

**PEMBERDAYAAN OPERASI PEMELIHARAAN PERDAMAIAN UNTUK
MEMPROMOSIKAN PRODUK DALAM NEGERI
(SUATU STUDI DI LEBANON DAN KONGO)**

**EMPOWERMENT OF PEACEKEEPING OPERATION IN ORDER TO PROMOTE
NATIONAL PRODUCT (A CASE STUDY IN LEBANON AND CONGO)**

Risa Wahyu Pudji Setyawan¹

Universitas Pertahanan

(rsetyawan999@gmail.com)

Abstrak -- Seiring perubahan sifat dari konflik yang terjadi saat ini dan masa depan, dimana berevolusi menjadi lebih kompleks, dinamis dan multidimensional, sehingga tercipta suatu paradigma perubahan dari traditional peacekeeping operation menjadi modern peacekeeping. Keinginan PBB untuk berperan aktif dalam perkembangan human security dengan lebih berperan, terutama dalam lima misi utama, dimana 2 (dua) diantaranya yaitu; masalah-masalah ekonomi dan sosial dan kerjasama pembangunan. Beberapa TCC (Troop Contributing Country) telah memberikan bantuan kemanusiaan dalam konteks CIMIC (Civil Military Coordination) dengan sekaligus mengenalkan produk-produk dalam negeri. Hasil dari studi ini menunjukkan perlu adanya suatu sinergi antar pihak-pihak terkait tentang peran TNI dalam operasi pemeliharaan perdamaian sehingga dapat diberdayakan untuk mempromosikan produk-produk nasional Indonesia melalui *civic mission* yang juga merupakan bagian dari mandat pasukan pemelihara perdamaian.

Kata Kunci: pemberdayaan, *Civil Military Coordination* dan *human security*.

Abstract -- *The changing nature of current and future conflicts has evolved into a more complex, dynamic and multidimensional issue that has led to a paradigm shift from traditional peacekeeping operations to modern peacekeeping. The desire of the United Nations to play an active role in security and peacekeeping operations with more roles, in particular, five main mission, which two of them are: economic and social issues and development cooperation. This has been aligned with some Troop Contributing Countries (TCC) providing humanitarian assistance through Civil Military Coordination (CIMIC) by including to promote national products. The result of this study shows need of synergy among stake holders relate to OPP, so it will be able to empower in promoting Indonesian national products through civic mission which is part of peacekeeping mandate.*

Keywords: *empowerment, Civil Military Coordination, human security.*

¹ Risa Wahyu Pudji Setyawan, B.Sc adalah mahasiswa program studi magister StrategiPertahanan Darat, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan.

Pendahuluan

Keterlibatan TNI dalam Operasi Pemeliharaan Perdamaian (OPP) menjalankan amanat konstitusi Negara dan juga sebagai wujud pelaksanaan salah satu tugasnya dalam Operasi Militer Selain Perang (OMSP) yang tercantum dalam UU RI No 34 tentang TNI; melaksanakan tugas perdamaian dunia sesuai dengan kebijakan luar negeri Pemerintah Indonesia. Pengiriman pasukan pemeliharaan perdamaian di bawah bendera PBB menunjukkan komitmen kuat bangsa Indonesia terhadap perdamaian sekaligus memberi arti penting dalam pelaksanaan hubungan luar negeri dan implementasi politik luar negeri bebas aktif serta meningkatkan citra Indonesia di dunia internasional.²

Pergelaran OPP yang telah dilaksanakan selama ini telah memberikan nilai positif yang strategis di tinjau dari aspek politik dan pertahanan. Perjuangan Pasukan Indonesia yang tergabung dalam Kontingen Garuda selama ini telah memperkuat posisi Indonesia di forum internasional khususnya ditinjau dari aspek politik dan diplomasi pertahanan

sekaligus menumbuhkan *deterrent effect* terhadap negara – negara lain tentang profesionalisme Pasukan Indonesia dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Selanjutnya berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada saat bertugas sebagai pasukan perdamaian di Lebanon pada tahun 2007 s.d 2008 dan tahun 2012 s.d 2013, juga melaksanakan kunjungan kerja mengunjungi *Democratic Republic of Congo (DRC)* pada tahun 2015 dan 2016, mengamati adanya sebuah peluang di bidang ekonomi yang bisa diwujudkan dengan peran TNI dalam OPP. Peningkatan penggunaan produk – produk nasional dari *Troops Contributing Countries (TCCs)* atau Negara – Negara pendonor pasukan di negara – negara terjadinya konflik merupakan sebuah fenomena yang dapat tergambar dalam statistik yang ditulis *Car market outlook (2013). The automotive sector in Lebanon was almost stable in recent years. KIA and Hyundai dominate the competition, having significantly gained share up to 45%*. Hal ini juga diperkuat adanya sebuah fakta bahwa *Republic of Korea (ROK) Battalion* menggunakan Hyundai dan KIA sebagai kendaraan ringan operasional selama pelaksanaan tugas OPP di Lebanon sejak tahun 2007. Hasil pengamatan

² Kartini, Indira, 2012. *Peran Indonesia dalam Misi Pemeliharaan Perdamaian PBB* Jurnal Pertahanan, 2, 2, hal. 127-150.

selanjutnya beralokasi di *Democratic Republic of Congo* (DRC), dimana Indonesia telah mengirimkan 1 Kompi Zeni (KIZI) TNI, *Military Staff* dan *Military Observers*. Hasil pengamatan di DRC menunjukkan tingginya penggunaan sepeda motor merk Bajaj yang diproduksi Pemerintah India oleh masyarakat di Goma, salah satu daerah di DRC dimana daerah tersebut menjadi daerah tanggung jawab Pasukan Pemeliharaan Perdamaian dari Negara India.

