**POLITIK HUKUM EKONOMI KREATIF DALAM RANGKA MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN ATAU ASEAN ECONOMIC COMMUNITY**

Kartika Cahyaningtyas¹, Nafi'uddin Fauzi Mahfudh²
ITB AAS Indonesia, Sukoharjo, Indonesia
adv.cahya@gmail.com, annafifauzi@gmail.com

Artikel

Naskah dikirim : 2 Oktober 2024
Naskah diterima : 2 Oktober 2024
Naskah diterbitkan : 31 Desember 2024

Abstract

This study examines and analyzes the legal politics of the creative economy in the culinary field in facing the ASEAN Economic Community. This needs to be studied because the ASEAN Economic Community is the result of an agreement between the heads of ASEAN countries to form a single market in the ASEAN economic region. The method used is normative research with a legislative and comparative approach. The results of the study are based on regulations regarding Presidential Instruction of the Republic of Indonesia Number 6 of 2009 concerning the Development of the Creative Economy to create competitive advantages. In this case, the author argues that local innovation lies in the packaging of traditional food production. This is because Indonesia, according to the author, has a competitive advantage in traditional cuisine that has certain characteristics in each region or area throughout Indonesia. The legal steps used in the culinary field in facing the ASEAN Economic Community are in the form of a Regulation Making Institution in this case made by the President of the Presidential Instruction of the Republic of Indonesia Number 6 of 2009 concerning the Development of the Creative Economy, a Regulation Implementation Institution in this case the Creative Economy Agency, and Role Holders in this case are the community.

Keywords:

ASEAN Economic Community, Presidential Instruction of the Republic of Indonesia Number 6 of 2009, Innovation

A. PENDAHULUAN

LATARBELAKANG

Pariwisata merupakan aspek yang terpenting dalam mendukung pertumbuhan khususnya dibidang perekonomian. Disamping itu juga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk mengurangi angka pengangguran. Pariwisata juga dapat sebagai

pengembang sosial dan kebudayaan citra bangsa untuk dipromosikan ke luar negeri. Pariwisata juga merupakan suatu aset pemerintah untuk mendapatkan pendapatan dalam negeri. Menurut penulis, pariwisata merupakan sektor yang dapat berkembang yang dapat diharapkan sebagai devisa negara Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia membutuhkan dana yang cukup besar untuk melaksanakan pembangunan nasional. Kebutuhan dana yang besar tersebut terjadi karena adanya upaya untuk mengejar ketertinggalan pembangunan dari negara-negara maju, baik di kawasan regional maupun kawasan global.¹

Sektor pariwisata diharapkan sebagai devisa untuk sebagai sumber pendapatan negara, sehingga pemerintah mengupayakan pengembangan serta perbaikan disektor pariwisata dalam waktu ke waktu. Tujuan yang ingin dicapai untuk melestarikan obyek wisata serta meningkatkan mutu pariwisata agar menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata yang disajikan. Pengembangan tersebut ditunjukkan terutama untuk memberikan kesejahteraan masyarakat dengan tidak lupa untuk mempertimbangkan aspek lingkungan alam, kelestarian budaya, peningkatan pendapat, dan pelayanan terhadap wisatawan. Selain itu pemerintah juga gencar melakukan promosi baik secara langsung ataupun tidak langsung.²

Perkembangan pariwisata semakin pesat dan melibatkan banyak masyarakat yang terlibat. Pada kondisi yang baik dalam perkembangan secara nasional masyarakat maupun kalangan industri dan pengusaha pariwisata, keduanya mau tidak mau harus bergandengan tangan. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri.³

Ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju mempunyai dampak sangat besar bagi dunia pariwisata dengan adanya persaingan yang sangat ketat. Hal tersebut dapat dilihat kesibukan dan kegiatan masing-masing masyarakat yang ada. Oleh sebab itu

¹ Lihat Sarwedi, *Investasi Asing Langsung di Indonesia dan Faktor yang Mempengaruhinya*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 4, No. 1 Mei 2002: 17-35, hlm 18

² Lihat Oentoeng Soeropati, *Hukum Investasi Asing*, Fakultas Hukum UKSW, Salatiga, 1999, hlm 36

³ *Ibid.* hlm 50

apabila ada waktu yang luang akan dipergunakan dengan maksimal. Sehingga untuk memulihkan kejernihan pikiran dan mendapatkan aspirasi setelah mengerjakan sesuatu. Salah satu kegiatan yang untuk mengisi waktu luang dan menjernihkan pikiran dengan salah satu cara wisata.

