

Jurnal Hubungan Internasional Indonesia

<http://jhii.fisip.unila.ac.id/ojs/index.php/jhii>

KERJASAMA INDONESIA DAN UNI EMIRATE ARAB DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Yuliana¹, Subaidi²

¹Pascasarjana Kajian Timur Tengah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

²Pascasarjana Kajian Timur Tengah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
yulianayuli633@gmail.com, subaidi@uin-suka.ac.id

Abstrak

Meningkatnya persaingan di seluruh dunia dan penurunan ketersediaan sumber daya alam saat ini mendorong sebagian negara untuk mencari cara lain untuk mengembangkan ekonomi mereka. Salah satu cara yang dapat mereka lakukan adalah ekonomi kreatif, yang merupakan bentuk ekonomi yang lebih bergantung pada kreativitas, pemahaman, dan pengetahuan. Ekonomi kreatif, juga dikenal sebagai orange economy, adalah bentuk ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas sebagai sumber utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Indonesia adalah salah satu dari banyak negara yang mengadopsi model ini. Dengan menjalin kerjasama dengan Uni Emirate Arab, Indonesia telah mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif menjadi prioritas nasional. Tujuan penelitian ini untuk menjawab hubungan kerjasama Indonesia-Uni Emirate Arab terkait pengembangan ekonomi kreatif khususnya di Indonesia dan program apa saja yang telah dilakukan selama berlangsungnya kerjasama tersebut. Dalam penelitian ini, teori ekonomi pembangunan digunakan bersama dengan pendekatan ekonomi politik. Hasilnya menunjukkan bahwa Indonesia dan Uni Emirat Arab bekerja sama dalam tiga proyek: fashion, kuliner, dan TI. Meskipun pengaruh yang diberikan tidak begitu signifikan, kerja sama ini telah mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia dalam penyerapan ekspor, termasuk ekspor nonmigas; pakaian muslim menjadi perhatian nasional.

Kata Kunci: Indonesia, Uni Emirate Arab, Ekonomi Kreatif, Kerjasama, Bilateral

Abstract

Increasing competition around the world and decreasing availability of natural resources are currently pushing some countries to look for other ways to develop their economies. One way they can do this is the creative economy, which is a form of economy that relies more on creativity, understanding and knowledge. The creative economy, also known as the orange economy, is a new form of economy that focuses on creativity as the main source for driving a country's economic growth. Indonesia is one of many countries that has adopted this model. By collaborating with the United Arab Emirates, Indonesia has encouraged the growth of the creative economy to become a national priority. The purpose of research is to answer the cooperation between Indonesia and the United Arab Emirates regarding the development of the creative economy, especially in Indonesia, and what programs have been carried out during this collaboration. In this research, development economic theory is used together with a political economy approach. The results show that Indonesia and the United Arab Emirates are collaborating on three projects: fashion, culinary and IT. Although the impact is not very significant, this collaboration has influenced the growth of Indonesia's creative economy in absorbing exports, including non-oil and gas exports; Muslim clothing has become a national concern.

Keywords: Indonesia, United Arab Emirates, Creative Economy, Cooperation, Bilateral

Pendahuluan

Identitas politik suatu negara dipengaruhi oleh perkembangan situasi politik internasional. Kebijakan luar negeri suatu negara tidak lepas dari faktor internal dan eksternal. Selain itu kebijakan ini juga disesuaikan dengan perkembangan politik internasional. Untuk mencapai kebijakan luar negeri diperlukan kerjasama atau diplomasi antar negara. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan kerja sama antar negara dengan negara lain guna mewujudkan kepentingan nasional masing-masing negara dan meningkatkan hubungan bilateral atau multilateral negara tersebut. Pada dasarnya hubungan kedua negara berdasarkan pada interaksi yang saling menguntungkan guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi, memperkuat kemampuan pertahanan dan keamanan, serta membangun ketertiban dan perdamaian dunia, sehingga saat ini kerja sama yang dilakukan berfokus pada bidang pertahanan, keamanan, perekonomian, masyarakat, budaya dan ideologi. Bidang-bidang ini umumnya menjadi dasar hubungan internasional (Purwanto and Wati 2019).

Banyak negara ingin menjalin kerja sama dengan negara lain karena berbagai alasan seperti ideologi, sumber daya alam, kondisi ekonomi, iklim, dan tingkat penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berbeda. Setiap negara hanya dapat menjalin hubungan internasional setelah diakui, baik secara resmi maupun tidak resmi. Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat ini, cara masyarakat memandang, bertukar informasi, berdagang dan mengkonsumsi produk budaya dari berbagai belahan dunia telah berubah (Purwanto and Wati 2019). Pada awalnya, ekonomi beroperasi melalui sumber daya alam. Namun, karena menipisnya sumber daya alam dan meningkatnya persaingan global, pelaku ekonomi mulai mencari cara lain untuk mengatasi masalah ini. Negara-negara di seluruh dunia saat ini mencari cara baru untuk menghidupkan ekonomi mereka yang tidak bergantung pada sumber daya alam yaitu dengan mengalihkan ke ekonomi kreatif.

Menurut Jhon Hawkins, ekonomi kreatif adalah perekonomian yang didasarkan pada kreativitas, ide, dan imajinasi menentukan apa yang orang ingin lakukan dan hasilkan. (Afriantari and Putri 2017). Industri kreatif merupakan salah satu sektor atau komponen utama dalam konsep ekonomi kreatif, dan pertumbuhan ekonomi kreatif bergantung pada kemampuannya menghasilkan barang atau jasa yang mengandung konten kreatif (Afriantari and Putri 2017). Menurut United Nations Conference on Trade Development (UNCTAD), inti dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif karena banyak memberikan kontribusi terhadap perekonomian negara, termasuk meningkatkan nilai ekspor dan menciptakan lapangan kerja yang signifikan (UNCTAD, 2021). Oleh karena itu, dalam beberapa dekade terakhir, beberapa negara telah memprioritaskan sektor ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi kreatif.