Pengiriman TNI dalam OPP diawali dengan keputusan di level kebijakan Pemerintah yang tentunya setelah melewati proses birokrasi nasional yang cukup panjang. Untuk mendukung proses birokrasi nasional dalam pengiriman TNI dan POLRI sebagai bagian dari misi pemeliharaan perdamaian PBB, Pemerintah telah membentuk Tim Koordinasi Misi Pemeliharaan Perdamaian (TKMPP). TKMPP memiliki peran untuk merumuskan kebijakan dan mengkoordinasikan langkah-langkah yang diperlukan dalam pelaksanaan partisipasi Indonesia pada misi-misi pemeliharaan perdamaian dunia berdasarkan kepentingan nasional guna tercapainya Tujuan Nasional. Hal ini sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2011 tentang

Pembentukan Tim Koordinasi Misi Pemeliharaan Perdamaian (TKMPP) yang menyatakan bahwa:³

“Para pemangku kepentingan yang tergabung dalam TKMPP merupakan sebuah *joint staff* untuk melaksanakan pengorganisasian misi pemeliharaan perdamaian TNI mulai dari tahap persiapan/perencanaan, pelaksanaan dan tahap pengakhiran dari suatu misi. Menlu RI bertindak sebagai Ketua TKMPP, memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan merencanakan kegiatan kepada seluruh anggota TKMPP dan dapat memberikan saran kepada Presiden secara komprehensif apabila ada tawaran dari PBB.”

TKMPP melaksanakan rapat secara rutin untuk membahas perkembangan partisipasi Pemerintah Indonesia di misi-misi pemeliharaan perdamaian PBB, namun belum membahas tentang peluang yang ditinjau dari aspek lain, khususnya bidang ekonomi dengan mempromosikan produk-produk dalam negeri. Kementrian/ Lembaga Pemerintah lainnya belum mengetahui adanya suatu peluang besar dalam rangka mendukung perkembangan

³ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2011 tentang Pembentukan Tim Koordinasi Misi Pemeliharaan Perdamaian (TKMPP).

perekonomian nasional. Sehingga sampai saat ini Kementrian/Lembaga Pemerintah masih melihat bahwa OPP adalah ranah di bidang politik dan pertahanan saja dan belum melihat adanya potensi yang diciptakan dibidang ekonomi.

Kementrian/Lembaga Pemerintah yang terkait dengan peran Indonesia dalam OPP masih perlu untuk lebih memahami bahwa tugas TNI tidak hanya memastikan perjanjian gencatan senjata dipatuhi oleh pihak – pihak yang bertikai, namun juga membantu Pemerintah setempat membangun kembali kondisi kehidupannya menjadi pemerintahan yang mandiri. Melalui kegiatan *Civil Military Coordination* (CIMIC), pasukan pemelihara perdamaian membantu masyarakat setempat membangun kembali kehidupannya yang porak poranda akibat konflik bersenjata. Kegiatan CIMIC inilah yang dapat diberdayakan untuk membuka peluang baru pasar perdagangan Indonesia di luar negeri khususnya dengan keunggulan harga produk – produk Indonesia yang murah akan dapat diterima masyarakat setempat dengan mudah. Pengetahuan bagaimana pemberdayaan CIMIC OPP dalam membuka peluang ekonomi inilah yang masih perlu dijelaskan kepada

Kementrian/Lembaga Pemerintah yang terkait.

Selanjutnya, berdasarkan Rencana Strategis Kementrian Perdagangan 2015 – 2019 yang menjelaskan konsep dan strategi pengembangan ekspor nasional diantaranya: mengurangi ketergantungan pasar tujuan ekspor ke negara - negara tertentu, dengan membuka pasar - pasar tujuan ekspor baru lainnya yang juga potensial dan mengembangkan ekspor ke target pasar-pasar baru (pasar alternatif), khususnya negara-negara yang berada di kawasan Amerika Latin, Afrika, Eropa Timur, Timur Tengah dan Asia Tenggara.⁴ Dikaitkan dengan pergelaran kurang lebih 2.700 personel TNI sebagai pasukan pemelihara perdamaian PBB, dimana hampir 80% personel tersebut melaksanakan tugasnya di negara-negara Afrika dan Timur Tengah (Lebanon) merupakan suatu potensi besar dalam mendukung upaya untuk mempromosikan produk-produk dalam negeri Indonesia tidak hanya kepada masyarakat setempat namun juga kepada kontingen-kontingen negara lain yang tergabung dalam misi UNIFIL di Lebanon dan MONUSCO di DRC.

⁴<http://www.kemendag.go.id/id/news/2015/07/22/perluas-pasar-ekspor-ke-afrika-kemendag-manfaatkan-mesir>

Pemanfaatan Kegiatan CIMIC Untuk Mempromosikan Produk Dalam Negeri.