Di Indonesia terdapat beberapa wisata yang dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Obyek wisata tersebar di beberapa daerah yang ada di Indonesia dengan memiliki ciri khas atau karakteristik tertentu. Wisata yang penulis maksud adalah wisata kuliner yang ada di Indonesia. Wisata jenis ini memiliki potensi dan cukup menjanjikan sebagai daya tarik wisata. Jenis wisata ini tentunya sangat berbeda dengan jenis wisata pada umumnya, lupakan pemandangan-pemandangan yang indah dan beraneka pernik-pernik yang dapat dibeli sebagai oleh-oleh. Wisata yang satu ini mendewakan makanan sebagai pengganti pemandangan ataupun pernik-pernik. Wisata kuliner mempunyai peran yang penting dalam memberi ciri khas sebuah daerah tujuan wisata. Hal ini karena jenis makanan yang ada di sebuah daerah tujuan wisata dapat menambah daya tarik daerah tujuan wisata tersebut dengan ciri khasnya.

Penulis memahami di Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman suku dan budaya yang sangat melimpah. Keanekaragaman tersebut yang akhirnya mempengaruhi timbulnya keanekaragaman makanan yang ada di Indonesia. Selain menambah pengetahuan wisatawan tentang keanekaragaman makanan yang ada, Wisatawan juga dapat melihat proses pembuatan makanan. Proses pembuatan makanan cukup beragam, mulai yang tradisional hingga yang modern. Wisata kuliner menjadi jawaban atas kebutuhan dan animo masyarakat yang sangat tinggi tentang informasi makanan khas daerah masing-masing yang sesuai dengan cita rasa yang ingin didapatkan serta keberadaan tentang restoran dan tempat makan yang ada di sekitar daerah masing-masing.⁴ Beberapa daerah di Indonesia yang memiliki kuliner yang khas seperti gudeg dari Yogyakarta, rendang dari Padang, coto Makasar dari Makasar, dan masih banyak lain.

ASEAN Economic Community atau Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah hasil kesepakatan antara kepala negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu pasar tunggal

⁴ Lihat Fajri Kurniawan, *Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta*, Tugas Akhir Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa UNS, Surakarta, 2010, hlm 4

di kawasan ekonomi ASEAN agar negara-negara ASEAN mampu bersaing menghadapi negara-negara lain seperti Cina atau negara lainnya dalam hal perdagangan.⁵ Konsep Masyarakat Ekonomi ASEAN sejalan dengan dinamika hubungan antar-bangsa di ASEAN yang menyadari pentingnya integrasi negara-negara di Asia Tenggara.⁶ Penulis berpendapat tujuan dibentuknya ASEAN Economic Community sendiri adalah untuk mempermudah memperjualbelikan barang atau jasa di seluruh Asia Tenggara sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar negara.

Sebagai warga negara Indonesia, dimana Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi anggota dari Komunitas Ekonomi ASEAN 2015 kita sepatutnya memiliki pemahaman mengenai segala hal yang menjadi cakupan dan tujuan dari diadakannya Komunitas Ekonomi ASEAN 2015 sehingga kita mempunyai pandangan dan penilaian terhadap Komunitas Ekonomi ASEAN 2015 serta mengetahui hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk menyambut era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. MEA 2015 bukan hanya sekedar tempat bertemunya semua negara ASEAN tapi bisa dilihat sebagai ajang pertandingan ekonomi. Mengenai kesiapan Indonesia dalam menghadapi MEA 2015 mungkin banyak penilaian bahwa Indonesia belum siap. Tapi terlepas dari kesiapan Indonesia yang mempunyai potensi dan juga modal yang kuat karena memiliki wilayah geografis yang luas serta ditunjang dengan sumber daya alam yang melimpah, yang apabila dapat dikelola dengan baik bukan hal yang tidak mungkin Indonesia menjadi pemenang di era perdagangan bebas nanti

Penulis berpendapat dari aspek investasi, Indonesia dinilai akan menjadi negara yang lebih banyak diuntungkan karena diharapkan investasi asing mampu tumbuh pesat di Indonesia. Daya tarik yang penulis paparkan untuk menarik investasi asing dalam hal ini lebih menitikberatkan didalam wisata kuliner. Hal itu akan menjadi daya tarik tersendiri karena disetiap wilayah yang ada di Indonesia memiliki kuliner yang khas disuatu wilayah tersebut.

