Insignia Journal of International Relations
Vol. 5, No. 2, November 2018, 67-84
P-ISSN: 2089-1962; E-ISSN: 2597-9868

Penguatan Diplomasi Ekonomi Tiongkok di ASEAN melalui ACFTA Upgrading Protocol

Calista Laurinne Nugraha
Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Indonesia
Email: calaurinne@gmail.com

Abstrak

Hubungan kerja sama Tiongkok dan ASEAN melalui *ASEAN–China Free Trade Area* (ACFTA) telah berlangsung selama lebih dari satu dekade. Sayangnya, dalam kurun waktu tersebut, ternyata ACFTA banyak mendapat kritik. Salah satunya adalah tidak memberikan peningkatan perdagangan secara signifikan–terutama pada ASEAN–seperti pada tujuan awal sehingga ACFTA sepakat untuk ditinjau ulang dalam *ACFTA Upgrading Protocol* yang ditandatangani pada 21 November 2015. Namun, pada pembaharuan itu, Tiongkok kemudian bersikukuh agar ACFTA memiliki ruang kerja sama baru di bidang *e-commerce*. Bahkan setelahnya, perusahaan *e-commerce* multinasional dari Tiongkok seperti Alibaba dan Tencent mulai berekspansi ke wilayah ASEAN, sementara ASEAN bukan merupakan domain *e-commerce* karena infrastrukturnya belum memadai seperti dari sisi kecepatan internet dan jaringan logistik. Studi ini bertujuan untuk menganalisis mengapa Tiongkok menambahkan kerja sama *e-commerce* dalam *ACFTA Upgrading Protocol*. Menggunakan metode penelitian kualitatif dan konsep diplomasi ekonomi, penelitian ini menemukan bahwa perluasan domain kerja sama ACFTA ke sektor *e-commerce* merupakan strategi diplomasi Tiongkok untuk mengukuhkan dominasinya di ASEAN dalam rangka mencapai visi sebagai '*strong internet power*' (*wanglou qiangguo*). Visi tersebut termanifestasikan dalam agenda politik *Belt and Road Initiative* (BRI) dan *Internet Plus-Strategy* yang telah dicanangkan pada tahun 2013.

Kata kunci: ACFTA, Diplomasi Ekonomi, *E-commerce*

Abstract

The relationship between China and ASEAN through ASEAN - China Free Trade Area (ACFTA) has been going on for more than a decade. Unfortunately, during this period, it turned out that ACFTA received a lot of criticism. One of them is not significantly increasing trade – especially in ASEAN – as in the initial goal so that ACFTA was agreed to be reviewed in the ACFTA Upgrading Protocol asigned on November 21, 2015. However, in the renewal, China then insisted that ACFTA should have a new cooperation agenda in the e-commerce sector. Even after that, multinational e-commerce companies from China such as Alibaba and Tencent began to expand into the ASEAN region, while ASEAN was not an e-commerce domain because the infrastructure was inadequate as in terms of internet speed and logistics network. This study aims to analyze why China added e-commerce cooperation in the ACFTA Upgrading Protocol. Using qualitative research methods and the concept of economic diplomacy, this research finds that the expansion of the ACFTA cooperation domain to the e-commerce sector is China's diplomatic strategy to strengthen its domination in ASEAN in order to achieve its vision as "strong internet power" (Wanglou Qiangguo). This vision was manifested in the Belt and Road Initiative (BRI) political agenda and the Internet Plus Strategy that was launched in 2013.

Keywords: *ACFTA, Economic Diplomacy, E-commerce*

PENDAHULUAN

Sejak reformasi ekonomi tahun 1978 pada masa pemerintahan Deng Xiaoping (1978-1989), Tiongkok telah mengalami perubahan signifikan lewat pengembangan strategi baru dan program-program reformasi ekonomi. Sebelum reformasi, sistem finansial dan aktivitas ekonomi lainnya yang hanya terpusat di dalam negara dianggap tidak cukup memadai. Sistem keuangan kemudian direformasi sehingga negara dapat menempatkan sumber keuangan yang lebih besar di tangan individu dan perusahaan, membuka pasar Tiongkok ke dunia luar (Agarwal, 1999: 29).

Upaya Tiongkok untuk menjalin relasi dengan negara-negara tetangga semakin berkembang. Tidak hanya antar negara, hubungan kerja sama Tiongkok juga mulai merambah ke organisasi regional seperti ASEAN. Bagi ASEAN, Tiongkok merupakan mitra dagang utama. Hubungan kerja sama Tiongkok–ASEAN telah dimulai secara informal pada tahun 1991. Tiongkok dikukuhkan menjadi mitra wicara penuh ASEAN pada *ASEAN Ministerial Meeting* ke-29 di Jakarta tahun 1996 (Kemenlu, 2012). Hubungan kerja sama ini semakin diperdalam pasca ditandatanganinya *Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation* untuk mendirikan *ASEAN-China Free Trade Area* (ACFTA) pada November 2002. ACFTA baru mulai diberlakukan pada 1 Januari 2010 bagi ASEAN-6 (Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Brunei Darussalam), dan berlaku secara total pada 1 Januari 2015 setelah Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam (CLMV) menghilangkan/ menurunkan hambatan tarif di dalam negerinya.

Dalam perkembangan kerja sama ini, banyak beranggapan bahwa ACFTA membawa keuntungan bagi kedua belah pihak. Seperti misalnya Chiang (2018: 10), yang menemukan bahwa nilai ekspor kedua belah pihak terus naik pasca kerja sama ACFTA hingga tahun 2016 lalu. Nilai ekspor Tiongkok ke ASEAN yang tadinya di bawah USD 50 miliar di tahun 2000, pada tahun 2016 berhasil mencapai USD 292 miliar. Begitupun nilai ekspor ASEAN yang tadinya juga di bawah USD 50 miliar pada tahun 2000, terus naik ke angka USD 183 miliar di tahun 2016. Nilai investasi kedua belah pihak juga meningkat dari tahun ke tahun. Menurut data investasi ACFTA tahun 2006 sampai 2015, nilai investasi ASEAN ke Tiongkok dari sebesar USD 3,4 miliar naik menjadi USD 7,6 miliar (lihat tabel 1).

Tabel 1
Nilai Investasi ACFTA tahun 2006-2015
(dalam USD miliar)

Tahun	Investasi ASEAN di Tiongkok	Investasi Tiongkok di ASEAN
2006	3.4	0.3
2007	4.4	1.0
2008	5.5	2.5
2009	4.7	2.7
2010	6.3	4.4
2011	7.0	5.9
2012	7.1	6.1
2013	8.3	7.3
2014	6.3	7.8
2015	7.6	8.3

Sumber: Chiang, 2018: 12.

Sementara nilai investasi Tiongkok juga naik dari USD 300 juta menjadi USD 8,3 miliar. Data ini juga memperlihatkan bahwa keterbukaan ekonomi kedua belah pihak semakin meningkat.

Selain peneliti yang memandang bahwa ACFTA membawa dampak positif, ada pula peneliti yang secara kritis melihat bahwa telah terjadi hubungan yang asimetris antara Tiongkok dan ASEAN. Seperti diungkapkan Prasetya (2018: 103) bahwa perdagangan negara-negara ASEAN lebih bergantung ke

Tiongkok daripada sebaliknya. Ketergantungan tersebut tidak hanya terjadi dalam hal perdagangan, namun juga investasi (lihat tabel 2).

Tabel 2
Indeks Ketergantungan Negara-negara ASEAN ke Tiongkok dan Sebaliknya (2015)

Negara	Ketergantungan Perdagangan	
	ASEAN ke Tiongkok	Tiongkok ke ASEAN
Laos	49,96	27,10
Brunei	47,02	20,91
Myanmar	40,40	19,16
Singapura	36,55	29,40
Kamboja	34,05	23,70
Malaysia	33,23	22,89
Filipina	32,77	18,25
Indonesia	30,24	21,04
Vietnam	29,09	23,88
Thailand	24,80	24,33
Rata-rata	**35,81**	**23,06**

Negara	Ketergantungan Investasi	
	ASEAN ke Tiongkok	Tiongkok ke ASEAN
Laos	33,13	0
Kamboja	17,29	0
Singapura	3,12	2,77
Thailand	1,94	0,02
Vietnam	1,71	0
Malaysia	1,64	0,19
Indonesia	0,99	0,04
Myanmar	0,97	0
Filipina	0,53	0,02
Brunei	0	0,03
Rata-rata	**6,12**	**0.3**

Sumber: Prasetya, 2018: 98-106.