Bukti menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang menerapkan ekonomi kreatif untuk pembangunan ekonomi. Sejak awal tahun 2006, diskusi mengenai ekonomi kreatif dan industri kreatif di Indonesia telah dimulai. Ekonomi kreatif semakin sering diperbincangkan oleh pemerintah, perusahaan swasta, dan pelakunya sendiri, selama bertahun-tahun. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Presiden Joko Widodo juga mendirikan lembaga non-kementerian yang diberi nama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2016. Di bidang ekonomi kreatif, Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, mengkoordinasikan dan menyinkronkan kebijakan (Afriantari and Putri 2017). Pekan Produk Budaya Indonesia pertama kali diselenggarakan pada tahun 2007 dan yang terbaru adalah Festival Wayang Youth pada tanggal 13 Januari 2021 yang menampilkan kegiatan ekonomi kreatif dengan tujuan membangun dan mengembangkan perekonomian. Kedua inisiatif ini mendapat perhatian dari pemerintah, yang bertujuan untuk menjadi pilar ekonomi Indonesia di masa depan (Kominfo 2015). Begitupun dengan UEA ekonomi kreatif menjadi fokus dalam inovasi dalam pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Pada tahun 2020-an, Wakil Presiden dan Perdana Menteri Uni Emirat Arab Shaikh Mohammad bin Rashid Al Maktoum meluncurkan 10 strategi nasional terkait industri budaya dan kreatif dengan tujuan meningkatkan pangsa PDB kedua sektor dari 2,6 persen pada akhir 2020 menjadi 5 persen selama sepuluh tahun ke depan. UEA secara agresif mendorong ekonomi kreatif sebagai pendorong utama dalam diversifikasi ekonomi UEA. UEA memiliki visi pada tahun 2025 untuk menjadi pusat ekonomi kreatif di dunia melalui sektor budaya (Kumar 2022).

Adanya alternatif baru dalam pengembangan ekonomi menjadi fokus perhatian bagi beberapa negara, seperti Indonesia dan UEA. Menyadari hal tersebut, Indonesia dan UEA menjalin hubungan kerja sama di bidang ekonomi kreatif dengan tujuan yang sama yaitu mengembangkan ekonomi kreatif, seperti mendorong pertumbuhan ekonomi kedua negara. Dalam beberapa tahun terakhir, hubungan Indonesia dan Uni Emirat Arab tampak semakin hangat dan dinamis. Hal ini ditandai dengan keputusan UEA yang menyematkan nama Presiden Joko Widodo di sebuah jalan di Abu Dhabi. Pemerintah UEA menghormati Presiden Jokowi atas upayanya meningkatkan hubungan bilateral dengan Indonesia. Indonesia dan Uni Emirat Arab telah mencapai sejumlah kesepakatan bilateral mengenai penelitian dan dukungan vaksin Covid-19 (Kominfo 2020). Bagi Indonesia, UEA merupakan fenomena unik karena merupakan mitra strategis yang bekerja sama di banyak bidang ekonomi. Salah satu sektor tersebut adalah ekonomi kreatif yang merupakan pilar ekonomi berkelanjutan yang dapat membantu memulihkan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Terjalannya kerja sama antara Indonesia dan Uni Emirat Arab di bidang ekonomi kreatif menjadi babak baru hubungan kedua negara yang beproyeksi pada

kemampuan intelektual dan kreativitas. Pada tahun 2020, produk-produk inovatif dari usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia dapat menyumbang \$18,8 miliar terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Dari 17 subsektor ekonomi kreatif, subsektor fesyen, kerajinan, dan kuliner merupakan subsektor yang paling menonjol. Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Manparekraf), mengatakan pada tahun 2021, Indonesia akan masuk 3 besar dunia dalam pengembangan ekonomi kreatif sehingga ekonomi kreatif menawarkan potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Voi.id n.d.).

Sebelumnya pembahasan terkait ekonomi kreatif telah pernah dibahas dalam tulisan Sagita yang berjudul Dampak kerjasama Industri Kreatif Indonesia-Korea Selatan Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi di Indonesia (Sagita 2019). Sagita dalam tulisannya menjelaskan bagaimana dampak kerjasama Indonesia-Korea Selatan terhadap ekonomi kreatif. Hasil kerja sama tersebut, selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan industri kreatif, juga meningkatkan investasi Korea di Indonesia di bidang lain seperti perfilman, ekonomi, dan bidang lainnya. Namun kerja sama tersebut belum sepenuhnya berhasil karena masih banyak kendala dan belum membawa hasil terbaik bagi kedua negara (Sagita, 2019). Selanjutnya, dalam tulisan Enda Verya yang berjudul Dampak Kerjasama Bidang Pariwisata Indonesia Dan Australia Terhadap Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2014. Penelitian ini menjelaskan dampak kerja sama pariwisata Indonesia dan Australia terhadap ekonomi kreatif. Dijelaskannya, dampak pariwisata yang cukup besar terhadap peningkatan devisa negara mendorong Indonesia untuk memperkuat kerja sama pariwisata dengan Australia, dimana Australia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah wisatawan terbanyak yang berkunjung ke Indonesia. Peningkatan kunjungan berdampak pada sektor ekonomi kreatif Indonesia, karena kegiatan pariwisata menciptakan permintaan konsumsi dan investasi, yang pada akhirnya mendorong kegiatan produksi barang dan jasa. Enda Verya juga menjelaskan, ekonomi kreatif yang terkait langsung dengan wisatawan meliputi subsektor kerajinan, kuliner, dan fesyen. Melalui hal tersebut, ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Sagita dan Enda Verya tersebut mengabaikan bagaimana perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia saat ini yang mulai menaruh perhatian pada negara-negara Timur Tengah seperti Uni Emirat Arab yang dianggap sebagai mitra strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Oleh karena kajian ini bisa memberikan wacana baru yang lebih mutakhir dari pada yang dilakukan sebelumnya oleh Sagita dan Enda Verya (Verya Enda 2017).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin melakukan penelitian ini. Melihat bagaimana ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi utama bagi negara-negara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, topik penelitian ini adalah bagaimana perkembangan

ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh kerja sama antara Indonesia dan Uni Emirat Arab dalam ekonomi kreatif?