Negara Korea Selatan berpartisipasi dalam misi UNIFIL sejak tahun 2007 sampai dengan saat ini. Keremahan dan keunikan budaya yang dikenalkan kepada masyarakat Lebanon telah memberikan ruang di hati mereka. Kegiatan-kegiatan CIMIC mulai dari *medical assistance, public service, bantuan pendidikan dan quick impact project* untuk memberikan bantuan kemanusiaan kepada masyarakat dan lembaga masyarakat setempat. Kontingen Korea Selatan menggunakan produk mobil nasional Hyundai di Lebanon dalam mendukung pelaksanaan tugas-tugas operasional misi PBB, UNIFIL. Sebagai langkah selanjutnya Kontingen Korea memberikan bantuan mobil Hyundai kepada Angkatan Bersenjata Lebanon dan *Local Government* di daerah misi. Dokumentasi yang menunjukkan dukungan mobil Hyundai dari *Republic of Korea Battalion* kepada LAF, municipality dan klinik kesehatan masyarakat setempat, dapat dilihat di lampiran.

Selanjutnya, hal ini akan menunjukkan bahwa Pemerintah Korea memiliki nilai positif dari perhatiannya membantu Pemerintah Lebanon dalam Proses *Peace Building*, di sisi lain secara

tidak langsung sebagai upaya promosi. Hal ini ditunjukkan dengan data 45% pasar otomotif di Lebanon pada tahun 2013 adalah mobil produk Korea Selatan dan sampai dengan tahun 2015 masih mendominasi pasaran otomotif di Lebanon. Hal ini ditunjukkan tabel berikut ini:

Place of Origin	Brand	Car Sales by Brand				
		2011	2012	2013	2014	2015
Korean	Kia	8,305	9,484	9,310	8,350	7,525
	% Change		14%	-2%	-10%	-10%
	Hyundai	5,485	6,507	6,901	7,128	5,964
	% Change		18%	6%	3%	-12%
	Toyota	1,724	1,861	2,189	4,865	6,368
	% Change		8%	18%	122%	31%
Japanese	Nissan	6,123	5,811	4,974	4,767	4,092
	% Change		-5%	-14%	-4%	-14%
	Mazda	470	507	586	734	854
	% Change		8%	16%	25%	16%
	Mitsubishi	641	319	940	1,085	1,300
	% Change		-50%	195%	12%	20%
French	Renault	1,371	1,302	1,065	1,310	1,755
	% Change		-5%	-18%	23%	34%
English	Land Rover	231	291	607	459	527
	% Change		26%	109%	-24%	15%
American	Chevrolet	1,440	1,491	1,184	1,034	1,297
	% Change		4%	-21%	-13%	26%
	BMW	427	667	428	571	1,027
	% Change		56%	-36%	33%	80%
German	Mercedes	808	698	743	840	840
	% Change		-14%	6%	13%	54%
	Audi	547	552	681	702	702
	% Change		1%	23%	3%	0%
	Volkswagen	622	792	823	710	557
	% Change		27%	4%	-14%	-22%
Others		6,328	5,195	5,678	5,261	6,085
	% Change		-18%	9%	-7%	16%
Total		34,522	35,477	36,109	37,816	39,361
	% Change		3%	2%	5%	4%

Source: Automobile Importers Association

Sumber : Asosiasi Importir Atomotif, 2016.

Negara kedua sebagai bahan studi kasus dalam penulisan tesis ini adalah India, dimana negara ini memiliki hubungan baik dan bersahabat dengan Republik Demokratik Kongo. India merupakan salah satu negara pertama yang membentuk misi diplomatik di Kinshasa. India telah mengirim pasukan Gurkha ke DRC pada periode tahun 1960-62, di bawah misi pemelihara perdamaian PBB, untuk mengatasi pemberontakan di provinsi Katanga. Saat ini, 5.000 tentara India ditambah, pengamat militer dan personil polisi ditempatkan di bawah operasi Penjaga Perdamaian PBB terbesar di negara ini (MONUSCO). DRC telah

mendukung pencalonan India di berbagai forum internasional. Beranjak dari dukungan India di Operasi Pemeliharaan Perdamaian dan melihat kondisi DRC yang masih dalam taraf membangun, tentunya hubungan ini diawali dengan *India's Economic Assistance to DRC*. Hubungan baik ini berkembang di segala lini kerja sama bilateral termasuk diantaranya hubungan Perdagangan dan Komersial. Nilai Export Pemerintah India ke DRC memang tidak setinggi nilai Import ke DRC, namun hubungan kerjasama Bilateral ini saling memberikan keuntungan bagi kedua negara.

Keterkaitan Perdagangan dan Komersial antara kedua negara. DRC sangat kaya akan sumber daya alam seperti kobalt, tembaga, berlian, emas, perak, seng, mangan, timah, germanium, uranium, radium, bauksit, bijih besi, batu bara, tenaga air dan kayu. Beberapa perusahaan India yang bergerak di bidang pertambangan tembaga, kobalt dan berlian di DRC. Sebagian besar impor farmasi DRC berasal dari India, beberapa diekspor kembali ke negara-negara tetangga seperti Republik Kongo, Gabon dan Republik Afrika Tengah. Lebih dari 60 perusahaan perdagangan di negara tersebut berasal dari orang-orang asal Asia; mayoritas orang India.

Salah satu contoh nyata produk India yang dapat dilihat nyata secara langsung di kehidupan sehari – hari yaitu bidang otomotif. Diilhami oleh alat transportasi tradisional di DRC, yaitu Chukudu: kendaraan roda dua yang terbuat dari kayu, dan digunakan untuk mengangkut barang. *Market Intelligent India* melihat sebuah potensi ekspor yang dapat dikembangkan di DRC. Sepeda motor buatan India sering dikenal secara nasional, khususnya di Kinshasa dan Goma.

