indonesia ke Swiss</b> 1. EFTA melalui <i>The Convention on The Control and Marketing of Articles of Precious Metals</i> , mengatur tentang barang perhiasan yang masuk ke EFTA. 2. Swiss melalui <i>Swiss Precious Metal Control</i> mengatur tentang standar perhiasan logam mulia yang masuk ke Swiss.
<b>III.2</b>	<b>Instrumen &amp; Masalah</b> Adanya isu-isu ekonomi yang mendasari negosiasi antara	<b><i>Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA) sebagai Landasan Kerja</i></b>

Sub-bab	Variabel	Aplikasi
	berbagai aktor dengan menggunakan instrumen.	<p><b>sama Ekspor Perhiasan Indonesia ke Swiss</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tarif bea masuk ke Swiss membuat Indonesia dan Swiss bernegosiasi melalui IE-CEPA.</li> <li>2. Hak desain industri dan hak cipta bagi industri perhiasan Indonesia. Proteksi Properti Intelektual dalam IE-CEPA sebagai perlindungan terhadap kekayaan intelektual.</li> </ol>
III.3	<p><b>Aktor Negara &amp; Non-negara</b> Pemerintah dan aktor non-negara sama-sama berkontribusi dalam diplomasi, baik aktor non-negara bekerja sama dengan pemerintah atau independen.</p>	<p><b>Peran Pemerintah Indonesia dan Industri Kecil Menengah (IKM) Perhiasan dalam Kontribusi Ekspor Komoditi Perhiasan Indonesia</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan pemerintah terkait standardisasi produk, perluasan pasar ekspor, dan meningkatkan daya saing desain.</li> <li>2. IKM perhiasan berkontribusi memproduksi perhiasan, mengikuti pameran internasional, serta pelatihan desain dan produksi.</li> </ol>
III.4	<p><b>Dampak Pasar</b> Produk yang dihasilkan dalam pasar global dapat mempengaruhi perkembangan pasar yang dapat melibatkan banyak aktor dan mempengaruhi negosiasi terkait hal tersebut.</p>	<p><b>Perhiasan Indonesia di Pasar Global dan Pengaruhnya terhadap Permintaan Swiss</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat Swiss menyukai produk perhiasan yang memiliki cerita pada desainnya dan terdapat sentuhan etnik.</li> <li>2. Perhiasan Indonesia yang dipamerkan di Swiss membuat konsumen Swiss tertarik membeli walaupun dengan harga tinggi.</li> </ol>

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Riset ini telah mencoba menjawab rumusan masalah bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam diplomasi perdagangan luar negeri sektor perhiasan ke Swiss periode 2014-2019. Dengan konsep *New Economic Diplomacy* oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock. Pada Bab I telah dijabarkan bahwa munculnya industri ekonomi kreatif dapat menunjang masa depan karena mengutamakan kreativitas serta budaya yang dimiliki, termasuk industri perhiasan di Indonesia. Potensi yang dimiliki industri perhiasan ini membuat perhiasan menjadi komoditi yang sering diekspor ke beberapa negara tujuan dan menjadi salah satu komoditi utama ekspor non-migas. Salah satu negara tujuannya yaitu Swiss karena Swiss memiliki permintaan yang cukup kuat terhadap perhiasan Indonesia terkhusus logam mulia. Kegiatan ekspor tersebut dilandasi melalui perjanjian IE-CEPA.

Pada Bab II telah diuraikan bahwa terdapat diplomasi yang Indonesia lakukan dengan EFTA melalui IE-CEPA melalui *Memorandum of Understanding on Cooperation and Capacity Building*. Perkembangan industri perhiasan di Indonesia juga diikuti oleh IKM yang tersebar di berbagai daerah yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan memiliki nilai produksi yang tinggi. Keunggulan produk perhiasan Indonesia yang membuat perhiasan Indonesia potensial yakni pembuatannya yang kebanyakan *handmade* oleh para pengrajin IKM perhiasan dengan berbagai teknik secara tradisional sehingga menghasilkan produk yang lebih artistik dan personal yang dapat meningkatkan daya tarik, dibandingkan jika

dihasilkan dengan mesin modern. Selain itu, nilai ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss dalam periode 2014-2019, meskipun mengalami naik turun, tetapi di tahun 2016 memiliki nilai paling tinggi yaitu 2.096.641.638 US\$.