Metode

Dalam tulisan ini, metode yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif yang menggali secara mendalam terkait permasalahan tertentu seperti pengembangan ekonomi kreatif Indonesia melalui kerjasama Indonesia-Uni Emirat Arab dalam bidang ekonomi kreatif, lalu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui metode *library research* dan memanfaatkan data sekunder seperti buku, jurnal, artikel, media cetak dan elektronik, serta website. Penelitian ini akan menjelaskan terkait bagaimana kerjasama Indonesia-Uni Emirat Arab mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan program atau kegiatan apa saja yang dilakukan selama kerjasama ini berlangsung. Hasil dan temuan dalam tulisan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahamannya dan wawasan baru yang lebih mutakhir dan mendalam terkait kerjasama ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Hubungan Indonesia-Uni Emirat Arab

Hubungan bilateral yang baik telah lama terjalin antara Indonesia dan Uni Emirat Arab. Pada tahun 1976, kedua negara memulai hubungan diplomatik. Pada tanggal 28 Oktober 1978, Kedutaan Besar Indonesia di Abu Dhabi diresmikan di tingkat Charge d'Affaires. Kemudian sejak bulan Februari 2003, Indonesia memiliki Konsulat Jenderal di Dubai. Setelah UEA secara resmi membuka Kedutaan Besar Uni Emirat Arab di Jakarta pada 10 Juni 1991, hubungan kedua negara semakin erat. Kantor Konsuler Uni Emirat Arab dibuka pada Agustus 2014, dan Kantor Atase Militer dibuka pada April 2019 (Mofa 2021).

Beberapa aspek hubungan antara Indonesia dan Uni Emirat Arab terus mengalami kemajuan, seperti:

- a. Bidang politik, Uni Emirat Arab selalu mendukung Indonesia, terutama dalam pencalonan badan regional dan internasional. Selain itu, intensitas kunjungan yang dilakukan kedua negara menunjukkan hubungan bilateral ini. Kunjungan pejabat pemerintahan, lembaga legislatif, dan tokoh masyarakat dari kedua negara dapat meningkatkan dan memperkuat keinginan kedua pihak untuk terus menggali potensi yang terkait dengan kemajuan sarana hubungan di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), komunikasi, informasi, dan transportasi.
- b. Hubungan Indonesia dan Uni Emirat Arab juga berjalan baik di bidang ekonomi. Sejak Indonesia menjalin hubungan diplomatik dengan UEA pada tahun 1996, sektor ekonomi dan perdagangan mengalami

perkembangan yang sangat pesat.. UEA merupakan negara tujuan utama ekspor nonmigas Indonesia ke Timur Tengah.. Pada tahun 2008, UEA merupakan mitra dagang nonmigas ke-18 bagi Indonesia dan begitupun sebaliknya (Mustofa 2021).

- c. Bidang penerangan yang bersifat sosial dan budaya. Hubungan kerja sama antara Indonesia dan Uni Emirat Arab telah berjalan dengan baik. Pemerintah Uni Emirat Arab telah memberikan beasiswa kepada siswa Indonesia untuk bersekolah di Ma'had Al Islami di Al Ain, yang mencakup pendidikan dari tingkat SD hingga SMA. Di bidang sosial, setelah Tsunami Aceh pada akhir tahun 2004, pemerintah Uni Emirat Arab telah membangun proyek perumahan Emirates Villages di Lampaseh, Aceh.
- d. Dalam bidang pertahanan, industri pertahanan Pindad dan Caracal akan bekerja sama untuk membuat berbagai jenis senjata, seperti senapa serbu CAR 816 yang berbasis AR15 untuk digunakan oleh pasukan khusus di Indonesia dengan menggunakan laras dan komponen Pindad. Produksi bersama juga akan termasuk senapan mesin SM3 5.56 mm Pindad untuk digunakan oleh tentara Uni Emirat Arab dan dipasarkan di Timur Tengah (Mustofa 2021).

Hubungan antara Indonesia dan Uni Emirat Arab sangat baik. Ada beberapa contoh kerja sama antara Indonesia dan Uni Emirat Arab. Pada bidang politik, kedua negara telah memberikan dukungan satu sama lain dan telah menjalin hubungan diplomatik bilateral dan bidang ekonomi, Indonesia mengeksport tekstil, mesin, kulit, elektronik, dan lainnya sedangkan Uni Emirat Arab mengeksport minyak, kimia, buah, dan gandum.

Selain empat hal tersebut, Indonesia dan Uni Emirat Arab baru-baru ini mencapai kesepakatan untuk bekerja sama dalam hal pengembangan ekonomi kreatif, khususnya di bidang arsitektur, fesyen, desain, seni budaya, dan publikasi. Ini ditunjukkan dengan penandatanganan MoU bidang kreatif di acara Indonesia Emirates Amazing Week (IEAW) 2021 di Jakarta. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Abu Dhabi memulai program ini dengan bekerja sama dengan Kementerian Luar Negeri, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan berbagai lembaga lain untuk meningkatkan kerja sama di berbagai bidang antara kedua negara (Fajar, 2021). Banyak kesempatan akan muncul untuk industri kreatif di kedua negara untuk saling bertukar ide dan pengalaman melalui kerjasama ini. Terjalannya hubungan kerja sama antara kedua negara menyiratkan bahwa kerjasama di bidang ekonomi kreatif juga merupakan bagian penting bagi kedua negara dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di kedua negara khususnya Indonesia. Hubungan antara Indonesia dan Uni Emirat Arab akan semakin erat karena

keduanya memiliki payung hukum yang memungkinkan kerja sama dalam bidang ekonomi kreatif.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah ide ekonomi baru yang menggabungkan informasi dan kreativitas. Menggunakan pengetahuan, ide, dan sumber daya manusia sebagai faktor produksi, dan menghasilkan industri kreatif yang sangat kompetitif dalam ekonomi (Reniaty 2013). Jhon Howkins dalam buku "Creative Economy, How People Make Money from Ideas" mendefinisikan "ekonomi kreatif" sebagai sebuah konsep di mana kegiatan ekonomi adalah input dan ide adalah output. Kementerian Perdagangan Indonesia (2009) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai upaya untuk mencapai pembangunan berkelanjutan melalui tindakan (Restrepo Felipe Buitrago & Marquez Ivan Duque, 2015). Perekonomian yang berdaya saing dan cadangan sumber daya yang terbarukan adalah syarat untuk pembangunan berkelanjutan ini. Menurut United Nations Conference on Trade Development (UNCTAD), ekonomi kreatif adalah siklus pembuatan barang dan jasa yang menggunakan modal intelektual dan kreativitas sebagai komponen utamanya.