Bajaj Boxer Exports Data & Export Prices of Bajaj Boxer

Cybox Exim brings to you latest and updated Trade Intelligence report of Bajaj Boxer Exports Data from daily updated Export ship Customs. India Exports of Bajaj Boxer is compiled on daily basis from all Indian ports. India Exports Data of Bajaj Boxer is available with days.

Bajaj Boxer Exports Data can be used for competitive analysis like Export Prices, Quantity, Pricing, Market Trends, Price Trends, Duty or

Free Sample Shipment records for Bajaj Boxer Exports Data from India is listed below. Contact on 0120-4517800 for Free sample report.

[View Import Data of Bajaj Boxer](#)

CONGO KINSHASA				Make New Search	
(Check Subscription Plans)					
DATE	HS CODE	PRODUCT DESCRIPTION	QUANTITY	UNIT	FOB VALUE INR
26 Nov 2016	87112020	"BAJAJ BOXER BM100 MOTORCYCLE IN C/D PACKED CONDITION;"MOTR CYCLWTH CYLINDR CPCTY>75 BT<=250 CC""ENGINE CAPACITY 99.27C"	516	NOS	19735452
21 Nov 2016	87112020	"BAJAJ BOXER BM100 MOTORCYCLE IN C/D PACKED CONDITION;"MOTR CYCLWTH CYLINDR CPCTY>75 BT<=250 CC""ENGINE CAPACITY 99.27C"	516	NOS	19382508

Home International Trade Data International Trade

Sumber : Data Ekspor Bajaj Boxer ke DRC, India, 2016.

Dari kedua contoh negara tersebut diatas yang melaksanakan di daerah misi pemeliharaan perdamaian yang berbeda terlihat adanya dua metode yang sedikit tidak sama namun pada akhirnya potensi ekonomi ini akan ditindaklanjuti oleh pemertintah dan dunia usaha. Korea Selatan membuka peluang tersebut dengan menggunakan kegiatan *Civil Military Coordination (CIMIC)* di *operational level* dan juga memanfaatkan

hal ini sebagai wujud kepedulian Pemerintah Korea Selatan terhadap kemanusiaan pada periode *peace building* di negara konflik. Sedangkan India memulai dari tataran strategis nasional dengan mengembangkan kerjasama Bilateral yang akhirnya menyentuh semua lini, dan kerjasama tersebut dibangun berdasarkan keunggulan dan kebutuhan masing – masing kedua negara, India dan DRC. Para personel yang bertugas dapat mempromosikan produk – produk dalam negeri yang memiliki potensi untuk meningkatkan pengembangan perdagangan internasional. Mereka merupakan “*free marketer*” tatap muka yang memiliki nilai guna efektif dalam mengenalkan dan mempromosikan produk – produk potensial yang membuka pengembangan kegiatan ekspor dan impor nasional.

Bentuk Pemberdayaan Operasi Pemeliharaan Perdamaian Untuk Mempromosikan Produk Dalam Negeri

Era perubahan globalisasi dan perkembangan teknologi informasi maka mendorong kebijakan keamanan manusia untuk menciptakan suatu keamanan yang terpadu, berkelanjutan dan komprehensif sehingga bebas dari ketakutan, konflik, ketidaktahuan, kemiskinan, kekurangan

sosial dan budaya, dan kelaparan, dimana hal ini bergantung pada kebebasan positif dan negatif. Keinginan PBB untuk berperan aktif dalam perkembangan *human security* pasca Perang Dingin ditegaskan kembali dalam laporan tentang Pembaharuan PBB bahwa menjelang *millennium* ketiga, PBB akan lebih berperan, terutama dalam lima misi utama,⁵

1. Perdamaian dan keamanan,
2. Masalah-masalah ekonomi dan sosial,
3. Kerjasama pembangunan,
4. Masalah kemanusiaan, dan
5. Penegakan HAM.

Ditinjau dari aspek Ekonomi, insentif ekonomi merupakan alasan utama bagi kontribusi Pasukan PBB. Salah satu elemen utama dari argumen ini adalah adanya sistem pembayaran kompensasi PBB bagi negara yang menyediakan pasukan PBB. Namun dalam pertimbangan finansial ini, perlu didefinisikan terkait siapa saja yang memperoleh manfaat. Setidaknya terdapat **lima tipe penerima** manfaat, diantaranya:⁶ a. pemerintah nasional,

⁵ Amitav Acharya. *The Nexus Between Human Security and Traditional Security in Asia*. 2008. Dalam *Human Security in East Asia. Korean: Korean National Commission for UNESCO*.

⁶ Leonard F. Hutabarat, 2015, *Kerangka Konseptual Pada Pasukan Penjaga Perdamaian PBB: Studi kasus Indonesia*.