Terlihat bahwa indeks ketergantungan negara-negara ASEAN ke Tiongkok di bidang perdagangan maupun investasi sama-sama lebih besar dibandingkan ketergantungan Tiongkok ke ASEAN. Semakin besar indeksnya, maka semakin besar pula tingkat ketergantungannya. Ketimpangan ini pulalah yang merusak rasa percaya ASEAN kepada Tiongkok sehingga merusak hubungan keduanya. ASEAN kemudian meminta agar kesepakatan ACFTA direnegosiasi dengan Tiongkok untuk mengurangi tingkat kerugian yang ditimbulkan bagi ASEAN (Das, 2018: 11). Kedua belah pihak akhirnya menyepakati pembaharuan ACFTA.

Namun, pada prakteknya dalam pembaharuan tersebut Tiongkok melalui Perdana Menteri Li Keqiang mendesak kerja sama ekonomi dan perdagangan di "wilayah yang lebih luas dan kualitas yang lebih tinggi" kepada ASEAN (Lei & Sovan, 2016). Pembaharuan dilakukan dengan mengubah kerangka kerja sama "2+7" menjadi "3+X". Kerangka "2+7" tadinya menekankan peningkatan dua titik yaitu kepercayaan strategis dan kerja sama ekonomi, serta tujuh bidang kerja sama termasuk di antaranya fasilitasi perdagangan, interkoneksi, dan pertukaran keamanan. Sementara kerangka "3+X" menggunakan huruf X dalam matematika untuk mewakili yang tidak diketahui, berarti Tiongkok-ASEAN akan menyentuh banyak bidang sambil berfokus pada tiga pilar-keamanan politik, ekonomi dan perdagangan, serta *people-to-people exchange* (ACFTA Business Portal, 2013).

Kesepakatan yang dikenal sebagai *ACFTA Upgrading Protocol* ini ditandatangani pada 21 November 2015 dan diluncurkan pada 9 Desember 2016, di mana Tiongkok melalui Perdana Menteri Li Keqiang juga meminta untuk penambahan area kerja sama baru di bidang *e-commerce* (ASEAN Secretariat, 2018). Sementara dilansir dari laman Kementrian Perdagangan (MOFCOM) Tiongkok (MOFCOM, 2015), kerja sama *e-*

commerce akan memperluas kerja sama-kerja sama ACFTA di bidang perdagangan barang, perdagangan jasa, investasi.

Sebagai hasil dari pembaharuan ini pula Tiongkok kemudian menggandeng raksasa-raksasa internet swasta di Tiongkok untuk berinvestasi di ASEAN. Sebut saja misalnya Alibaba dan Tencent, yang sudah menunjukkan kiprahnya di ASEAN mulai tahun 2016. Kedua perusahaan multinasional berbasis digital ini memberikan banyak investasi bahkan mengakuisisi berbagai industri *e-commerce* di ASEAN (lihat tabel 3), misalnya yang bergerak di bidang penjualan barang (Lazada, Tokopedia, Shopee, Sanook, Pomelo, dan Tiki) dan penjualan jasa (Traveloka dan Go-Jek).

Tabel 3 menunjukkan bahwa Alibaba dan Tencent berekspansi dengan cara menjadi investor maupun mengakuisisi berbagai perusahaan *e-commerce* di ASEAN. Alibaba menjadi investor utama di Tokopedia dan mengakuisisi Alibaba, sementara Tencent menjadi investor utama di SEA/ Shopee, Go-Jek, Pomelo, dan Tiki Vietnam. Selain itu Tencent juga mengakuisisi *e-commerce* Sanook asal Thailand. Tencent tercatat tidak menjadi investor utama hanya di *e-commerce* penyedia jasa travel Traveloka asal Indonesia, meski demikian nilai investasinya terbilang cukup besar mencapai USD 150 juta atau sekitar 2,2 triliun rupiah. Semua investasi dan akuisisi besar-besaran ini terjadi pada rentang tahun 2016-2017 pasca diperbaharuinya kesepakatan ACFTA.

Tabel 3
Tujuan Ekspansi Alibaba dan Tencent di ASEAN

E-commerce di ASEAN	Alibaba	Tencent	Keterangan
Lazada (Singapura)	USD 1 miliar *(Apr 2016)* USD 1 miliar *(Jun 2017)*		Akuisisi
Tokopedia (Indonesia)	USD 1,1 miliar *(Ags 2017)*		Investor Utama
SEA/ Shopee (Singapura)		USD 1,2 miliar *(Mei 2017)* USD 100-150 juta *(Jul 2017)*	Investor Utama
Sanook (Thailand)		USD 81,7 juta *(Des 2016)*	Akuisisi
Go-Jek (Indonesia)		USD 1,2 miliar *(Mei 2017)* USD 100 juta *(Jul 2017)*	Investor Utama
Traveloka (Indonesia)		USD 150 juta *(Jul 2017)*	Investor
Pomelo (Thailand)		USD 19 juta *(Okt 2017)*	Investor Utama
Tiki.vn (Vietnam)		USD 44 juta *(Nov 2017)*	Investor Utama

Sumber: Diolah oleh Penulis.

Pembaharuan kesepakatan ACFTA di bidang *e-commerce* dan mulai maraknya investasi perusahaan-perusahaan digital raksasa asal Tiongkok di Asia Tenggara merupakan fenomena yang menarik untuk dianalisis. Asia Tenggara memang memiliki jumlah populasi yang akan menarik investor manapun, namun infrastrukturnya di bidang *e-commerce* masih sangat minim. Pada tahun 2013, ASEAN hanya berkontribusi kurang dari 1% dari perdagangan digital dunia (ATKearney, 2013). Selain itu ASEAN masih

memiliki berbagai tantangan di bidang industri *e-commerce*, diantaranya keterbatasan infrastruktur mengenai koneksi data yang lambat, ketidakpastian hukum (terutama di Indonesia, Filipina, dan Vietnam), serta jaringan logistik seperti yang terjadi di Singapura dan Malaysia. Sementara ketiadaan infrastruktur yang memadai dan kepastian hukum biasanya membuat investor enggan untuk berinvestasi (Sen dkk., 2016: 21).

Penelitian ini menarik karena belum pernah ada penelitian yang membahas mengenai *ACFTA Upgrading Protocol* di bidang *e-commerce*. Maka dari itu tulisan ini akan memberikan pandangan mengenai alasan Tiongkok melakukan upaya diplomasi dengan mengubah kesepakatan ACFTA menjadi *ACFTA Upgrading Protocol*. Selain itu akan dijawab pula mengenai strategi diplomasinya serta bagaimana ASEAN menyikapi penguatan diplomasi ini.

Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Jalinan kerja sama Tiongkok dan ASEAN telah diperbaharui dalam *ACFTA Upgrading Protocol* sejak tahun 2015. Meski demikian, belum banyak peneliti yang mengambil sudut pandang dari sisi pembaharuan ini, terutama di bidang kerja sama *e-commerce*. Diskusi-diskusi terdahulu lebih banyak mengenai ACFTA mulai awal diinisiasikan sampai sebelum dilakukan pembaharuan. Mayoritas diskusi kemudian lebih fokus membahas mengenai implikasi, potensi, tantangan, dan motif Tiongkok dalam kerja sama ini.

Peneliti yang melihat dari segi implikasi seperti Min-Hua Chiang (2018) menemukan bahwa nilai ekspor dan investasi Tiongkok terbesar ada pada sektor manufaktur karena potensi ASEAN di bidang sumber daya alam, *market size*, dan kedekatan geografi. Meski demikian investasi ASEAN ke Tiongkok tidak cukup sebanding karena kenaikan upah pekerja di Tiongkok tidak menguntungkan bagi ASEAN. Peneliti lain seperti Chakraborty dan Komar (2012) menggarisbawahi potensi bagi Tiongkok maupun ASEAN setelah diberlakukan. ACFTA dipandang positif dalam meningkatkan inovasi dan daya saing keduanya. Pandangan ini juga disepakati oleh Chirathivat (2002), di mana peningkatan inovasi dan daya saing ini dapat menimbulkan *spill-over effect* untuk menarik investor-investor di luar anggota ACFTA.