Konsep modal yang berbasis kreativitas adalah dasar dari ekonomi kreatif, yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Dalam Agung Pascasuseno (2014), Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan bahwa "ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang kelanjutan dari ekonomi gelombang ke-3 dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan." Selama sejarah ekonomi, terjadi pergeseran arah gelombang ekonomi. Dimulai dengan transisi dari era pertanian ke era industrialisasi, lalu era informasi, yang diikuti oleh kemajuan dalam teknologi dan informasi (Aldy 2016). Perkembangan Industrialisasi menghasilkan cara kerja, produksi, dan distribusi yang lebih murah dan efektif. Pergeseran konsentrasi industri dari negara Barat ke negara berkembang seperti Asia disebabkan oleh target produksi dan distribusi yang lebih murah dan efisien. Fenomena ini mendorong industri-industri di negara maju untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan kreativitas (Afriantari and Putri 2017). Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, tetapi keduanya memiliki cakupan yang lebih luas dan mencakup proses produk atau jasa. Oleh karena itu, kemajuan ekonomi kreatif suatu negara sangat dipengaruhi oleh adanya industri kreatif.

Teori Ekonomi Pembangunan Mochtar Maseo'd

Penulis menggunakan teori ekonomi pembangunan dan menggunakan pendekatan ekonomi politik internasional untuk menjelaskan kerja sama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Uni Emirat Arab. Ekonomi politik internasional, studi tentang bagaimana ekonomi dan politik internasional saling berhubungan sebagai

akibat dari perubahan sistem internasional (Robert 2001). Melakukan penelitian ekonomi politik internasional memerlukan pengintegrasian teori-teori ekonomi politik, seperti teori-teori yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi.

Ekonomi pembangunan merupakan salah satu cabang ekonomi politik internasional yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi negara-negara berkembang dan mencari cara untuk mengatasi permasalahan tersebut guna mendorong pertumbuhan ekonomi (Subandi 2014). Pembangunan ekonomi, di sisi lain adalah pertumbuhan ekonomi yang dapat menyebabkan perubahan pada struktur ekonomi dengan tujuan meningkatkan pendapatan nasional dan menciptakan lapangan pekerjaan, dengan perubahan utama yang disebabkan oleh pembangunan ekonomi adalah penurunan tingkat pertumbuhan penduduk. Pada masa Orde Baru, pembangunan Indonesia identik dengan *nation building*, yaitu upaya memperkuat basis material negara dengan menciptakan surplus ekonomi, khususnya pertumbuhan tatanan ekonomi dan politik. Pemerataan pembangunan memerlukan pertumbuhan ekonomi yang memadai agar apa yang disalurkan jauh lebih besar. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintahan Orde Baru mempunyai dua strategi: Pertama, strategi ekonomi yang mendorong pertumbuhan pesat dan dapat memobilisasi sumber daya ekonomi dari luar negeri. Kedua, strategi politik mendorong terciptanya sistem ekonomi dan sosial yang terkendali dan teratur (Mas'ood Mochtar 1994).

Menurut Mochtar Maseo'd, ada tiga pendekatan yang digunakan dalam proses pembangunan di Indonesia. Ketiga pendekatan tersebut adalah: Politik sebagai Panglima (PSP), Ekonomi sebagai Panglima (ESP) dan Etika sebagai Panglima (MSP). Ketiga pendekatan tersebut mempunyai ciri pemikiran pembangunan masing-masing, yaitu PSP mengutamakan pertimbangan politik dalam proses pembangunan dan menekankan peran negara sebagai aktor pembangunan. Negara dianggap sebagai satu-satunya subjek yang mampu melakukan intervensi dalam proses pembangunan ekonomi. Pendekatan ESP mengutamakan peran pengusaha dan dunia usaha dalam proses pembangunan, sedangkan pendekatan MSP menekankan bahwa cara paling efektif untuk mengatasi masalah kemiskinan yang dihadapi masyarakat adalah dengan membantu mereka menemukan kekuatan mereka sendiri (Mas'ood Mochtar 1994).

Dalam artikel ini, penulis menggunakan pendekatan ESP sebagai analisis mengenai kerja sama Indonesia dan Uni Emirat Arab dalam mengembangkan ekonomi kreatif dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Mochtar Maseo'd, pendekatan ini menjamin keberhasilan pembangunan karena menggunakan mekanisme pasar sebagai sarana mobilisasi sumber daya ekonomi untuk meningkatkan produktivitas nasional dan mengutamakan pelaku swasta yang merupakan unit ekonomi dominan dalam pasar yang relatif bebas. Namun perkembangan perekonomian suatu negara tidak lepas dari peran pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya yang

tersedia. Hal ini ditunjukkan melalui upaya pemerintah Indonesia menjalin kerja sama dengan UEA untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ekonomi pembangunan dijadikan sebagai acuan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Kerja Sama Indonesia-Uni Emirate Arab di Bidang Ekonomi Kreatif

Politik luar negeri sering dianggap sebagai lanjutan dari politik dalam negeri karena kerja sama bilateral suatu negara tidak dapat dipisahkan dari kebijakan politik dalam negeri. Oleh karena itu, kebijakan luar negeri suatu negara tidak berada dalam ruang kosong; itu aktif terlibat dalam masyarakat internasional serta dalam interaksi antara masalah regional dan global (Mustofa 2021). Berdasarkan lanjutan dari kebijakan politik dalam negeri sehingga terbentuknya kerja sama antar dua negara dalam berbagai bidang salah satunya bidang ekonomi kreatif. Dimulai pada tanggal 5 Maret 2021, Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Indonesia dan Menteri Kebudayaan dan Pemuda Uni Emirat Arab menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) di bidang ekonomi kreatif yang dilaksanakan secara *hybrid*. Sejak World Conference on Creative Economy (WCCE), sebuah acara internasional terkemuka di bidang ekonomi kreatif yang diinisiasi oleh Indonesia di Bali pada tahun 2018, pembicaraan MoU mengenai ekonomi kreatif telah direncanakan. Perjanjian ini berfungsi sebagai dasar hukum untuk pelaksanaan WCCE kedua di Dubai, yang akan diadakan pada Desember 2021 dan merupakan bagian dari World Expo.