khususnya negara berkembang dengan “*small economies*”, yang mungkin menggunakan pembayaran kompensasi PBB guna mendukung anggaran nasional dan sebagai upaya untuk memperoleh valuta asing; b. sektor pertahanan dan keamanan nasional yang memandang pembayaran kompensasi PBB sebagai peluang untuk meningkatkan anggarannya; c. individu, khususnya anggota dan perwira militer dan polisi, yang memperoleh manfaat ekonomi dari penggelaran misi penjaga perdamaian PBB melalui tunjangan misi; d. perusahaan swasta dan BUMN dapat memperoleh keuntungan dari kontrak pengadaan PBB mulai dari barang logistik hingga transportasi udara, hal ini dilaksanakan dengan mengikuti *UN Procurement system*; dan e. perusahaan swasta dan BUMN untuk memperkenalkan “*initial promotion*” produk-produk dalam negeri yang dilaksanakan dengan mensinkronkan bantuan kemanusiaan yang dibutuhkan oleh negara konflik dalam proses *peace building* serta dapat menjadi daya tarik anggota kontingen negara lain yang tergabung dalam misi pemeliharaan perdamaian yang nantinya akan menjadi potensi perkembangan perdagangan internasional melalui *government to*

government. Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.⁷

Dari kelima tipe penerima manfaat tersebut diatas, pada tesis ini penulis memfokuskan pada tipe penerima manfaat kelima, yang selanjutnya dikaitkan dengan memberdayakan produk-produk dalam negeri sebagai wujud *Quick Impact project (QIP)* Pemerintah Indonesia kepada negara yang sedang konflik dimana Kontingen Garuda sedang melaksanakan tugasnya.

Kendala yang akan Dihadapi dalam Pemberdayaan OPP untuk Mempromosikan Produk Dalam Negeri

Pertama, kendala yang akan ditemukan dalam memberdayakan OPP untuk melaksanakan misi diplomasi ekonomi

7

<http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-tujuan-dan-bentuk.html>

adalah adanya sebuah pandangan bahwa TNI kembali berusaha untuk berbisnis dan hal ini tentunya akan melanggar UU No 34 Tahun 2004 tentang Tentara Nasional Indonesia, dimana dalam beberapa pasal dalam Undang-Undang tersebut menyatakan sebagai berikut:

“Tentara Profesional, yaitu tentara yang terlatih, terdidik, diperlengkapi secara baik, tidak berpolitik praktis, **tidak berbisnis**, dan dijamin kesejahteraannya, serta mengikuti kebijakan politik negara yang menganut prinsip demokrasi, supremasi sipil, hak asasi manusia, ketentuan hukum nasional, dan hukum internasional yang telah diratifikasi (Pasal 2)”

Prajurit dilarang terlibat dalam:

1. Kegiatan menjadi anggota partai politik.
2. Kegiatan politik praktis.
3. Kegiatan bisnis.
4. Kegiatan untuk dipilih menjadi anggota legislatif dalam pemilihan umum dan jabatan politis lainnya. (Pasal 39).

Kendala kedua dari sisi internal dalam negeri adalah belum adanya payung hukum yang mendasari upaya pemberdayaan OPP untuk meningkatkan perekonomian Nasional. Dampak dari banyaknya *stake holders* dan masyarakat yang belum mengetahui adanya potensi

ekonomi yang dapat diperoleh dari keikutsertaan pasukan TNI dalam OPP, sehingga akan diperlukan waktu dan upaya lebih guna membangun sinergitas dan koordinasi untuk mewujudkan diplomasi ekonomi melalui OPP. Selain itu dengan belum adanya payung akan sulit untuk menyatukan para *stake holders* terkait untuk memiliki visi dan misi bersama dalam memberdayakan OPP untuk mendukung terwujudnya Tujuan Nasional melalui bidang ekonomi dengan mewujudkan kesejahteraan umum untuk seluruh masyarakat Indonesia. Kendala selanjutnya yang berasal dari sisi eksternal adalah terbentuknya pandangan dari masyarakat setempat dimana konflik terjadi dan juga dari masyarakat internasional bahwa Bangsa Indonesia memanfaatkan adanya konflik untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya.

Kemungkinan munculnya pandangan negatif dari masyarakat internasional tidak terlepas secara internal cimic yang dilaksanakan oleh Kontingen Indonesia masih belum dikembangkan konsepnya, sehingga CIMIC bukan sekedar kita melayani tapi tidak menginisiasi munculnya potensi-potensi dari obyek kita. Sampai saat ini cenderung *mindset* kita itu masih

melayani, kita membantu, kita memberikan asistensi, kita ibaratnya memberi, tetapi kita tidak memunculkan potensi dasar yang mereka atau menstimulus kompetensi yang ada dengan menggunakan produk-produk dalam negeri kita.

Strategi dan Upaya Pemberdayaan OPP Untuk Mempromosikan Produk Dalam Negeri Guna Membuka Peluang di Bidang Ekonomi.

Hal pertama yang harus menjadi kesamaan pandangan bersama oleh para *stake holders* terkait dalam membuka adanya potensi dan peluang ekonomi dalam pelaksanaan OPP adalah *agility* dari prajurit TNI yang ada di lapangan melalui *public diplomacy* dalam mengeksekusi kegiatan CIMIC. *Agility* sendiri secara definisi adalah kemampuan seseorang untuk dapat mengubah arah dengan cepat dan tepat pada waktu bergerak tanpa kehilangan keseimbangan. PMPP TNI sebagai *focal point* dalam penyiapan pasukan yang akan berangkat melaksanakan tugas OPP harus dapat melatih khususnya personel yang bertugas di bidang CIMIC untuk memiliki fleksibilitas dalam melaksanakan kegiatan. Implikasi dari fleksibilitas ini dapat masuk di semua lini yang termasuk

kapasitas dan kapabilitas suatu negara dari tahap awal pada saat *recovery* setelah konflik dapat dihentikan. CIMIC menggunakan pendekatan bantuan kemanusiaan sehingga cukup mudah untuk masuk di semua lini terutama lini bawah yang merupakan obyek utamanya dan lini atas nantinya yang menjadi sasaran tidak langsung.