Ada juga peneliti lain seperti Greenwald (2006) yang berpendapat bahwa kesuksesan ACFTA bergantung dari kemampuan ASEAN untuk mengadopsi hukum-hukum internasional yang lebih baik, terutama dalam hal *dispute settlement*. Greenwald melihat bahwa negara-negara ASEAN tidak terlalu berperan aktif dalam menggunakan sistem *dispute settlement* untuk menyelesaikan konflik ekonomi. Adapun ia juga berpendapat bahwa ACFTA merupakan cara Tiongkok untuk menciptakan keuntungan bersama atau *win-win situation* bagi negara-negara ASEAN sekaligus melihat respon Amerika Serikat atas penguatan hubungan tersebut.

Pendapat bahwa terdapat motif tertentu Tiongkok dalam ACFTA juga bisa dilihat dalam tulisan Vincent Wei-chen Wang (2006) dan Jenn-Jaw Soong (2016). Wang menemukan jika tujuan Tiongkok melakukan 'diplomasi baru' dengan ASEAN dalam ACFTA dilatarbelakangi keinginan untuk memperkuat ikatan ekonomi dengan negara-negara ASEAN, mengamankan bahan baku penting untuk pembangunan ekonomi Tiongkok, dan untuk memastikan lingkungan yang damai dan stabil serta dekat dengan Tiongkok untuk menopang pengaruhnya yang semakin meningkat dan mengimbangi kekuatan Amerika dan Jepang. Sementara menurut Soong, Tiongkok tidak hanya berkemauan untuk mengemban tanggung jawab membantu permbangunan negara-negara di sekitarnya, namun juga sebagai upaya untuk membuat negara-negara tersebut bergantung dengan Tiongkok

(*south-south development*). Hal ini untuk mewujudkan "*China Dream*", dan melalui mimpi ini Tiongkok bisa memasuki era Group of Two (G2) yaitu sistem dunia yang dipimpin oleh AS dan Tiongkok.

ACFTA Upgrading Protocol

Ketika ACFTA berkembang menjadi *ACFTA Upgrading Protocol*, belum ada penelitian yang melihat motif maupun implikasinya. Dokumen *Upgrading Protocol* (2015: 2) yang ditandatangani di sela-sela KTT ASEAN ke-27 ini menuliskan jika pembaharuan dilakukan untuk beradaptasi dengan arsitektur perekonomian global, memperdalam hubungan ekonomi antara ASEAN dan Tiongkok melalui proses liberasi perdagangan barang dan jasa, peningkatan aturan perdagangan, peningkatan liberalisasi investasi, serta peningkatan kerja sama ekonomi dan teknis (The Star Online, 2015).

Kesepakatan ini setidaknya meliputi tiga hal, yaitu Kesepakatan Perdagangan Barang, Kesepakatan Perdagangan Jasa, dan Kesepakatan Investasi (MITI, 2015). Secara singkat, pembaharuan kesepakatan perdagangan barang dilakukan agar para pebisnis ASEAN akan menikmati kemudahan dalam mengakses pasar Tiongkok dengan lebih efisien, menghilangkan beban administrasi, serta meningkatkkan nilai ekspor dan impor. Pembaharuan kesepakatan perdagangan jasa terdiri dari enam sektor yaitu teknik, rekayasa terpadu, konstruksi, olahraga dan layanan rekreasi, sekuritas, serta biro perjalanan dan operator tur. Sedangkan dalam kesepakatan investasi, kedua belah pihak menyepakati peningkatan lingkungan yang ramah investasi dengan mempermudah prosedur, menyebarluaskan informasi investasi, serta menyediakan layanan asistensi bagi investor. *Upgrading Protocol* juga memasukkan kebijakan untuk membangun kapabilitas *e-commerce* agar mempermudah implementasi dari ketiga kesepakatan di atas.

Penambahan sektor *e-commerce* terdapat Bagian 4 Artikel 7 mengenai *Cross-Border Electronic Commerce*. Ada empat hal yang disepakati dalam artikel tersebut: (1) Mengakui pertumbuhan ekonomi dan peluang yang disediakan oleh *e-commerce* dan pentingnya mempromosikan penggunaan dan pengembangannya; (2) Berbagi informasi, keahlian, dan melakukan dialog tentang isu-isu yang terkait dengan *e-commerce*, termasuk undang-undang dan peraturan, aturan dan standar, dan praktik terbaik dengan maksud untuk menciptakan lingkungan yang menguntungkan untuk pengembangan *e-commerce*; (3) Mendorong partisipasi dari komunitas bisnis dan fasilitasi dari instansi pemerintah untuk memanfaatkan platform *e-commerce* untuk meningkatkan hubungan perdagangan dan investasi di antara para pihak; (4) Mendorong kerja sama peningkatan kapasitas dengan mendukung lokakarya dan program pelatihan tentang *e-commerce* untuk meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk melakukan ekspansi ke pasar regional dan internasional.

Meski agenda *Upgrading Protocol* terlihat bertujuan untuk memperluas kerja sama Tiongkok maupun ASEAN, ada indikasi bahwa Tiongkok sedang melakukan upaya untuk memperkuat pengaruhnya di ASEAN. Argumen yang ditawarkan dalam tulisan ini adalah *Upgrading Protocol*, terutama pembaharuan di bidang *e-commerce*, bukan semata-mata dilakukan untuk meningkatkan keuntungan kedua belah pihak. Apabila dilihat lebih jauh, *Upgrading Protocol* di bidang *e-commerce* tidak lebihnya merupakan salah satu strategi diplomasi Tiongkok untuk mencapai kepentingan strategis di ASEAN.

Diplomasi Ekonomi

Diplomasi Ekonomi merupakan aktivitas yang penting bagi suatu negara

untuk mencapai kepentingannya. Pada perkembangannya, diplomasi merupakan negosiasi dalam hubungan politik dan ekonomi. Kini diplomasi di bidang ekonomi semakin dikembangkan karena aspek ekonomi dapat mempengaruhi politik secara langsung maupun tidak langsung. Diplomasi ekonomi secara komprehensif dideskripsikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan melalui cara-cara diplomatik dan kerangka kerja yang efisien dari kerja sama institusional dalam rangka mencapai tujuan promosi ekonomi di luar negeri (Mionel, 2016: 192). Selain itu, diplomasi ekonomi dianggap sebagai fungsi yang menghubungkan upaya kebijakan luar negeri dan kesejahteraan ekonomi warga suatu negara. Diplomasi ekonomi dapat melibatkan berbagai aktor, baik aktor negara maupun non-negara atau disebut sebagai Polilateralisme.

Selain itu, diplomasi ekonomi juga merupakan aktivitas resmi diplomatik yang fokus pada upaya peningkatan ekspor, menarik investasi asing, dan partisipasi kerja dalam berbagai organisasi ekonomi internasional sebagai kepentingan nasional suatu negara. Di era globalisasi, kepentingan nasional tersebut dapat dicapai jika aktor negara dan non-negara berjalan secara selaras (Baranay, 2009:1).

Menurut Lee, dkk (Resmi, 2016: 171) globalisasi juga telah menjadikan jenis-jenis diplomasi ekonomi berkembang seperti:

(1) Diplomasi Komersial (*Commercial Diplomacy*) yaitu berfokus pada pembangunan jaringan para diplomat dan kelompok bisnis yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan perdagangan, investasi, dan advokasi bisnis;
(2) Diplomasi Perdagangan (*Trade Diplomacy*) mengacu pada negosiasi dan pengambilan keputusan dalam hubungan perdagangan dan perjanjian perdagangan bilateral maupun multilateral karena menganggap bahwa perudingan antar pemerintah bersifat *zero sum game* dan berdasarkan rasionalitas untuk mengejar konsesi maksimal dari yang lain dengan kerugian minimal. Kebutuhan diplomasi perdagangan juga diperlukan untuk menanggapi peningkatan jumlah perjanjian perdagangan perdagangan bebas bilateral maupun multilateral antar negara-negara yang menambah jaringan *Regional Trade Agreements* (RTAs);
(3) Diplomasi Keuangan (*Finance Diplomacy*) yaitu upaya pemerintah untuk menciptakan stabilitas dalam rezim perdagangan internasional serta konseptualisasi lebih luas terhadap peran aktor diplomatik non-tradisional seperti Kementrian Keuangan, peran Bank Sentral dan sektor perbankan; serta
(4) Layanan Konsuler Visa (*Consular Visa Services*) yaitu alat diplomatik untuk meningkatkan keamanan negara mengingat pada era gobalisasi mobilitas penduduk semakin mudah menyebabkan meningkatnya ancaman global dan transnasional seperti resiko penyebaran penyakit menular, terorisme dan kejahatan terorganisir lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menghimpun data-data sekunder. Baik itu melalui buku, jurnal, dan data-data yang dikeluarkan oleh instansi formal. Keterbatasan literatur yang membahas mengenai *ACFTA Upgrading Protocol* mendorong penulis untuk juga mengumpulkan data melalui berita-berita yang terdapat pada media online terpercaya. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif eksplanatif untuk menjelaskan hubungan sebab akibat mengapa Tiongkok memperbaharui kesepakatan ACFTA terutama di bidang penggunaan *e-commerce*.