Karena potensinya yang besar dan kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian nasional, pemerintah berkonsentrasi pada ekonomi kreatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 1.153 triliun rupiah pada pertumbuhan ekonomi nasional terhadap PDB nasional pada tahun 2019. Selain itu, ekonomi kreatif mampu menyerap 19,2 juta tenaga kerja dan menyumbangkan nilai ekspor sebesar 19,6 miliar dolar AS (Kemenparekraf, 2020). Karena potensi ekonomi kreatif yang ada, pemerintah Indonesia ingin bekerja sama dengan Uni Emirat Arab, yang juga berfokus pada pengembangan ekonomi kreatif.

Implementasi Program Kerja Sama Indonesia di bidang Ekonomi Kreatif

Kerjasama Indonesia-Uni Emirat Arab dalam ekonomi kreatif baru berjalan kurang lebih satu tahun. Penulis menemukan beberapa program kerjasama antara Indonesia-Uni Emirat Arab setelah penandatanganan MoU diantara kedua negara baik dalam bentuk kolaborasi atau partisipasi antara kedua negara, diantaranya:

1. *Jakarta Muslim Fashion Week Kolaborasi Antara Indonesia-UEA*

Jakarta Muslim Fashion Week, yang diselenggarakan di Jakarta pada Oktober 2021, adalah salah satu contoh kolaborasi ekonomi kreatif antara Indonesia dan Uni Emirat Arab. Jakarta Muslim Fashion Week merupakan pergelaran busana Muslim yang dirancang oleh desainer-desainer lokal Indonesia di pasar global. Tujuannya adalah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat busana Muslim global. Sebelumnya, kami telah berbicara dengan Minister of State for Foreign Trade of UEA H.E Dr. Thani bin Ahmed Al Zeyoudi, yang berfokus pada industri fashion Islami, tentang rencana untuk mengadakan Jakarta Fashion Week bersama Uni Emirate Arab pada oktober 2021 (Ayu 2021). Kegiatan ini akan dilakukan secara virtual, sehingga audiens dan peserta tidak terbatas di Indonesia saja. Untuk mendukung desainer lokal yang bersemangat untuk menampilkan produk mereka di pasar global, Jakarta Fashion Week dalam kegiatan ini, para perancang busana dapat berbicara tentang tantangan yang dihadapi saat menembus pasar global. Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan menyatakan bahwa, mengingat fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, sudah saatnya mode muslim Indonesia menguasai dan membanjiri pasar global.(Republika 2022). Indonesia juga mengajak Uni Emirat Arab untuk meramaikan acara tersebut karena UEA adalah pusat fashion Muslim di dunia. Ini akan membantu Indonesia menjadi pusat Muslim di dunia. UEA memiliki peluang untuk memasukkan industri fashion Muslim dan makanan dan minuman halal Indonesia ke pasar Afrika. Sudah menjadi rahasia umum bahwa Uni Emirat Arab memiliki hubungan bilateral yang positif dengan Afrika. Akibatnya, Indonesia mengambil kesempatan untuk memanfaatkan proyek ini sebagai cara untuk memasuki pasar yang tidak konvensional, dan kerja sama ini digunakan sebagai cara untuk membangun hubungan kerjasama dengan negara lain.

Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan hubungan baik antara Indonesia dan Uni Emirat Arab dengan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Tujuan dari acara ini adalah untuk menarik perhatian orang di luar negeri untuk lebih mengenal karya-karya desainer Indonesia yang beragam sehingga mereka tertarik untuk membeli produk fashion dari Indonesia. Tidak diragukan lagi bahwa kerjasama ekonomi kreatif antara Indonesia dan Uni Emirat Arab memiliki dampak langsung pada mereka yang berpartisipasi dalam program tersebut; produk dan desain lokal Indonesia mulai dikenal di pasaran internasional, terutama di UEA. Hal ini berdampak positif pada perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, yang mengalami

peningkatan yang relatif kecil karena fashion Muslim Indonesia masih kurang populer di UEA, meskipun potensinya cukup besar. (Akbar 2022).

2. *Dubai Expo 2020*

Dubai Expo merupakan pameran internasional yang menyajikan pencapaian-pencapaian negara dunia terkait ekonomi kreatif, yang diselenggarakan oleh Dubai di Uni Emirate Arab. Kegiatan ini adalah bentuk partisipasi Indonesia dalam acara Uni Emirat Arab, program lanjutan dari WCCE. Acara ini pertama kali diselenggarakan di Bali, Indonesia, tentang pengembangan ekonomi kreatif. Setelah kedua negara menandatangani kerja sama ekonomi kreatif, acara ini kemudian diselenggarakan di Dubai dari 1 Oktober 2021 hingga 31 Maret 2022.