Sementara itu, untuk menjawab rumusan masalah secara analitik, pada Bab III, telah diaplikasikan beberapa variabel dalam konsep yang digunakan seperti internasional dan domestik yang pengaplikasiannya terkait regulasi produk perhiasan di Swiss, yang mana Swiss memiliki standar terhadap perhiasan berbahan logam mulia dan adanya dokumen atau tanda tanggung jawab. Sehingga membuat Indonesia semakin terpacu meningkatkan standar dan kualitas produk perhiasan sebagai komoditi ekspor ke Swiss. Selain itu, aplikasi dari variabel instrumen dan masalah yaitu terkait adanya isu tarif bea masuk ke negara tujuan Swiss, serta isu hak desain industri dan hak cipta bagi industri perhiasan Indonesia. Isu-isu tersebut juga menjadi salah satu yang memantik Indonesia bernegosiasi dengan Swiss melalui IE-CEPA sebagai instrumen terkait penghapusan tarif bea masuk dan perlindungan terhadap bentuk dari hak kekayaan intelektual tersebut.

Selanjutnya, mengenai pengaplikasian dari variabel aktor negara dan non-negara yang mana pemerintah Indonesia saling bekerja sama dengan IKM perhiasan untuk turut meningkatkan ekspor perhiasan Indonesia, seperti standarisasi produk oleh pemerintah, keterampilan pembuatan produk oleh pengrajin IKM perhiasan, pemerintah memperluas akses pasar ekspor yang diikuti oleh IKM perhiasan dalam pameran skala internasional, maupun fasilitas dari pemerintah terkait pelatihan desain produk dan produksi oleh tenaga ahli, yang diikuti oleh IKM perhiasan guna meningkatkan SDM industri perhiasan dan daya

saing produk perhiasan sebagai komoditi ekspor. Terakhir, aplikasi dari variabel dampak pasar yaitu terkait produk perhiasan Indonesia yang memasuki pasar global dan memberikan pengaruh daya beli yang tinggi terhadap konsumen di Swiss. Temuan dari riset ini adalah ekspor perhiasan Indonesia ke Swiss yang dilandasi IE-CEPA, serta permintaan kuat oleh Swiss terhadap perhiasan Indonesia dapat memberikan manfaat bagi para IKM perhiasan Indonesia. Seperti dapat menjadi pintu masuk bagi produk-produk perhiasan yang dihasilkan IKM ke Eropa, sehingga meningkatkan eksistensi industri perhiasan Indonesia dan memberikan nilai ekonomi bagi para IKM perhiasan maupun meningkatkan devisa negara.