PEMBAHASAN

Posisi Strategis ASEAN dalam Agenda Ekspansi *E-Commerce* Tiongkok

Sebelum menjawab lebih lanjut mengapa Tiongkok melakukan penambahan sektor *e-commerce* dalam kerja sama ACFTA, bagian ini terlebih dulu akan menggambarkan mengenai kedekatan posisi strategis ASEAN dalam agenda ekspansi *e-commerce* Tiongkok. Sebagai tetangga terdekat Tiongkok di wilayah selatan, ASEAN merupakan kawasan yang menjadi mitra penting dalam setiap agenda politik maupun ekonomi TIongkok. ASEAN menjadi prioritas utama bagi Tiongkok untuk mengimplementasikan integrasi ekonomi dan stabilitas regional. Hal ini dikarenakan ASEAN merupakan pilar kebangkitan di Asia Timur pasca perang yang telah aktif dalam negosiasi perdagangan sejak tahun 1967 hingga menginisiasikan *ASEAN Economic Community*. Selain itu Tiongkok memandang ASEAN sebagai organisasi yang mampu menopang stabilitas kawasan di wilayah selatan. Soong juga menjelaskan bahwa dengan alasan-alasan inilah ASEAN menjadi wilayah yang tepat bagi Tiongkok untuk melakukan eksperimen kebijakan BRI (Soong, 2016: 396).

Hubungan keduanya mulai diperkuat sejak adanya krisis finansial Asia pada tahun 1997 (Yunling dan Yuzhu, 2016: 165). Tiongkok mengambil keputusan untuk tidak mendevaluasi nilai mata uangnya dan memilih memberikan dukungan keuangan kepada negara-negara yang paling terkena dampak krisis, yang membuat negara-negara ASEAN merasa Tiongkok adalah mitra sejati yang memperpanjang bantuan pada saat yang sulit.

Prioritas Tiongkok terhadap ASEAN juga mulai terlihat ketika Tiongkok mengutus duta besar ke ASEAN pada 31 Desember 2008 (ASEAN Secretariat, 2008). Ini menunjukkan bahwa Tiongkok memandang ASEAN sebagai sebuah entitas regional dan rekan yang penting. Langkah Tiongkok ini merupakan pendekatan *dual-track*; di satu sisi menjalin hubungan dengan masing-masing anggota ASEAN, di sisi lain menjalin hubungan dengan ASEAN sebagai satu entitas regional di kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2013, Presiden Tiongkok, Xi Jinping, juga menawarkan rangkaian ide dan proposal baru untuk memperdalam hubungan Tiongkok dan ASEAN, antara lain *community of common destiny* (Mardell, 2017), menandatangani *treaty of good-neighbourliness and friendly cooperation* (FMPRC, 2013), dan membangun kerja sama dalam kerangka BRI yang terdiri dari dua pilar utama yaitu *Silk Road Economic Belt* dan *the 21st Century Maritime Silk Road*.

Artikel ini memberikan gagasan bahwa rangkaian strategi Tiongkok untuk menjalin kedekatan dengan ASEAN telah direncanakan oleh Tiongkok untuk menjadi sebuah *power* yang dominan di kawasan ini. Ditambahkan Soong (2016: 395), meskipun Tiongkok selalu menegaskan bahwa ia tidak menargetkan posisi sebagai hegemon di kawasan Asia Tenggara, namun peningkatan *power* tersebut sangat jelas terlihat dan tidak terelakkan. Motif tersebut terlihat jelas dalam kebijakan-kebijakan luar negerinya seperti "*walk-out*", "*big power relation strategy*", ataupun kebijakan BRI. Termasuk dalam hal kerja sama *e-commerce.*

Sebagai organisasi regional yang terdiri dari negara-negara berkembang, ASEAN bukan merupakan kawasan yang memiliki banyak keunggulan untuk bagi investor melakukan penetrasi *e-commerce*. Perusahaan multinasional seperti Alibaba dan Tencent selalu mengatakan jika ASEAN merupakan kawasan yang potensial untuk pengembangan *e-commerce* dikarenakan jumlah penduduknya yang sangat besar. Tercatat pada tahun 2018 jumlah penduduk ASEAN mencapai 650,9 juta jiwa (Statista, 2018). ASEAN juga mewakili pasar terbesar

ke-tiga di dunia setelah Tiongkok dan India. Dari segi ekonomi, ASEAN juga memang meduduki peringkat ke-lima sebagai kawasan yang memiliki kekuatan ekonomi terbesar di dunia di bawah Amerika Serikat, Uni Eropa, Tiongkok, dan Jepang (ASEAN Up, 2016). Sayangnya, kekayaan demografis dan potensi ekonomi tersebut tidak diimbangi dengan infrastruktur internet yang memadai untuk mendukung perekonomian digital.

Mengutip dari laporan penelitian Jefferies (2016: 7), pengguna internet di kawasan ini hanya sekitar sepertiga atau 257 juta jiwa dari total penduduk. ASEAN juga bukan merupakan domain yang stabil bagi investor untuk melakukan bisnis internet di ASEAN. Beberapa kendala yang masih dihadapi ASEAN antara lain level pembangunan yang berbeda, perbedaan bahasa, masih adanya hambatan regulasi (terutama di Indonesia, Filipina, dan Vietnam), serta tantangan logistik karena sebagian besar negara di ASEAN merupakan negara kepulauan.

Menilik dari kondisi ini, artikel ini berargumen bahwa kerja sama *e-commerce* bukan semata agar ASEAN mendapatkan keuntungan atau paling tidak mengurangi defisit perdagangan yang selama ini terjadi sebelum dilakukan pembaharuan ACFTA. Tiongkok jelas memiliki maksud strategis di balik penambahan kerja sama di bidang ini.

Penguatan Diplomasi Tiongkok di ASEAN melalui Perubahan ACFTA

ACFTA Upgrading Protocol merupakan bentuk diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Tiongkok, lebih tepatnya diplomasi perdagangan (*trade diplomacy*). Seperti yang dijelaskan sebelumnya, diplomasi perdagangan mengacu pada proses negosiasi untuk mengejar keuntungan maksimal. Setidaknya terdapat tiga motif yang dibawa Tiongkok dalam perubahan ACFTA ini: menguatkan identitasnya dengan mengurangi sentimen anti Tiongkok setelah muncul sengketa wilayah teritorial Laut Tiongkok Selatan, mengeruk potensi sumber daya yang ada di ASEAN, namun yang paling utama adalah menjadi *strong internet power* di kawasan ini.

Penguatan diplomasi diperlukan Tiongkok karena berbagai macam dinamika yang terjadi di ASEAN. Pertama untuk menguatkan identitasnya sebagai negara yang berpengaruh bagi kawasan ASEAN dan kedua untuk mengurangi sentimen-sentimen anti Tiongkok di negara-negara ASEAN. Pendapat ini sejalan dengan argumen penulis lain seperti Weins (2016: 2), di mana Tiongkok sedang mengalami krisis identitas internasional. Maka dari itu saat ini Tiongkok sedang berupaya untuk membangun identitasnya secara berbeda dengan negara barat. Tiongkok menggunakan konsep "*Peaceful Development*". Konsep ini mengubah proses diplomasi Tiongkok menjadi lebih berorientasi pada bisnis dan memperluas penggunaan *soft power*.