Indonesia adalah salah satu dari 192 negara yang menghadiri Dubai Expo. Indonesia berpartisipasi aktif dalam setiap acara yang diadakan oleh Uni Emirate Arab. Ini ditandai dengan peletakan batu pertama, atau *groundbreaking*, pembangunan Paviliun Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia ingin menjadi negara kepulauan terbesar yang maju, mandiri, dan modern pada tahun 2045. Indonesia akan menawarkan banyak peluang menarik untuk berinvestasi, bekerja sama, dan mengeksplorasi dengan mitra internasional (Kompas 2019). Pergelaran ini Indonesia mengajak pemerintah, lembaga, pengusaha, dan lainnya dalam menyukseskan acara Dubai Expo 2020. Momentum World Expo Dubai 2020, menjadi sarana Indonesia untuk menampilkan berbagai kegiatan yang telah direncanakan dalam pergelaran acara ini. Ada banyak kegiatan yang dilakukan pemerintah untuk mempromosikan Indonesia selama pameran ini berjalan beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

a). *Indonesia Modest Fashion Day*

Dengan tema "Indonesia Modest Fashion Day", acara mode busana Muslim dimulai 13 Maret 2022. Para desainer Indonesia bekerja sama dengan merek lokal Uni Emirat Arab melalui penggunaan kain wastra. Acara Ini diadakan di depan Paviliun Indonesia dan bertujuan untuk mempromosikan produk modest atau fashion Muslim yang berasal dari Indonesia. Hal Ini juga merayakan keberagaman wastra Indonesia dan budayanya melalui kolaborasi fashion yang luar biasa. Kegiatan ini membuka banyak peluang bisnis baru bagi para pembeli dari seluruh dunia yang tertarik pada produk murah hati Indonesia (Isef 2022). Dalam pergelaran Dubai Expo 2020, acara ini merupakan bagian dari program Bank Indonesia Special Week.

Indonesia Modest Fashion Day menampilkan berbagai karya desainer lokal dengan sentuhan ciri khas Indonesia seperti songket, batik, tenun, dan seni lainnya, dengan konsep "Artisanal Touch in Modest Wear." Diikuti dua desainer nasional, dua desainer internasional dari Dubai yang bekerja sama dengan wastra Nusantara, serta anggota Industri Kreatif Syariah Indonesia (IKRA) adalah yang berpartisipasi dalam acara tersebut. Fashion ini menampilkan pakaian pria dan wanita dari berbagai daerah di Indonesia yaitu Wearing Klamby, Itang Yunasz dan anggota IKRA: Tehtuna, Roemah Kebaya Vielgam Thiffa Qaisty, Ija Kroeng, Fatih Indonesia, Bermock, Tenun Gaya bg Wignyo, Lamops, Rorokenes Indonesia, Pala Nusantara, Batik Chic dan lima merek IKRA (Fimela.com n.d.).

Pergelaran acara ini merupakan ajang pertemuan industri modest dari dua negara yaitu Indonesia dan UEA. Franka Soeria, Foundet Dulce, salah satu desainer asal Uni Emirat Arab, mengatakan bahwa mode modest Indonesia menjadi yang terbaik, sehingga sangat mudah membedakan produk Indonesia dengan produk dari negara lain. Ini karena produk Indonesia penuh dengan pengaruh budaya, kata dia. Selain itu, ia menyatakan bahwa desainer Indonesia menjadi perhatian utama di Dubai Expo dan mendapat sambutan positif dari pecinta mode dari Uni Emirat Arab dan di seluruh dunia (Syarifah 2022) dan acara ini dapat dihadiri di Dubai Expo atau melalui Zoom. Indonesia Modest Fashion Day memiliki banyak penonton atau pengunjung karena memiliki ciri khas yang berbeda dibandingkan produk lain di dunia karena kentalnya pengaruh budaya yang kuat dari desainer Indonesia sebagaimana yang diungkapkan desainer Uni Emirat Arab sebelumnya.

Uni Emirat Arab Dengan reputasinya sebagai pemimpin dunia dalam fashion dan mode Islami, menjadi kesempatan yang tepat bagi Indonesia untuk memamerkan produk lokal Indonesia di Dubai Expo 2020 dan diharapkan dapat mempromosikan merek dan produk lokal Indonesia di kancah internasional sebagaimana tujuan Indonesia menjadi pusat Fashion Muslim dunia.

b). Spice Up the World

Kegiatan Spice Up theWorld bertujuan untuk mempromosikan kekayaan rempah-rempah Indonesia dan membuka peluang perdagangan di tingkat global. Di National Day Expo Dubai 2020 di Uni Emirat Arab, program ini resmi diluncurkan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendukung peluncuran Spice Up

the World Indonesia di Dubai karena kekayaan rempah-rempah Indonesia, yang telah menjadi komoditas unggul di Eropa selama berabad-abad. Kemenkraf, bersama dengan kementerian atau lembaga lain, telah menyiapkan empat konsep utama untuk pengembangan Spice Up the World Indonesia. Pertama, rempah-rempah, bahan bumbu dan olahan, restoran Indonesia, iklan kuliner, dan destinasi kuliner.

Peluncuran ini dilaksanakan di Paviliun Indonesia dan di Panggung Utama National Day Expo Dubai 2020 yang dihadiri oleh Presiden Joko Widodo dengan menayangkan video konten multimedia khusus Spice Up the World yang mengusung tema “Then, Now, and Tomorrow”. Menurut Nia Niscaya, Deputi Bidang Pemasaran Kemenparekraf, video tersebut menunjukkan kekayaan makanan dan rempah-rempah Indonesia dari masa lalu hingga sekarang, serta pencapaian yang ingin dicapai di masa depan (Kemenparekraf 2021). Dengan adanya peluncuran program ini di perhelatan Dubai Expo 2020, dapat mewujudkan harapan Indonesia dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam subsektor kuliner, dengan tujuan untuk meningkatkan perdagangan rempah-rempah dan bumbu-bumbu Indonesia, sebagaimana yang ditargetkan pertumbuhan ekspor menjadi 25 persen atau sekitar Rp 29 Triliun dengan jumlah dua kali lipat dari tahun 2020. Selain itu, target yang ingin dicapai yaitu mendirikan 4000 restoran Indonesia di seluruh negara (Widiastutie 2021) dan dengan dibukanya restoran-restoran Indonesia di luar negeri, ekspor dan pengolahan rempah-rempah akan meningkat sehingga perdagangan rempah-rempah Indonesia dapat menyebar ke seluruh dunia.