⁵Lihat Ervina, *Makalah Peran Pemerintah Menghadapi MEA*, <http://tryervina.blogspot.co.id/2015/07/tryervina.makalah.html>. [diakses tanggal 2 Februari 2016, pukul 15.00 WIB]

⁶Lihat Atep Abdu Rofiq, *Menakar Pengaruh Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 Terhadap Pembangunan Indonesia*, Jurnal Filsafat dan Budaya Hukum hlm 250-258, hlm 252

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mencermati mengenai problematika yang ada mengenai politik ekonomi kreatif dibidang kuliner. Penulis akan memaparkan lebih lanjut langkah hukum yang dipilih oleh masyarakat Indonesia dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Beranjak dari latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka dalam hal ini penulis merumuskan beberapa permasalahan yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana politik hukum ekonomi kreatif dibidang kuliner dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN?
2. Apa langkah hukum yang dipergunakan dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN?

B. METODOLOGI

Penulis mengkaji pada rumusan yang telah penulis rumuskan dengan penelitian hukum normatif. Penelitian ini mencakup penelitian inventarisasi hukum positif, asas-asas hukum, sistematika peraturan perundang-undangan, sinkronisasi, harmonisasi suatu perundang-undangan, sejarah hukum dan perbandingan hukum⁷. Bentuk penelitian ini adalah penelitian preskriptif yang memiliki tujuan untuk mendapatkan saran-saran yang dapat dipergunakan apabila terdapat kasus yang sama dapat dicarikan proses penyelesaiannya yang sesuai dengan tujuan hukum berupa keadilan, kepastian, dan kemanfaatan penerapan politik hukum ekonomi kreatif dibidang kuliner dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Penulis menentukan sifat pada tulisannya yang bersifat *deskriptif*, karena memberikan data yang seteliti mungkin mengenai manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Keadaan atau gejala yang dimaksudkan adalah *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Pendekatan yang penulis pilih adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan komparatif (*comparative approach*).

⁷Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013, hlm 35

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Politik hukum ekonomi kreatif dibidang kuliner dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN

Dalam buku *Creative Economy, How People Make Money from Ideas* yang ditulis oleh John Howkins :Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan, hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak.⁸ Penulis beranggapan bahwa adanya kreativitas yang mengandalkan ide menjadi sumber daya manusia sebagai faktor utama dalam kegiatan ini merupakan sebuah konsep utama di era ekonomi baru ini. Alvin Toffler (1980) melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam empat gelombang, yaitu⁹:

1. Gelombang ekonomi pertanian;
2. Gelombang ekonomi industri;
3. Gelombang ekonomi informasi; dan
4. Gelombang ekonomi kreatif.

Berdasarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, bahwa memaparkan adanya dukungan dalam ekonomi kreatif. Hal tersebut menurut penulis memberikan sentuhan terbaru dalam kegiatan ekonomi yang ada di Indonesia dengan lebih mengandalkan kreativitas, ketrampilan, sekaligus bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta yang bernilai ekonomis.

Daya tarik wisata kuliner yang ada di Indonesia menawarkan rasa makanannya yang enak khas, cara penyajiannya yang masih tradisional dan bumbunya yang masih menggunakan hasil alam atau rempah-rempah yang ada. Penulis menghubungkan Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan kuliner dalam masyarakat khususnya Indonesia memberikan ide, kreativitas, dan ketrampilan untuk menghadapi kegiatan Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*).