Selain itu, penguatan identitas kembali ini juga dibutuhkan setelah hubungan Tiongkok dan ASEAN memburuk karena adanya isu ketidakpercayaan yang terjadi di negara-negara ASEAN akibat sentimen anti Tiongkok, di mana sentimen etnis Tionghoa masih muncul di beberapa negara ASEAN serta adanya sengketa Laut Tiongkok Selatan. Sentimen anti Tiongkok terlihat ketika beberapa negara ASEAN masih skeptis dalam membuka diri dan menerima sepentuhnya bantuan infrastruktur dalam proyek BRI meskipun Tiongkok telah menggelontorkan dana melalui *Asian Infrastructure Investment Bank* (AIIB). Maka dari itu beragam strategi dilakukan untuk dapat memperkuat kembali jalinan hubungan antara Tiongkok dan ASEAN.

Tidak hanya itu diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Tiongkok melalui pembaharuan ACFTA juga mencerminkan paradigma ekonomi merkantilisme. Paradigma merkantilisme menjelaskan

bahwa dalam perdagangan internasional, negara akan berupaya untuk mencapai neraca perdagangan surplus dengan mengekspor produk sebesar-besarnya dan membatasi impor dengan maksud memperoleh devisa sebesar-besarnya yang merupakan tolak ukur kesejahteraan suatu bangsa. Konsep inilah yang melatarbelakangi perilaku Tiongkok untuk meningkatkan perdagangan internasionalnya ke ASEAN. Bukan semata-mata untuk membantu ASEAN, namun juga untuk mencapai kepentingan nasional Tiongkok mengeruk sumber daya dan potensi yang dimiliki oleh ASEAN. Sehingga dalam kasus ini ASEAN harus lebih berhati-hati dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan perdagangan dalam kerangka ekonomi digital.

Melalui pembaharuan ACFTA, Tiongkok juga memiliki ambisi khusus untuk menjadi sebuah kekuatan internet global. Tiongkok memiliki ambisi untuk mencapai *strong internet power* (*wanglou qiangguo*) (Lewis, 2017: 4). Internet merupakan aspek penting untuk memenuhi ambisi Partai Komunis Tiongkok di bidang ekonomi maupun pemerintahan. Internet juga merupakan satu komponen penting dalam rangka melakukan pengamanan nasional dan merestrukturisasi perekonomian Tiongkok menjadi lebih berbasis layanan (*services-based*) dan berdasarkan permintaan konsumen (*consumer driven*).

Selain itu konsep *strong internet power* ini terdiri dari dua komponen utama yaitu sekuritas siber (*hulianwang anquan*) dan informisasi (*xinxihua*). Kedua komponen ini bertujuan untuk mengenalkan teknologi informasi dan komunikasi di segala aspek kehidupan ekonomi dan sosial, dalam rangka untuk meningkatkan efisiensi dan kecepatan penyampaian layanan publik, mendukung urbanisasi dan pertumbuhan ekonomi, serta memonitor tren dan pemikiran-pemikiran baru dalam kehidupan sosial masyarakat. Dalam perkembangannya ternyata kebijakan ini tidak hanya berfungsi untuk mengatur warga negara Tiongkok saja, tapi juga digunakan untuk memperluas pengaruhnya di negara dan kawasan lain, termasuk ASEAN.

Perluasan domain *e-commerce* ini merupakan strategi penguatan diplomasi Tiongkok di ASEAN setelah sebelumnya Tiongkok menginisiasikan megaproyek BRI dan Internet Plus. Proyek BRI telah membantu negara-negara ASEAN dalam pembangunan infrastruktur, salah satunya adalah konstruksi rel kereta api cepat (*high-speed railway system*) di hampir semua negara ASEAN. Tidak hanya rel kereta api saja yang dibangun, tapi juga meliputi industri-industri lainnya seperti pembangunan perusahaan tekstil di Kamboja, pembangunan infrastruktur listrik dan transportasi di Myanmar, pembangunan pelabuhan laut di Indonesia, Myanmar, dan Laos, dan masih banyak lagi. Kerja sama dilakukan Tiongkok secara bilateral dengan masing-masing negara ASEAN.

Sedangkan dalam kerangka Internet Plus, Tiongkok menjalin kerja sama yang erat dengan perusahaan internet swasta seperti Alibaba dan Tencent untuk berekspansi ke luar negeri. Konsep ini merupakan perwujudan dari diplomasi komerial (*commercial diplomacy*) sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa diplomasi ini berupaya untuk membentuk jaringan dengan kelompok bisnis untuk mempromosikan perdagangan dan investasi. Selain itu konsep ini juga disebut sebagai *'networked authoritarianism'* (Lewis, 2017: 7), di mana pemerintah menjalin kedekatan dengan perusahaan-perusahaan swasta di negaranya untuk mencapai tujuannya.

E-commerce merupakan sarana yang dapat berkontribusi bagi pertumbuhan suatu negara. Keunikan dari platform ini adalah dapat menghubungkan penjual dan pembeli melewati batas-batas negara. Semakin banyaknya jumlah penduduk yang ada dalam

suatu negara serta penetrasi internet yang baik akan berpeluang untuk meningkatkan perekonomian negara tersebut. Kerja sama *e-commerce* merupakan sebuah modus operandi Tiongkok untuk mencapai tujuannya (Council on Foreign Relations, 2018). Salah satu cara untuk memperkuat identitas dan pengaruhnya di ASEAN dilakukan dengan cara menyelinap melalui proyek-proyek dan industri besar, termasuk Alibaba dan Tencent.

Agresivitas Tiongkok juga terlihat ketika Presiden Tiongkok Xi Jinping mengembangkan konotasi BRI menjadi *Digital Silk Road* pada tahun 2015. Ying Sun (2017: 24) dalam artikel *"Why China's OBOR Initiative Goes Digital"* menerangkan bahwa perubahan ini dimaksudkan untuk mengejar lompatan pembangunan yang besar bagi Tiongkok, mengurangi resistensi politik, membangun lingkungan yang baik untuk kerja sama, serta meningkatkan hak berpendapat di ruang siber. Sementara *Digital Silk Road* ini ditawarkan untuk mempromosikan *big data*, *cloud computing*, dan konstruksi *smart city.*

Perkembangan internet secara besar-besaran dimanfaatkan Tiongkok untuk mengubah kebijakan-kebijakan politiknya serta mengubah pola diplomasinya. Internet telah menjadi berkah karena Internet memungkinkan banyak orang yang terisolasi secara geografis dapat mengatur diri mereka sendiri menjadi komunitas virtual besar. Bagi mereka internet adalah alat untuk menjaga identitas dan komunitas. Maka dari itu internet juga merupakan alat yang kuat bagi Tiongkok untuk mengekspresikan keyakinan politik dan budaya mereka, serta mendorong reformasi, baik di negara asal mereka maupun di forum internasional (Bollier, 2003: 21).

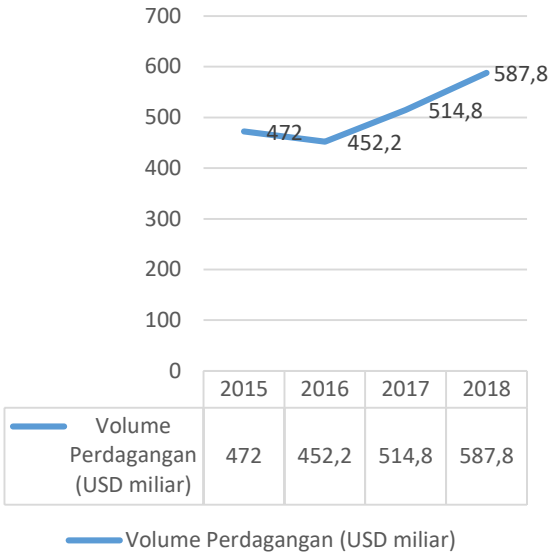
Tiongkok memperlihatkan ciri khas kampanye bergaya komunis dengan memobilisasi sumber daya dan tenaga kerja menuju satu tujuan. Bank, bisnis, dan pejabat di seluruh negeri berpartisipasi secara massal, mereka tidak lagi membagi tanggung jawab, namun telah menjadi sebuah sistem besar yang saling terkait satu sama lain.