Dubai Expo merupakan event internasional yang menarik perhatian dunia. Oleh karena itu, peluncuran Indonesia Spice Up The World menjadi saat yang tepat bagi Indonesia untuk memamerkan kekayaan rempah-rempah Tanah Air. Selain mengenalkan rempah-rempah khas Indonesia, tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kualitas ekosistem seperti petani dan lingkungan, kata Deputi parlemen Barekraf Odo RM Manuhutu. Serta merupakan bagian dari tujuan pemerintah untuk menarik investasi industri kuliner khususnya dunia kuliner untuk mengembangkan perdagangan yang disebut dengan diplomasi gastronomi (Kompas.id n.d.)

3. *ATM Dubai 2022 (Arabian Travel Market)*

ATM Dubai 2022 merupakan pameran pariwisata terbesar di Timur Tengah yang membuka peluang bisnis bagi professional pariwisata inbound dan outbound. Para bisnis wisata bertemu di Dubai untuk mengenalkan destinasi dan produk wisata masing-masing. ATM Dubai memberikan dampak yang signifikan terhadap exhibitor, sehingga berdampak positif terhadap kepariwisataan negara. Pameran ini diadakan di Dubai World Trade Center pada 9-12 Mei 2022, dan dilakukan secara online pada 17-18 Mei di Bali. (tambah footnote) Selain itu, sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk mendorong pariwisata Indonesia di tingkat internasional, negara ini ikut berpartisipasi dalam acara ini sebagai bagian dari upaya strategis untuk mendorong wisatawan untuk mengunjungi Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Uni Emirat Arab menyatakan bahwa Uni Emirat Arab adalah negara yang paling banyak mengirimkan wisatawan ke Indonesia. Pada 2019, terdapat 263.923 turis dari Timur Tengah yang mengunjungi Indonesia, menghasilkan pemasukan devisa Rp. 5.9 Triliun (Kemenparekraf 2022). Kegiatan ATM Dubai 2022 termasuk pertemuan bisnis-ke-bisnis di mana perusahaan pariwisata Indonesia dapat bertemu dengan calon pembeli. Eksistensi industri pariwisata dalam persaingan industri pariwisata global bergantung pada pertemuan antara pelaku industri dan konsumen. Kemudian diadakan pertemuan langsung dengan pemasok, agen perjalanan online (OTA), dan maskapai penerbangan internasional dengan tujuan meningkatkan kerja sama terpadu, terutama untuk meningkatkan kapasitas kursi dan frekuensi penerbangan Indonesia. Terakhir, seminari tentang informasi tentang destinasi pariwisata Indonesia dan kebijakan terbaru untuk perjalanan ke Indonesia, yang dikombinasikan dengan penggunaan teknologi komunikasi digital untuk memudahkan pencarian informasi.

Partisipasi Indonesia dalam festival ATM Dubai 2022 diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai transaksi: acara live event Indonesia menarik 8 sektor pariwisata Indonesia dan menghasilkan potensi devisa sebesar Rp. 220.000 miliar, sedangkan acara ATM Dubai secara online difasilitasi Kemenparekraf untuk mendorong 30 sektor pariwisata Indonesia dengan potensi devisa sebesar Rp. 34,65 miliar (Economic Travelling, 2022). Wisatawan dari Bahrain, Uni Emirat Arab, Oman, Jordan, Arab Saudi, Rusia, Algeria, Brazil, Lebanon, Nigeria, Qatar, dan India datang ke Indonesia. Wisatawan sering pergi ke Jakarta, Bali, dan Jawa.

Kesimpulan

Kerjasama Indonesia dan Uni Emirate Arab di bidang ekonomi kreatif telah di mulai sejak ditanda tangangi Memorandum of Understanding (MoU) pada tahun 2021 oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dan Kementrian Kebudayaan dan Pemuda Uni Emirate Arab. Melalui Kerjasama ekonomi kreatif dengan Uni Emirat Arab, menguntungkan Indonesia karena dapat memulihkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Terdapat beberapa kerjasama di berbagai subsektor seperti fashion, kuliner, dan teknologi informasi yang telah berjalan setahun belakangan ini. Kerjasama ini dilakukan melalui *government to government*, kelompok organisasi atau *people to people*, dibawah naungan kementrian Pariwisata dan ekonomi kreatif yang menjadi mekanisme dari kerjasama ekonomi kreatif.

Kedua negara bekerja sama untuk memberikan wadah atau tempat untuk menampilkan industri kreatif masing-masing. Ini adalah contoh kerjasama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Misalnya, pertumbuhan industri kuliner dan fashion Indonesia akan dipengaruhi oleh partisipasi Indonesia dalam Dubai Expo 2020. Hal ini dapat dilihat dari mulai dikenalnya desain dan produk lokal di pasar internasional, tidak hanya di Uni Emirat Arab tetapi juga di kawasan Teluk, serta peluang ekspor nonmigas ke berbagai wilayah Teluk dan Timur Tengah. Kerjasama pengembangan ekonomi kreatif Indonesia-Uni Emirat Arab ini telah memengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan membuka peluang investasi di berbagai bidang. Meskipun pengaruh ini mungkin tidak sebesar yang diharapkan, itu telah memberikan dampak untuk pengembangan ekonomi kreatif Indonesia. Kajian dan penelitian tentang kerjasama internasional sebelumnya telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti. Namun, tulisan dan kajian terkait kerjasama Indonesia dan Timur tengah terkait ekonomi kreatif belum banyak ditemukan sehingga kajian ini bisa memberikan wacana baru yang lebih muthakhir dari pada yang dilakukan peneliti sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Afiantari, Rini, and Cindy Yosita Putri. 2017. "Kerjasama Indonesia Dan Korea Selatan Dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif Di Indonesia." *TRANSBORDERS: International Relations Journal* 1(1): 61–81. <https://www.journal.unpas.ac.id/index.php/transborders/article/view/754>.
- Akbar, Evandio. 2022. "Saingi Paris Fashion Week, BSI Dubai Diminta Gelar Indonesian Muslim Fashion Week." *Bisnis.com*. <https://kabar24.bisnis.com/read/20221105/15/1595207/saingi-paris-fashion-week-bsi-dubai-diminta-gelar-indonesian-muslim-fashion-week>.
- Aldy, Purnomo Rochmat. 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. 1st ed. Surakarta: Ziyad Visi Media. <https://www.studocu.com/id/document/universitas-islam-indonesia/ekonomi-islam/ekonomi-kreatif-thanks/40558558>.