Selanjutnya yang perlu untuk mendapat perhatian adalah bagaimana untuk membangun koordinasi dan sinergitas, dimana saat ini masih sangat perlu untuk dibangun sebagai pondasi awal yang kuat untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada secara efektif and efisien. TKMPP dapat menjadi satu pintu dalam berkoordinasi dan bersinergi antar *stake holders* terkait, sehingga tiap-tiap wewenang dan potensi yang dimiliki tiap-tiap instansi dan lembaga dapat terkoordinir dan terencana. Hal ini kemudian disesuaikan dengan *cycle* pasukan, karena pada prinsipnya *nation branding* harus benar-benar dapat memenuhi permintaan atau kebutuhan dari obyeknya.

Terdapat satu keuntungan positif yang perlu disampaikan kepada para pengusaha tersebut bahwa daerah-daerah konflik ini merupakan *hotspot*

dunia, sehingga hal ini secara otomatis *brodcastingnya* akan luas. Potensi itulah yang dapat kita manfaatkan, kolaborasi antara *ways* (CIMIC) dan *means* (Produk dalam negeri dan pengusaha nasional) akan mencapai *ends* yang diharapkan yaitu bukan mau sekedar menjual produk namun yang lebih utama adalah *end tangible*-nya bukan *capital oriented* atau *profit oriented*. Tetapi disini bagaimana kita bisa memiliki *legacy* Indonesia di daerah operasi tersebut, dengan *legacy* ini akan menggaransi *access* untuk kepentingan lainnya termasuk mendukung perekonomian nasional.

Langkah selanjutnya adalah membuat naskah kesepahaman yang diinisiasi oleh TKMPP sehingga komunikasi, koordinasi dan sinergitas antar *stakeholders* tersebut akan memiliki payung hukum. Payung hukum tersebut diharapkan mampu mewadahi upaya mengkombinasikan misi dagang yang diinisiasi oleh Kementerian Perdagangan dengan *initial promotion* yang dapat dilakukan oleh prajurit-prajurit TNI di lapangan melalui kegiatan CIMIC. Rapat rutin TKMPP seharusnya memasukkan agenda peluang perekonomian dengan mensinkronkan hasil laporan dari daerah misi oleh PMPP TNI dengan potensi yang

dimiliki oleh pengusaha-pengusaha dalam negeri yang diwadahi oleh Kementerian Perdagangan. Pemberian bantuan sebagai awal dari *civic mission* harus dapat membangun potensi sosial setempat, Karena selama ini keberhasilan kegiatan CIMIC oleh pasukan Indonesia belum terukur dengan indikator sama yang dikehendaki oleh *HQ mission* dan masyarakat setempat, apa hanya sekedar baik saja, baik tidak bermanfaat. Kata kuncinya adalah baik dan bermanfaat; tanpa membawa manfaat yang benar-benar dapat mereka rasakan maka kehadiran kita belum bisa membangun *legacy* yang diharapkan.

Kontingen Garuda telah dikenal secara internasional sangat mudah diterima oleh masyarakat setempat di negara konflik, sehingga hal ini akan mendukung dalam membangun kepercayaan masyarakat bahwa produk-produk tersebut merupakan solusi terbaik dari pemenuhan kebutuhannya. Wujud bantuan kemanusiaan ini tentunya telah mendukung keinginan PBB untuk lebih aktif dalam misi utamanya mengatasi masalah sosial dan kemanusiaan. Ditinjau dari sisi TNI, yang belum memiliki dukungan khusus berupa *national fund* yang digunakan untuk bantuan kemanusiaan tersebut maka kerjasama

dengan perusahaan swasta atau BUMN merupakan solusi yang sangat baik. Perwujudan bantuan ini bukan dalam bentuk *fresh cash*, namun barang-barang yang menjadi hasil produksi mereka yang dibawa oleh Kontingen Garuda sebagai wujud *Indonesian Quick Impact Project*.

Langkah selanjutnya setelah Kontingen Garuda dengan kegiatan CIMICnya dapat membangun kepercayaan masyarakat dengan bantuan kemanusiaan yang diberikan tersebut, maka perusahaan swasta atau BUMN dengan dijumpai oleh Kementerian Luar Negeri dan Kementerian melalui KBRI untuk menghubungkan dengan pemerintahan setempat yang mendorong kerjasama *Government to Government*. Indonesia akan mampu untuk bersaing dengan produk-produk negara lain khususnya di daerah-daerah yang akan berkembang dari kondisi konflik karena dengan potensi baik SDA dan SDM yang dimiliki Indonesia membuat harga barang-barang tersebut dapat bersaing. Teori Heckscher-Ohlin (H-O) dalam perdagangan internasional telah memberikan penjelasan mengenai penyebab terjadinya perbedaan produktivitas. Teori H-O menyatakan penyebab perbedaan produktivitas karena adanya jumlah atau proporsi

faktor produksi yang dimiliki (*endowment factors*) oleh masing-masing negara, sehingga selanjutnya menyebabkan terjadinya perbedaan harga barang yang dihasilkan. Oleh karena itu teori modern H-O ini dikenal sebagai *The Proportional Factor Theory*.⁸ Selanjutnya negara-negara yang memiliki faktor produksi relatif banyak atau murah dalam memproduksinya akan melakukan spesialisasi produksi untuk kemudian mengekspor barangnya.