Sektor *e-commerce* memang sangat didukung oleh pemerintah Tiongkok. Dukungan itu berupa pengurangan hambatan-hambatan perdagangan seperti berbagai macam izin, penempatan, faktur, logistik, pembiayaan, dan perpajakan (Rui, 2018: 22). Selain itu *e-commerce* juga merupakan bagian dari visi pemerintah Tiongkok untuk meningkatkan efisiensi dan mempromosikan pembangunan ekonomi. Pemerintah Tiongkok juga terus mendorong perusahaan-perusahaan *e-commerce* untuk menjadi pemain kunci dalam agenda Digital Silk Road serta memperkuat hubungan kerja sama dengan ASEAN (Hao, 2018: 3).

Realisasi penguatan diplomasi juga dapat dirasakan dari bagaimana Tiongkok melalui Alibaba dan Tencent terus melatih sumber-sumber daya manusia yang ada di ASEAN, salah satunya di Indonesia. Alibaba mengadakan pelatihan UMKM pada 5 Desember 2017 lalu di Jakarta dengan melibatkan pembicara dari Taobao University, Tokopedia, Lazada Indonesia, UCWeb, dan Alibaba.com. Pelaku UMKM selain mengikuti seminar juga bisa bergabung dengan pelatihan yang dikemas oleh pihak penyelenggara untuk memahami bisnis *e-commerce*, termasuk apa saja yang harus disiapkan sebelum mulai masuk ke ranah digital (Putera, 2017). Tidak hanya di Indonesai, pelatihan UMKM juga diadakan di negara-negara ASEAN lainnya sebagai salah satu strategi diplomasi ekonomi Tiongkok di ASEAN.

Hasil dari penguatan diplomasi ini juga mulai terlihat. Diansir dari laman Kementrian Perdagangan Tiongkok, volume perdagangan ASEAN–Tiongkok terus mengalami peningkatan sejak ACFTA diperbaharui menjadi *ACFTA Upgrading Protocol*. Data menunjukkan bahwa volume perdagangan ASEAN–

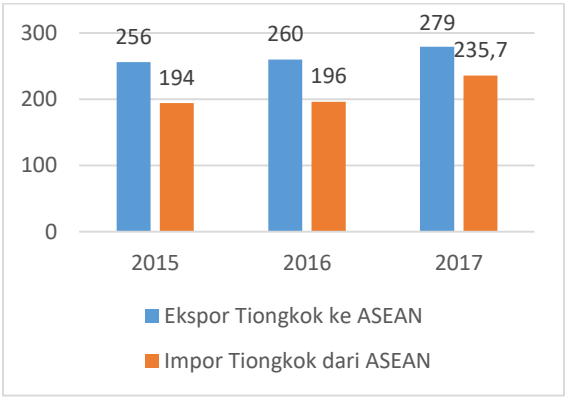
Tiongkok yang tadinya berada di angka USD 472 miliar pada tahun 2015 meningkat menjadi USD 587,8 miliar pada tahun 2018 (lihat gambar 1).



Sumber: CGTN, 2018; The Jakarta Post, 2019.

Gambar 1
Total Volume Perdagangan Dua Arah ASEAN–Tiongkok (2015–2018)

Nilai ekspor Tiongkok ke ASEAN mencapai angka USD 279 miliar pada tahun 2017. Meningkat dari yang tadinya hanya USD 256 miliar di tahun 2015. Sedangkan nilai impor Tiongkok juga meningkat menjadi USD 235,7 miliar di tahun 2017 dari yang tadinya hanya USD 194 miliar di tahun 2015 (Export Genius, 2018). Tidak hanya volume perdagangan, nilai FDI Tiongkok ke ASEAN juga mengalami peningkatan dari USD 8,3 miliar pada tahun 2015 menjadi USD 11,3 miliar di tahun 2017 (The Jakarta Post, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa penguatan diplomasi Tiongkok ke ASEAN dapat dikatakan berhasil. Hal ini ditunjukkan dari nilai perdagangan dan investasi yang terus mengalami peningkatan, bahkan secara signifikan pada periode 2017-2018.



Sumber: Export Genius, 2018.

Gambar 2
Nilai Ekspor dan Impor Tiongkok di ASEAN (USD miliar)

Respon ASEAN dalam Pembaharuan ACFTA di Sektor *E-commerce*

Seperti yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, ASEAN bukan merupakan wilayah yang cukup unggul di bidang *e-commerce* baik dari sisi infrastruktur maupun kemudahan hukum. ASEAN juga berpotensi kembali mengalami defisit perdagangan seperti yang telah terjadi sebelumnya sebelum dilakukan pembaruan ACFTA di sektor *e-commerce*. Menariknya, ASEAN tetap menerima tawaran pembaruan di sektor *e-commerce* dalam *ACFTA Upgrading Protocol*. Bahkan ASEAN menyambut baik maksud Tiongkok dalam peningkatan ACFTA secara keseluruhan (ASEAN-China Centre, 2013).

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Perdana Menteri Kamboja dalam salah satu wawancara tertulis portal berita *Xinhua* bahwa motivasi utama ASEAN dalam ACFTA adalah untuk mengakses pasar Cina yang sedang berkembang di perdagangan barang dan jasa serta mengembangkan kondisi investasi yang lebih baik dan untuk menciptakan salah satu wilayah perdagangan terbesar di dunia (China Daily, 2016). Pernyataan ini menunjukkan jika ASEAN

masih membutuhkan Tiongkok sebagai partner dagang meskipun harus menghadapi resiko defisit yang lebih besar. Selain itu, Digital Silk Road ternyata juga memiliki kesamaan visi dengan ASEAN untuk mengembangkan ekonomi digital.

Berdasarkan dokumen resmi *ASEAN E-Commerce Database Project* (2010: 3), ASEAN telah memiliki kesadaran untuk mengembangkan sektor *e-commerce*. Kesadaran ini perlahan mulai diwujudkan mulai bulan Maret 2008 pada pertemuan *ASEAN Working Group on E-Commerce and ICT Trade Facilitation*. Pertemuan tersebut melihat bahwa tidak ada gambaran menyeluruh dan komprehensif mengenai e-commerce di kawasan ASEAN. Selain itu pertemuan ini juga setuju bahwa ada kebutuhan untuk mengembangkan proyek pembangunan database *e-commerce* ASEAN, untuk mengumpulkan dan mengkonsolida-sikan informasi yang cukup dan komprehensif tentang kegiatan *e-commerce* negara di ASEAN. Selain itu, ASEAN perlu memiliki sarana umum untuk mengevaluasi dan mengukur tingkat pencapaian dalam penerapan *e-commerce*, yang akan memberikan patokan terhadap pasar di negara lain.

Berangkat dari kesadaran tersebut, kemudian ASEAN juga membuat *ASEAN ICT Masterplan 2020* atau AIM 2020 (2015: 7). Dokumen ini merupakan pengembangan terbaru dari AIM 2010. AIM 2020 tersebut menjelaskan bahwa ASEAN sedang bertransisi ke arah perekonomian digital yang terintegrasi. Tujuannya adalah untuk mengadopsi dan menyelipkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di semua sektor perekonomian dalam rangka meningkatkan pertumbuhan dan inovasi. AIM 2020 juga berfokus untuk mengembangkan kapasitas manusia yang digunakan dalam masatransisi ini, memfasilitasi munculnya satu pasar terintegrasi yang menarik untuk investasi, bakat dan partisipasi, dan membangun sebuah lingkungan digital yang aman dan dapat dipercaya. Mengutip dari Hao (2018: 5), lima hasil yang ingin dicapai AIM 2020 ternyata sejalan dengan *Digital Silk Road* yang dicanangkan oleh Tiongkok, antara lain:

(1) Menciptakan ekonomi digital yang aksesibel, inklusif, dan terjangkau;
(2) Membangun *Next-Generation ICT* sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi;
(3) Menciptakan pembangunan berkelanjutan melalui teknologi *smart city*;
(4) Meningkatkan peluang teknologi informasi dan komunikasi dalam kerangka *Single Regional Market*; serta
(5) Meningkatkan keamanan dalam keberlangsungan pasar digital dan perlindungan terhadap komunitas online.