- Ayu, Artanti Annisa. 2021. "Indonesia-UEA Bakal Kolaborasi Garap Proyek Jakarta Fashion Week." *Medcom.id*.
- Fimela.com. "Pertama Kalinya, Indonesia Modest Fashion Day Hadir Di Dubai Expo 2020 - Page 2 - Fashion Fimela.Com." <https://www.fimela.com/fashion/read/4913394/pertama-kalinya-indonesia-modest-fashion-day-hadir-di-dubai-expo-2020?page=2> (November 1, 2023).
- Isef. 2022. "Indonesia Modest Fashion Day: Ajang Promosi Produk Muslim Fesyen IKRA Indonesia Di Dubai." *Isef.co.id*. <https://isef.co.id/id/artikel/indonesia-modest-fashion-day-ajang-promosi-produk-muslim-fesyen-ikra-indonesia-di-dubai/>.
- Kememparekraf. 2021. "Siaran Pers : Kememparekraf Dukung Peluncuran "Indonesia Spice Up The World" Di National Day Expo Dubai 2020." *Kememparekraf.go.id*. [https://kememparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers:-Kememparekraf-Dukung-Peluncuran-"Indonesia-Spice-Up-The-World"-di-National-Day-Expo-Dubai-2020](https://kememparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers:-Kememparekraf-Dukung-Peluncuran-).
- . 2022. "Siaran Pers: Partisipasi Kememparekraf Pada 'ATM Dubai 2022' Untuk Bangkitkan Ekonomi Dan Buka Lapangan Kerja." *Kememparekraf.go.id*. <https://kememparekraf.go.id/berita/siaran-pers-partisipasi-kememparekraf-pada-atm-dubai-2022-untuk-bangkitkan-ekonomi-dan-buka-lapangan-kerja>.
- Kominfo. 2015. "Ekonomi Kreatif Adalah Pilar Perekonomian Masa Depan." *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker (April 4, 2023).
- . 2020. "Peresmian Jalan Presiden Joko Widodo Di Abu Dhabi, Bukti Kedekatan Indonesia-Uni Emirat Arab." *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30249/peresmian-jalan-presiden-joko-widodo-di-abu-dhabi-bukti-kedekatan-indonesia-uni-emirat-arab/0/berita> (April 4, 2023).
- Kompas.id. "Indonesia Promosi "Spice Up the World" Di Ajang Pameran Dubai - Kompas.Id." <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/11/03/indonesia-promosi-spice-up-the-world-di-ajang-pameran-dubai> (November 1, 2023).
- Kompas. 2019. "Berpartisipasi Dalam Expo Dubai 2020, Paviliun Indonesia Mulai Dibangun." *Kompas.com*. <https://internasional.kompas.com/read/2019/09/10/22110851/berpartisipasi-dalam-expo-dubai-2020-paviliun-indonesia-mulai-dibangun>.
- Kumar, Thekkepat Shiva. 2022. "UAE on Track to Be the Global Creative Economy Hub." *Gn Focus*. <https://gulfnews.com/uae/uae-on-track-to-be-the-global-creative-economy-hub-1.1669876562030> (April 4, 2023).
- Mas'ood, Mochtar. 1994a. *Ekonomi Politik Internasional Dan Pembangunan*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- . 1994b. *Ekonomi Politik Iternasional Dan Pembangunan*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Mofa. 2021. "Hubungan Bilateral." *mofa.gov.ae*. <https://www.mofa.gov.ae/>.
- Mustofa, Ahmad Zainal. 2021. "Analisis Kerjasama Indonesia Dan Uni Emirate Arab (Uea) Dalam Bidang Pertahanan (2019-2021)." *Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan* 13(2): 109–21.

- Purwanto, Adi Joko, and Isma Wati. 2019. "Hubungan Bilateral Pemerintah Republik Indonesia Dan Pemerintah Australia Dalam Bidang Ekonomi Kreatif." *Sosio Dialektika* 4(1).
- Reniaty. 2013. *Kreatifitas Organisasi Dan Inovasi Bisnis*. 2nd ed. Bandung: Alfa Beta.
- Republika. 2022. "Mendag: Saatnya Pakaian Muslim Indonesia 'Go Global.'" *Republika.co.id*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rh2dlo459/mendag-saatnya-pakaian-muslim-indonesia-go-global>.
- Robert, Gilpin. 2001. 66 Princeton University Press *Global Political Economy UNDERSTANDING THE INTERNATIONAL ECONOMIC ORDER*.
- Sagita. 2019. "Dampak Kerjasama Industri Kreatif Indonesia-Korea Selatan Dalam Upaya Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia." *JOM Fisip* 6(1): 1–18.
- Subandi. 2014. *Ekonomi Pembangunan*. 3rd ed. Bandung: Alfa Beta. <https://inlisite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=19568>.
- Syarifah. 2022. "Indonesia Modest Fashion Day Di Dubai Expo 2020: Tonjolkan Budaya Indonesia." *Chatnews.id*. <https://chatnews.id/read/indonesia-modest-fashion-day-di-dubai-expo-2020-tonjolkan-budaya-indonesia>.
- Verya Enda. 2017. "Dampak Kerjasama Bidang Pariwisata Indonesia Dan Australia Terhadap Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2020-2014." *JOM FISIP* 4(2): 1–15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577><http://>.
- Voi.id. "Melirik Potensi Ekonomi Kreatif Indonesia." <https://voi.id/bernas/217322/melirik-potensi-ekonomi-kreatif-indonesia> (November 8, 2023).
- Widiastutie, S. 2021. "Diplomasi Ekonomidalam Mendukung Penguatan Ekonomi Digital Indonesia Studi Kasus: Gastrodiplomasi Dalam Program Indonesia" *Jurnal Education and Development* 9(4): 677–80. <http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3302>.