Sinergi dalam pemberdayaan Operasi Pemeliharaan Perdamaian ditinjau dari aspek ekonomi berarti bagaimana keterpaduan pihak Instansi/Lembaga terkait dan aktor-aktor ekonomi dengan potensi serta kewenangannya dapat mengeliminir kelemahan dan ancaman dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang, sehingga dapat menghasilkan strategi yang tepat untuk menentukan model dalam memberdayakan OPP guna mendukung peningkatan Perekonomian Nasional. Beberapa strategi untuk memfokuskan pada tujuan (*ends*) dari strategi yang akan digunakan, sarana yang akan digunakan (*means*) dan cara

⁸ Ohlin, *interregional and International Trade* (1933)

yang akan digunakan (*ways*) sebagai berikut:

1. Memenuhi dukungan kegiatan CIMIC pada OPP untuk dalam rangka *civic mission* sekaligus sebagai upaya mengenalkan potensi produk-produk Indonesia sebagai upaya *initial promotion*.
2. Optimalisasi peran TKMPP sebagai *focal point* sebagai forum untuk mendapatkan solusi efektif dan efisien dari *stake holders* terkait berdasarkan laporan purna tugas sesuai dengan wewenang yang mereka miliki.
3. Membangun sinergi antara TKMPP dan Badan Usaha serta Para Pengusaha sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku dalam pergelaran OPP oleh TNI.
4. Terlatihnya kemampuan untuk melaksanakan market intelijen oleh Personel Satgas yang ditunjuk dalam menganalisa potensi yang ada di daerah misi dihadapkan dengan potensi SDA dan Produk dalam negeri.
5. Pembentukan *Indonesian Association of Peace Mission Support (Asosiasi Dukungan Misi Pemeliharaan Perdamaian)* dengan prinsip voluntary basis.
6. Membangun kerjasama antar stake holder dan badan usaha dalam

penyelenggaraan *Pre-Deployment Training (PDT)*.

Penerimaan masyarakat terhadap Kontingen Garuda sangat baik karena karakter pasukan kita yang senantiasa memegang teguh Sapta Marga, Sumpah Prajurit dan 8 Wajib TNI. Kegiatan bantuan kemanusiaan berupa *medical assistance*, pendidikan informal “*Smart Car*” dan *community service* juga telah dilakukan oleh Kontingen Garuda. Akan tetapi, pada saat masyarakat setempat membutuhkan dukungan berupa material (perlengkapan pendidikan dan kesehatan) dan infrastruktur terbatas (generator, pompa air dan alat-alat pertanian) Kontingen Garuda sampai saat ini belum mampu memberikan dukungan tersebut, dimana sebagian besar TCC telah mampu mendukung permintaan masyarakat tersebut. Masyarakat sangat menghargai apa yang sudah dikerjakan oleh Kontingen Garuda namun terdapat suatu sindiran yang sangat sopan kerap disampaikan oleh masyarakat setempat, “pada saat kita memohon bantuan kepada Kontingen Indonesia maka senyum mereka mulai menipis”.

Dari uraian diatas maka hasil akhir adalah tersusunnya kebijakan publik yang akan mendukung TNI untuk melaksanakan misi ekonomi dalam

rangka mendukung tercapainya Tujuan Nasional selain ikut serta dalam melaksanakan ketertiban dunia juga membawa misi untuk mendukung peningkatan Perekonomian Nasional. Hal ini tentu sebagai suatu pernyataan bahwa TNI mampu menyatukan *security approach* dan *prosperity approach* sebagai jawaban pertanyaan tentang skala prioritas kedua pendekatan tersebut. Untuk itu, dibutuhkan ketajaman para anggota TKMPP dalam menghasilkan kebijakan yang bersifat ‘*One Gate Policy*’ yaitu kebijakan satu pintu terkait dengan misi pemeliharaan perdamaian TNI agar dapat dilaksanakan secara fokus dan terarah dengan mempertimbangkan asas prioritas. Kecepatan perencanaan dan pelaksanaan pengorganisasian kerja di lingkungan Kemenhan dan Mabes TNI tentunya akan mempercepat penggelaran kesiapan prajurit TNI melaksanakan misi pemeliharaan perdamaian dunia.

Untuk itu, dibutuhkan ketajaman para anggota TKMPP dalam menghasilkan kebijakan yang bersifat ‘*One Gate Policy*’ yaitu kebijakan satu pintu terkait dengan misi pemeliharaan perdamaian TNI agar dapat dilaksanakan secara fokus dan terarah dengan mempertimbangkan asas prioritas.

Mensinergikan misi dagang yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan dengan bantuan kemanusiaan yang dilakukan oleh staf CIMIC sebagai upaya *initial promotion* produk-produk dalam negeri. Setelah mendapatkan kesamaan persepsi, untuk selanjutnya ditindaklanjuti dengan penyusunan *Grand Strategy* misi pemeliharaan perdamaian Indonesia ke depan yang meliputi *Ends* (Tujuan), *Means* (Sarana), dan *Ways* (Cara) yang dilaksanakan melalui pentahapan; jangka pendek, menengah dan jangka panjang khususnya dalam pemberdayaan OPP guna mewujudkan Tujuan Nasional di tinjau dari aspek ekonomi. Bersama-sama para Instansi/Lembaga/Kementerian terkait untuk merumuskan sebuah *roadmap* yang

SMART: *Specific* (terperinci), *Measurable* (dapat diukur), *Attainable* (dapat dicapai), *Realistic* (realistis), dan *Tangible* (nyata) dalam rangka memberdayakan OPP guna mendukung perekonomian nasional dengan mempromosikan produk dalam negeri melalui *civic mission*.