#### **IV.2 Saran dan Rekomendasi**

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa penelitian ini secara spesifik hanya menjelaskan mengenai upaya pemerintah Indonesia bersama dengan IKM perhiasan dalam melakukan diplomasi perdagangan luar negeri dengan kegiatan ekspor perhiasan ke Swiss melalui IE-CEPA. Penelitian ini tentu masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis akan memberikan saran dan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya sebagai bentuk dari tindak lanjut dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat membahas mengenai bagaimana dampak ekspor perhiasan Indonesia terhadap para pelaku industri perhiasan secara lebih spesifik. Selain itu, penulis selanjutnya juga dapat menambahkan poin mengenai hambatan atau kendala para pelaku industri perhiasan dalam berkontribusi terhadap ekspor perhiasan Indonesia, serta kekurangan produk perhiasan Indonesia yang mempengaruhi eksportnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agro Indonesia. (24 Mei 2018). *Perhiasan Handmade Indonesia Jadi Unggulan*. <http://agroindonesia.co.id/2018/05/perhiasan-handmade-indonesia-jadi-unggulan/>
- Arnason, Kristinn F. (2014). *This is EFTA*. Belgium: Gramme SA <https://www.efta.int/sites/default/files/publications/this-is-efta/this-is-efta-2014.pdf>
- Aziz, Abdul. (17 November 2016). *Perhiasan Indonesia yang Mengkilau di Dunia*. Tirto.id. <https://tirto.id/perhiasan-indonesia-yang-mengkilau-di-dunia-b489>
- Badan Pembinaan Hukum Nasional. (2020). *Hasil Penyelarasan Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Pengesahan Persetujuan Kemitraan Ekonomi Komprehensif antara Indonesia dan Negara-Negara EFTA (Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement)*. Jakarta: BPHN
- Badan Pusat Statistik. (23 Juli 2020). *Ekspor Barang Perhiasan dan Barang Berharga Menurut Negara Tujuan Utama, 2012-2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/statictable/2019/02/25/2028/ekspor-barang-perhiasan-dan-barang-berharga-menurut-negara-tujuan-utama-2012-2019.html>
- Badan Pusat Statistik. (diolah 2021). *Nilai Ekspor HS 71 Indonesia-Swiss dan Indonesia-Amerika Serikat*. Jakarta: PDSI Kementerian Perdagangan RI
- Bekraf & BPS. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Bloom, Fifth. (23 Juli 2020). *Berapa Harga Cincin Emas 24 Karat, Emas Tua 750, dan Emas Muda 375?*. Surabaya: <https://fifthbloom.com/artikel/berapa-harga-cincin-emas-24-karat-emas-tua-750-dan-emas-muda-375>
- Ditjenppi Kementerian Perdagangan RI. (2021). Factsheet: *Indonesia-EFTA Comprehensive Economic Partnership Agreement (IE-CEPA)*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI
- DJKI Kementerian Hukum dan HAM RI. (2019). *Modul Kekayaan Intelektual, Bidang Desain Industri*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM RI
- EFTA. (2015). *EFTA-Indonesia: Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (Indonesia EFTA)*. Geneva: EFTA
- EFTA. Annex XVII: *Protection of Intellectual Property*. Geneva: <https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/indonesia/efta-indonesia-annex17-intellectual-property-rights.pdf>



- EFTA. *EFTA Secretariat*. <https://www.efta.int/Free-Trade/Free-Trade-Agreements-510711> (diolah pada 2021)
- EFTA. *Trade in Goods: Annex I: Rules of Origin and Administrative Cooperation*. Geneva: <https://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/indonesia/efta-indonesia-annex1-rules-of-origin.pdf>
- Europa Nu. *European Free Trade Association (EFTA)*. [https://www.europanu.nl/id/vg9ic6nec2zi/europese\\_vrijhandelsassociatie\\_eva](https://www.europanu.nl/id/vg9ic6nec2zi/europese_vrijhandelsassociatie_eva)
- Fallah, Saiful. (31 Mei 2021). *Menilai Sebatang Emas*. Artikel Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Kantor Pelayanan Negara dan Lelang Bengkulu, Kementerian Keuangan RI.
- Fibriliani, Siska. (2012). *Membedah Potensi Industri Perak di Indonesia*. Warta Ekspor. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
- Fitriani, Arifin, B., & Ismono, H. (2021). *Indonesian Coffee Exports and It's Relation to Global Market Integration*. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(1), 120-133. <https://doi.org/10.31328/jsed.v4i1.2115>
- Gatra. (28 Februari 2017). *Prospek Industri Perhiasan Tambah Kinclong*. Gatra News <https://www.gatra.com/detail/news/246672-prospek-industri-perhiasan-tambah-kinclong>
- Indonesian Trade Promotion Center. (2012). *Market Brief: Peluang Pasar Produk Perhiasan (Jewellery) di Kanada (Market Intelligence-ITPC Vancouver Tahun 2012)*. Vancouver: ITPC
- Indonesian Trade Promotion Center. (2016). *Market Brief ITPC Osaka: Imitation Jewellery HS 7117*. Osaka: ITPC
- Indonesian Trade Promotion Center. (2017). *Market Brief Peluang Usaha Produk Perhiasan Logam Mulia Bukan Perak HS 711319 di Italia*. Milan: ITPC
- Jr., Arthur A. Thompson. dkk. (2007). *Crafting and Executing Strategy-Concepts and Cases*. (15<sup>th</sup> Edition). USA: McGraw-Hill/Irwin
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. (2018). *Konfederasi Swiss*. Bern: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia
- Kementerian Luar Negeri RI. (2019). *Laporan Kinerja 2018*. Direktorat KSI AMEROP: Ditjen Amerika dan Eropa. Jakarta: Kemenlu RI
- Kementerian Perdagangan RI. (2021). *Perkembangan Ekspor NonMigas (Komoditi) Periode 2016-2021*. Portal Statistik Perdagangan. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI

- Kementerian Perindustrian RI. (27 Oktober 2018). *Industri Perhiasan Harus Perkuat 'Branding' Guna Bersaing di Pasar Ekspor*. Siaran Pers. Jakarta
- Kementerian Perindustrian RI. (13 November 2019). *Transformasi Manufaktur Menuju Industri Maju (Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian 2015-2019)*. Annual Report. Jakarta: Kementerian Perindustrian RI
- KIKE. (13 November 2020). *Pursuing Sustainable Cooperation: Indonesia-EFTA CEPA (IE-CEPA)*. Yogyakarta: <https://www.kike.or.id/2020/11/13/pursuing-sustainable-cooperation-indonesia-efta-cepa-ie-cepa/>
- Kominfo Jatim. (27 Oktober 2016). *Wagub: Industri Perhiasan Jadi Andalan Jatim*. Surabaya: Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur
- Kompas. (21 Februari 2017). *Industri Perhiasan Emas Prospektif*. <https://www-beta.kompas.id/baca/ekonomi/2017/02/21/industri-perhiasan-emas-prospektif/>
- Kusumawanti, Ratih. (10 April 2021). *Ketok Palu, RUU IE-CEPA Disahkan*. Jakarta: Porto News <https://www.portonews.com/2021/keuangan-dan-portfolio/perdagangan-dan-jasa/ketok-palu-ruu-ie-cepa-disahkan/>
- National Bureau of Standards. (1983). *Directory of International and Regional Organizations Conducting Standards-Related Activities*. Washington, DC: National Bureau of Standards Special Publication 649
- National Geographic Kids. *Switzerland*. Article by National Geographic Kids <https://kids.nationalgeographic.com/geography/countries/article/switzerland>
- Nicholas, Bayne. & Woolcock, Stephen. (2016). *The New Economic Diplomacy 4th Edition: Decision-making and negotiation in international economic relations*. New York: Routledge
- Nasution, Bhatara Bharah. (2019). *Peluang Perhiasan Indonesia*. Warta Ekspor. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
- Permatasari, Anita. dkk. (30 Maret 2021). *Referendum Swiss dan Jalan Panjang Menuju Keberterimaan Minyak Sawit Berkelanjutan Indonesia di Pasar Global*. SPOS Indonesia <https://sposindonesia.org/wp-content/uploads/2021/04/Info-Brief-Hasil-Referendum-Swiss-2.pdf>
- Portal Informasi Indonesia. (11 September 2019). *Cara Mendapat HS Code*. Jakarta: Indonesia.go.id

- Prahara, Rahma Sandhi. (2018). *Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif*. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8
- Prasetya, Dani. (9 September 2011). *Kemdag Perbarui Atase Perdagangan di 18 Negara*. Jakarta: Kontan <https://industri.kontan.co.id/news/kemdag-perbarui-atase-perdagangan-di-18-negara-1>
- Precious Metal Control. (2018). *Precious Metals Control*. Bern: file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Temp/edelmetallkontrolle\_e.pdf
- Prihtiyani, Eny. (2013). *Perhiasan Indonesia Berpeluang Dipasarkan di Eropa*. Jakarta: Kompas
- Putro, Yudhistira Haryo Nurresi. (26 Juni 2020). *Menghadapi New Normal dengan Mengoptimalkan IE-CEPA*. Artikel UKM Indonesia <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/302>
- Rabbi, Cahya Puteri Abdi. (12 April 2021). *IE-CEPA Diteken, Pemerintah Dorong Citra Sawit di Eropa*. Jakarta: Katadata <https://katadata.co.id/pingitaria/berita/60740583ba58d/ie-cepa-diteken-pemerintah-dorong-citra-sawit-di-eropa>
- Ramadhani, Silvia. (8 Januari 2014). *10 Komoditas Ekspor Andalan RI dalam 5 Tahun Terakhir*. Jakarta: Okezone <https://economy.okezone.com/read/2014/01/08/320/923418/10-komoditas-ekspor-andalan-ri-dalam-5-tahun-terakhir>
- Safri, Hendra. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo
- Salam, A.R. & Lingga, I. (2013). *Peluang Ekspor Produk Perikanan Indonesia di Pasar EFTA (Indonesia Fishery Product's Export Opportunities in The EFTA Market)*. Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, Vol 8(2), 185-199.
- Salvatore, Dominick. (1996). *International Economics*, Fifth Edition. PrenticeHall, Inc, A Simon and Schuster Company Englewood Cliffs, New Jersey
- Science Buddies. (2002-2021). *Steps of the Scientific Method*. <https://www.sciencebuddies.org/science-fair-projects/science-fair/steps-of-the-scientific-method>
- Setiawan, Samhis. (6 Februari 2021). *Studi Kepustakaan adalah*. <https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kepustakaan/>
- Sihaloho, T., & Christoffel, L. M. (2018). *Review Kebijakan Perpajakan dalam Rangka Pengembangan Ekspor Hasil Industri Perhiasan*. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, 1(1), 105-150