Terlebih lagi negara-negara ASEAN juga telah bekerja untuk mengatur dan menerapkan norma-norma dalam ekonomi digital mereka masing-masing seperti rezim perpajakan *e-commerce* dan perlindungan kekayaan intelektual (Hao, 2018: 6). Secara individual, negara-negara ASEAN juga berusaha untuk meningkatkan berbagai bidang dalam ekonomi digital mereka sendiri. Misalnya, Malaysia dengan penerapan *Digital Free Trade Area*, Singapura dengan inisiatif *smart city*; Indonesia dengan digitalisasi UMKM; serta Thailand dengan Digital Government Plan 2017-2021. Melihat kesamaan visi yang dimiliki oleh ASEAN, merupakan peluang tersendiri bagi Tiongkok untuk melakukan penguatan diplomasi di ASEAN. Kerja sama *e-commerce* dan pemberdayaan UMKM di ASEAN dilihat sebagai sebuah strategi diplomasi ekonomi untuk membantu proses digitalisasi sekaligus menciptakan kesan *win-win solution* bagi ASEAN.

Dengan tujuan yang sama ini, Tiongkok semakin tertarik untuk mendigitalisasi

ASEAN. Bukti yang dapat menjelaskan hal ini adalah ketika ASEAN hanya menyumbang sekitar tiga persen dari seluruh nilai investasi Tiongkok di sektor teknologi, nilai investasi Tiongkok ke ASEAN justru menyumbang sepertiga dari total seluruh investasi ke negara-negara lain yang terlibat dalam proyek BRI. Ini semakin menunjukkan bahwa dibandingkan dengan negara-negara lain, ASEAN merupakan kawasan yang paling strategis untuk memperluas dominasi Tiongkok.

Salah satu faktor lain yang mempermudah penguatan *power* Tiongkok di ASEAN adalah posisi Singapura sebagai *chairman* atau ketua ASEAN pada tahun 2018 menggantikan Filipina di tahun sebelumnya. Singapura terkenal akan jejaring transportasi dan telekomunikasinya yang sudah berkembang dengan sangat baik. Selain itu, Singapura juga memiliki modal yang cukup, hubungan yang baik dengan pasar-pasar internasional, serta teknologi yang modern (Yani dan Nizmi, 2018: 40). Dalam kepemimpinannya tahun ini, Singapura sangat mendorong pengembangan *e-commerce*. Menteri-menteri di Singapura percaya bahwa *e-commerce* akan meningkatkan integrasi ekonomi dan mendorong perdagangan. Bahkan perdagangan melalui platform *business-to-consumer* (B2C) akan bertumbuh sepuluh kali lipat lebih besar dari sekarang. Singapura juga beranggapan bahwa investasi Tiongkok akan berfungsi sebagai katalis untuk menarik investor-investor dari luar ACFTA (ASEAN Today, 2018). Hal ini dilakukan setelah sebelumnya Singapura frustasi karena kerja sama intra-ASEAN tidak banyak membuahkan hasil yang signifikan sehingga berupaya untuk mencari kerja sama baru dengan negara non-ASEAN yang sebanding dengan kemampuan teknologinya.

Meski demikian perlu diingat kembali bahwa ASEAN memiliki posisi strategis dan riskan terhadap dominasi Tiongkok di kawasan tersebut. Salah satu cara untuk meredakan pengaruh Tiongkok yang semakin menguat adalah dengan berinteraksi dengan negara-negara lain seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, atau India yang memang sedang konsentrasi dalam pengembangan ekonomi digital. Selain itu, pencegahan terhadap dominasi Tiongkok adalah dengan menguatkan kerja sama *e-commerce* antar-negara ASEAN meskipun memang masih sulit bagi negara-negara terbelakang seperti CLMV (Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam). Kemampuan ASEAN untuk mendorong penyempitan kesenjangan pembangunan antara negara-negara CLMV dan ASEAN-6 sangat penting dalam upaya mendorong konvergensi kepentingan dan kohesivitas regional menuju kawasan yang berdaya saing (Riyanto, 2015: 28). Apabila kedua hal tersebut dilakukan ASEAN akan dapat mengukuhkan sentralitasnya di kawasan sendiri.

KESIMPULAN

Penguatan diplomasi ekonomi sangat terlihat ketika Tiongkok mendorong perubahan ACFTA menjadi *ACFTA Upgrading Protocol*. Diplomasi yang dilakukan tertuama adalah diplomasi komersial dengan menggandeng perusahaan internet multi-nasional seperti Alibaba dan Tencent, serta diplomasi perdagangan dengan bernegosiasi dengan ASEAN untuk mengubah ACFTA secara formal.

Tujuan strategis Tiongkok menjadi *strong internet power* sangat terlihat ketika ia mengubah kesepakatan ACFTA. Penambahan sektor *e-commerce* menjadi wilayah kerja sama baru tidak lain merupakan perwujudan dari ambisi BRI (yang kemudian berubah menjadi *Digital Silk Road*) dan *Internet Plus*. *ACFTA Upgrading* merupakan bentuk nyata dari strategi diplomasi ekonomi Tiongkok, terutama bentuk diplomasi komersial dan diplomasi perdagangan. Selain itu, strategi diplomasi lainnya adalah dengan meng-

gandeng perusahaan-perusahaan internet swasta seperti Alibaba dan Tencent untuk berekspansi ke ASEAN melalui investasi, akuisisi, bahkan bantuan pemberdayaan UMKM.

Pembaharuan ini harus disikapi secara bijak oleh ASEAN karena ada indikasi bahwa Tiongkok ingin semakin memperkukuh dominasinya di kawasan ini melalui modus operandi baru di sektor *e-commerce*. Tiongkok memang mampu menyediakan banyak investasi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi serta transfer ilmu pengetahuan bagi ASEAN. Meskipun demikian, resiko-resiko terkait tujuan politik dan strategis Tiongkok tetap harus dipertimbangkan. Walau pada kenyataannya ASEAN memang membutuhkan Tiongkok dalam pengembangan ekonomi digital sesuai dengan visi AIM 2020, ASEAN tetap harus meminimalisir ketergantungannya terhadap Tiongkok dengan lebih banyak menjalin relasi dengan negara-negara lain yang juga sedang berkonsentrasi di bidang ini. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat hubungan antar sesama negara ASEAN sebelum menghadapi pasar Tiongkok yang jauh lebih besar.

Kendati demikian, pembahasan *ACFTA Upgrading Protocol* ini masih merupakan ranah yang baru dan memerlukan eksplorasi yang lebih lanjut. Berbagai implikasi nyata dari pembaharuan ini baru akan terlihat dalam waktu beberapa tahun ke depan. Keterbatasan tulisan ini yaitu hanya menggali permukaan dari wilayah yang menyimpan sangat banyak informasi mengenai implementasi *ACFTA Upgrading Protocol*. Perlu ditinjau lebih lanjut oleh penelitian di masa depan mengenai apakah pembaharuan ini ternyata membawa perubahan yang baik bagi ASEAN, atau justru hanya menguntungkan Tiongkok untuk mendominasi kawasan ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Agarwal, R. N. (1999). *Financial Liberalisation and Economic Development in China*. London: Sage Publications.

ASEAN. (2015). *2015 Protocol to Amend the Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-Operation and Certain Agreements Thereunder Between the Association of Southeast Asian Nations and the People's Republic of China*. Singapore: Centre for International Law.

ASEAN. (2010). *ASEAN E-Commerce Database Project*. Jakarta: ASEAN Secretariat.

ASEAN. (2015) *ASEAN ICT Masterplan 2020*. Jakarta: ASEAN Secretariat.

Baranay, P. (2009). *Modern Economic Diplomacy.* Latvia: Publications of Diplomatic Economic Club,

Bollier, D. (2003). *The Rise of Netpolitik: How the Internet Is Changing International Politics and Diplomacy.* Washington DC: The Aspen Institute.

Lewis, D. (2017). *China's Global Internet Ambitions: Finding Roots in ASEAN.* Delhi: Institute of Chinese Studies.

Rui, W. (2018). *Internationalization Strategy of Chinese E-Commerce Firms: The Case of Alibaba Group*. Petersburg: St. Petersburg University.