Kesimpulan

Melalui kegiatan *Civil Military Coordination* (CIMIC) pasukan pemelihara perdamaian membantu masyarakat setempat membangun kembali kehidupannya yang

porak poranda akibat konflik bersenjata. Namun sampai saat ini pelaksanaan Operasi Pemeliharaan Perdamaian belum mendapatkan dukungan anggaran sebagai *National Fund* yang dialokasikan guna memberikan *quick impact project* untuk daerah yang sedang konflik dalam membantu alat dan perlengkapan pendukung bidang pendidikan, kesehatan dan infrastruktur yang sangat terbatas. Kontingen Garuda dengan kegiatan CIMIC-nya melaksanakan *initial promotion* dapat membangun kepercayaan masyarakat dengan bantuan kemanusiaan yang diberikan tersebut. Produk-produk unggulan yang memiliki potensi diterima oleh masyarakat di daerah konflik harus terus dikembangkan. Langkah selanjutnya jika masyarakat setempat merasa bahwa produk-produk bantuan Indonesia telah memiliki nilai guna dan ekonomis yang lebih unggul maka perusahaan swasta atau BUMN dengan dijembatani oleh Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Perdagangan melalui KBRI menghubungkan dengan pemerintahan setempat untuk mendorong kerjasama *Government to Government* melaksanakan perdagangan internasional. Dimana Produk unggulan Indonesia yang dapat bersaing itulah

bentuk pemberdayaan Kontingen Garuda dalam pelaksanaan Operasi Pemeliharaan Perdamaian untuk mempromosikan produk-produk dalam negeri.

Hal pokok yang menjadi kendala dan dapat menghambat pemberdayaan Operasi Pemeliharaan Perdamaian untuk mempromosikan produk-produk dalam negeri dalam rangka mendukung perekonomian nasional adalah belum adanya payung hukum dan pandangan bahwa TNI akan kembali berbisnis. Hal ini tentunya dikarenakan masih belum optimalnya pemahaman tentang *modern peacekeeping*. Persoalan lainnya adalah kekhawatiran adanya *misleading* dalam melaksanakan tugas pokok Kontingen Garuda dalam menjaga dan memelihara perdamaian di daerah konflik yang disebabkan perbedaan latar belakang pengetahuan tentang misi perdamaian baik secara keilmuan (teoritis) maupun pengalaman (empiris), dan tidak adanya visi bersama terhadap pentingnya perjuangan demi kepentingan nasional melalui eksistensi Indonesia dalam keikutsertaannya pada misi pemeliharaan perdamaian. Oleh karena itu dibutuhkan persamaan persepsi seluruh komponen terkait dan aktor-aktor ekonomi dalam rangka pemberdayaan operasi pemeliharaan perdamaian untuk

mempromosikan produk-produk dalam negeri dengan memberikan bantuan kemanusiaan untuk masyarakat setempat. Hal ini akan menjadi sebuah “win-win solution” dihadapkan sisi kehematan biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan dan TNI yang sampai saat ini masih belum mendapatkan dukungan anggaran khusus CIMIC dalam rangka memberikan *Quick Impact Project* kepada masyarakat dan lembaga setempat.

Pemberdayaan yang dimaksud dalam pendekatan ini bukanlah suatu upaya yang akan menghasilkan keuntungan secara materiil secara langsung bisa dirasakan, melainkan suatu proses *long term achievement*. Ini adalah salah satu cara yang elegan untuk *branding* bangsa kita sekaligus untuk mendapatkan keuntungan terhadap perjuangan kepentingan bangsa kita termasuk di forum internasional. Dibutuhkan adanya *market intelligent* untuk mengamati macam dan bentuk produk dalam negeri yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat setempat di daerah misi. Beberapa produk yang dapat menjadi andalan komoditas ekspor di Timur tengah dan Afrika adalah: tekstil, sepatu league,

playwood, furnitur, alat-alat pertanian (*hand tractor*), gen-set, alat-alat kesehatan dan obat-obatan serta perlengkapan untuk rumah dan kantor. Tetapi kita harus tetap ingat bahwa *ends* dari diplomasi ekonomi ini tidak hanya untuk menjual produk dengan *capital oriented* atau *profit oriented* namun juga menanamkan *Indonesian legacy* di daerah operasi itu, karena inilah yang akan menggaransi akses untuk memperjuangkan kepentingan nasional lainnya, termasuk di bidang ekonomi.

Daftar Pustaka

- Amitav, Acharya. *The Nexus Between Human Security and Traditional Security in Asia*. 2008. Dalam *Human Security in East Asia*. Korean: Korean National Commission for UNESCO.
- Hutabarat, Leonard F. 2015, *Kerangka Konseptual Pada Pasukan Penjaga Perdamaian PBB: Studi kasus Indonesia*.
- Kartini, Indira, 2012. *Peran Indonesia dalam Misi Pemeliharaan Perdamaian PBB* Jurnal Pertahanan, 2, 2, hal. 127-150.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 85 Tahun 2011 tentang Pembentukan Tim Koordinasi Misi Pemeliharaan Perdamaian (TKMPP).
- Ohlin, *interregional and International Trade* (1933)
- <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-promosi-tujuan-dan-bentuk.html>
- <http://www.kemendag.go.id/id/news/2015/07/22/perluas-pasar-ekspor-ke-afrika-kemendag-manfaatkan-mesir>