- Sudarman, Keke Levina. (2020). *ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan Ekspor Komoditas Perhiasan Indonesia ke Singapura Tahun 2014-2019*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan
- Swiss Customs Administration. *Addresses of The Precious Metal Control*. Bern: <https://www.ezv.admin.ch/ezv/en/home/topics/precious-metal-control/addresses-of-the-precious-metal-control.html>
- Swiss Federal Customs Administration. *Tares*. <https://xtares.admin.ch/tares/main/mainFormFiller.do;jsessionid=tuny1EL7jneUmhdYcKDR6oKESkXVncl4ayAmlEBn6JtvWJDIFnp!-2057794645> (diakses pada 29 Juli 2021)
- Swiss Time. *Precious Metal Control*. Basel: <https://www.swisstime.ch/pgss/SwissTimeBrandPdf.php?e=766>
- Tandiono, Evelyn. & Indah, Ingrid Dianita. (2019). *Inovasi Penggabungan Teknik Filigree dan Enamel dalam Perancangan Perhiasan Buatan Tangan untuk Menunjukkan Status*. Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial. Jakarta: Universitas Pelita Harapan
- Todaro, Michael P. & Smith, Stephen C. (2006). *Pembangunan Ekonomi*. Erlangga
- University of Luxembourg. (7 Agustus 2016). *The Birth of EFTA*. CVCE.EU by UNILU [http://www.cvce.eu/obj/the\\_birth\\_of\\_efta-en-9a3f9dd8-c9c5-449f-934f-577249c71e0a.html](http://www.cvce.eu/obj/the_birth_of_efta-en-9a3f9dd8-c9c5-449f-934f-577249c71e0a.html)
- University of Newcastle Library. (15 Desember 2020). *Research Methods: What are research methods?*. <https://libguides.newcastle.edu.au/researchmethods>
- U.S Department of Commerce. (16 September 1997). *Switzerland: Jewelry*. The Journal of Commerce online [https://www.joc.com/economy-watch/switzerland-jewelry\\_19970916.html](https://www.joc.com/economy-watch/switzerland-jewelry_19970916.html)
- Wardani, Retno Tri. (4 April 2019). *Ekspor Perhiasan Indonesia Masuk 10 Besar di Dunia*. Jakarta: Okezone <https://economy.okezone.com/read/2019/04/04/320/2039020/ekspor-perhiasan-indonesia-masuk-10-besar-di-dunia>
- Wellyanti, Briliana. (2015). *Keunggulan Komparatif Indonesia pada Sepuluh Komoditi Unggulan ASEAN Tahun 1997-2009*. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol. 8 No. 1, 93
- World Bank. *GDP per capita*. <https://data.worldbank.org/> (diolah pada 2021)
- World Integrated Trade Solution. (2019). *Switzerland Jewellery; of precious metal (excluding silver) whether or not plated or clad with precious metal, and parts thereof imports by country in 2019*. Provided by World Bank

Yuliati, Evi. & Indriastuti, Surti. (2010). *Kajian SNI Barang-Barang Emas*. Jurnal Standardisasi Vol. 12 No. 1: 7-13

Zainal, Soraya Azhara. (20 Februari 2020). *Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Desain Industri "Perhiasan" Menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri (Studi Putusan Nomor 19/Pdt.Sus-DesainIndustri/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst)*. Skripsi Universitas Sumatera Utara