Sen, A., et al. (2016). E-*Commerce in ASEAN - Taking Off.* Singapore: Jefferies Franchise Note

Sun, Y. (2017). *The Reasons Why China's OBOR Initiative Goes Digital*. Denmark: Aalborg University and University of International Relations.

Weins, N. W. (2016). *A Constructivist Perspective on the Rise of China: A Case of Regional Norm Entrepreneurship?*. Parana: Federal University of Technology.

Yunling, Z. dan Yuzhu, W. (2016). *ASEAN in China's Grand Strategy*. Beijing: Chinese Academy of Social Sciences.

Artikel

Chakraborty, D. dan Kumar, A. (2012). ASEAN and China: New Dimension in Economic Engagement. *China Report*, 48(3), 327–349.

Chiang, M. (2018). China–ASEAN economic relations after establishment of free trade area. *The Pacific Review*.

Chirathivat, S. (2002). ASEAN–China Free Trade Area: background, implications, and future development. *Journal of Asian Economics*, 13, 671-686.

Das, S. B. (2018). Do the Economic Ties between ASEAN and China Affect Their Strategic Partnership? *ISEAS Yusof Ishak Institute*, No.32.

Greenwald, A. (2006). The ASEAN – China Free Trade Area (ACFTA): A Legal Response to China's Economic Rise? *Duke Journal of Comparative & International Law,* 16(193).

Hao, C. J. (2018), China's 'Digital' Belt and Road Initiatives: Potentials for India in ASEAN's Technological Sector. *ISAS Working Paper*, No. 288.

Mionel, O. (2016). The Importance of the Economic Diplomacy for the Transnational Corporations in Globalization Era. *Christian University Bucharest*, 8(1), 192-195.

Prasetya, A. (2018). *Keunggulan Komparatif dan Ketergantungan Negara-negara ASEAN ke Tiongkok dalam kerja sama ASEAN–China Free Trade Area.* Bandar Lampung; Universitas Lampung.

Riyanto, B. (2015). Peran dan Tantangan Kerja sama Subregional dalam Mewujudkan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA): Pendekatan Multilevel Governance. *Insignia Journal of International Relations*, 2(2), 28-51.

Soong, J. (2016). The Political Economy of Development Between China and the ASEAN States: Opportunity and Challenge. *The Chinese Economy*, 49(6), 395-399.

Wang, V. W. (2006*).* China's Economic Statecraft Toward Southeast Asia: Free Trade Agreement and "Peaceful Rise". *American Journal of Chinese Studies,* 13(1), 5-34.

Yani, M. Y. dan Nizmi, Y. E. (2018). Penerapan Konsep Cross Border Regions (CBRs) Dalam Kerja sama Ekonomi Sub-regional Indonesia-Malaysia-Singapura Growth Triangle (IMS-GT). *Insignia Journal of International Relations*, 5(1), 31-45.

Artikel Daring

ASEAN Secretariat. (2008, 31 Desember). "The People's Republic of China Appoints its Ambassador to ASEAN". Diakses dari https://www.asean.org/wp-content/uploads/images/archive/PR-ChinaASEANAmb.pdf.

ASEAN Secretariat News. (2017, 12 April). "ASEAN, China reaffirm commitment to strong partnership". Diakses dari http://asean.org/asean-china-reaffirm-commitment-to-strong-partnership/.

ASEAN Today. (2018, 3Mei). "Continued Chinese investments in ASEAN e-commerce to boost local economy". Diakses dari https://www.aseantoday.com/2018/05/continued-chinese-investments-in-asean-e-commerce-to-boost-local-economy/.

ASEAN Up. (2018, 26 Maret). "4 ASEAN infographics: population, market, economy". Diakses dari https://aseanup.com/asean-infographics-population-market-economy/.

ASEAN-China Centre. (2013, 23 Agustus). "ASEAN welcomes China's proposal on building upgraded version of ACFTA". Diakses dari http://www.asean-china-center.org/english/2013-08/23/c_132657688.htm.

ASEAN-China Free Trade Area Business Portal. (2017, 13 November). “China, ASEAN to formulate strategic partnership vision toward 2030”. Diakses dari http://www.asean-cn.org/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=183&id=880.

ATKearney Ideas and Insigts, (2013). ”Lifting the Barriers to E-Commerce in ASEAN”. Diakses dari http://www.atkearney.com.au/paper/-/asset_publisher/dVxv4Hz2h8bS/content/lifting-the-barriers-to-e-commerce-in-asean-full-report/10192?_101_INSTANCE_dVxv4Hz2h8bS_redirect=%2Fpaper.

CGTN News. (2018, 11 September). “China-ASEAN in numbers: Trade ties.” Diakses dari https://news.cgtn.com/news/3d3d414e3145544d7a457a6333566d54/share_p.html.

China Daily. (2016, 3 September). “Upgrade of ASEAN-China FTA will provide greater trade, investment liberalization: Cambodian minister”. Diakses dari http://europe.chinadaily.com.cn/business/2016-09/03/content_26688824.htm.

Export Genius. (2018, 25 Januari). “Intra ASEAN Trade Outlook – ASEAN Relations with India, China & US”. Diakses dari https://www.exportgenius.in/blog/intra-asean-trade-outlook-asean-relations-with-india-china-us-183.php.

Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia. (2012, 30 Maret). “Kerja sama ASEAN dan Mitra Wicara”. Diakses dari https://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/asean/Pages/Kerjasama-ASEAN-dan-Mitra-Wicara.aspx.

Kurlantzick, J. (2018, 15 Juni). “In Southeast Asia, Belt and Road Attracts Takers, But Skepticism is Rising”. Diakses dari https://www.cfr.org/blog/southeast-asia-belt-and-road-attracts-takers-skepticism-rising-0.

Lei, X. dan Sovan, N. (2016, 31 Agustus). “Interview: Upgrading ASEAN-China FTA crucial to boost trade, investment exchanges: Cambodia experts”. Diakses dari http://www.xinhuanet.com/english/2016-08/31/c_135648717.htm.

Mardell, J. (2017, 25 Oktober). “The 'Community of Common Destiny' in Xi Jinping's New Era”. Diakses dari https://thediplomat.com/2017/10/the-community-of-common-destiny-in-xi-jinpings-new-era/.

Ministry of Foreign Affairs of the People’s Republic of China. (2013, 10 Oktober). “Premier Li Keqiang Attends the 16th ASEAN-China Summit, Stressing to Push for Wide-ranging, In-depth, High-level, All-dimensional Cooperation between China and ASEAN and Continue to Write New Chapter of Bilateral Relations”. Diakses dari .https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/topics_665678/lkqzlcxdyldrxlhy_665684/t1088098.shtml.

Ministry of Trade and Industry Singapore. (2015). “A Guide to Understanding the ASEAN-CHINA Free Trade Upgrade”. Diakses dari https://www.mti.gov.sg/MTIInsights/SiteAssets/Pages/Guide-to-the-upgraded-ASEAN-China-Free-Trade-Area-(ACFTA)/A%20Guide%20to%20Understanding%20the%20ACFTA%20Upgrade%20(final).pdf.

MOFCOM. (2015, 2 Desember) “Xinhua News Agency Gao Hucheng Is Interviewed by the Xinhua News Agency on the Successful Signing of the China-ASEAN FTA Upgrading Protocol”. Diakses dari http://fta.mofcom.gov.cn/enarticle/chinadmen/endmnews/201512/29597_1.html.

Putera, A. D. (2017, 5 Desember). “Alibaba Group Latih Ribuan UKM Indonesia”. Diakses dari https://ekonomi.kompas.com/read/2017

/12/05/123006226/alibaba-group-latih-ribuan-ukm-indonesia.
Statista. (2018). “Total population of the ASEAN countries from 2008 to 2018 (in milllion inhabitants)”. Diakses dari https://www.statista.com/statistics/796222/total-population-of-the-asean-countries/.
The Jakarta Post. (2019, 31 Januari). “China and ASEAN doing well on economic, trade cooperation”. Diakses dari https://www.thejakartapost.com/academia/2019/01/31/china-and-asean-doing-well-on-economic-trade-cooperation.html.
The Star. (2015, 22 November). “ASEAN, China sign protocol to upgrade economic agreement framework”. Diakses dari https://www.thestar.com.my/business/business-news/2015/11/22/asean-and-china-sign-protocol-to-upgrade-economic-agreement-framework/.