⁸ Lihat Oda. *Ekonomi Kreatif, Revitalisasi Pengolahan Makanan Tradisional*. Seminar Nasional Inovasi dan Tren (2013). Proceeding SNIT :2013.hm 3

⁹ *Ibid.*

Salah satu cara yang dimaksudkan penulis dalam mengembangkan makanan bukan berarti mengubah resep makanan yang sudah ada, tetapi pengembangan yang dimaksud dapat berupa cara pengemasan. Hal itu penulis baca didalam suatu surat kabar bahwa sekarang Negara Indonesia telah melakukan inovasi terbaru yang berhubungan dengan makanan tradisional. Paparan yang dimaksud oleh penulis tersebut seperti di Solo ada lima inovasi teknologi yang dihasilkan oleh peneliti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) di tahun 2015 siap ditawarkan ke investor lima teknologi terbaru tersebut yang berupa: converter kit, catano, pengalengan makanan tradisional, sorgum untuk pakan ternak, dan pupuk cair.¹⁰ Penulis berpendapat bahwa adanya inovasi baru yang telah ditawarkan juga berhubungan dengan keikutsertaan Indonsia dalam *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Penulis sudah memaparkan dengan jelas bahwa di Indonesia memiliki beragam makanan khas yang dapat menarik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri untuk berkunjung serta dapat menambah devisa negara. Penulis berpendapat alasan mengenai pengalengan makanan tradisional disebabkan karena biasanya wisatawan dalam negeri maupun luar negeri yang berkunjung berwisata di Indonesia hanya mencoba makanan tradisional atau berwisata kuliner langsung dimakan ditempat. Maka inovasi mengenai pengalengan makanan tradisional harus didukung. Hal itu disebabkan karena jika wisatawan dalam negeri atau luar negeri membeli makanan tradisional yang berbentuk pengalengan yang dibuat untuk oleh-oleh atau cinderamata, maka secara tidak langsung wisatawan dalam negeri maupun luar negeri mengundang wisatawan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri untuk berkunjung ke Indonesia. Pengalengan makanan tradisional yang udah diterapkan, seperti pedagang gudheg atau tengkleng yang ada di Solo bisa memakai teknologi ini dengan kapasitas prduksi 500-1.000 kaleng per hari atau juga pengusaha makanan rendang.¹¹ Dengan pengalengan makanan tidak akan basi,

¹⁰ Lihat Miftahul Abrori, *Ini Dia 5 Teknologi Baru Yang Ditawarkan LIPI ke Investor di Jawa Tengah*, Koran Jitu edisi Januari 2016, hlm 34

¹¹ *Ibid.*

karena bisa bertahan tiga hingga enam bulan dan bisa dibuat oleh-oleh untuk kerabat di luar kota.¹²

Penulis berpendapat inovasi yang ditawarkan berupa pengalengan makanan tradisional tersebut berasal dari akal manusia yang selalu ingin berinovasi dalam perkembangan zaman yang semakin modern ini. Hal itu juga didorong karena Indonesia juga ikut dalam *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Adanya Pasar Bebas ASEAN 2015 yang menuntut efisiensi dan keunggulan produk yang lebih kompetitif dan inovatif. Penulis berpendapat bahwa pengalengan makanan tradisional dapat bersaing di Pasar Bebas¹³ ASEAN 2015, karena Indonesia memiliki keunggulan dari wisata kuliner yang dapat diandalkan serta dapat diperhitungkan.

Menurut Prof. Dr. Adi Sulistiyono, S.H., M.H. berpendapat bahwa era sekarang yang harus diterapkan adalah kreativitas akal manusia yang harus dieksplorasi bukan lagi sumber daya alam yang harus dieksplorasi, paparan tersebut menghasilkan suatu teori yang disebut Teori Ekonomi Kreatif.¹⁴ Penulis berpendapat adanya inovasi mengenai pengalengan makanan tradisional termasuk dari penerapan Teori Ekonomi Kreatif, karena adanya kreativitas akal manusia yang dulunya tidak ada pengalengan makanan tradisional serta penerapan teori tersebut dapat diterapkan dalam aspek Hak Kekayaan Intelektual¹⁵ sebagai contoh dalam aspek merek¹⁶ yang ada dalam pengalengan makanan tradisional sehingga menjadi ciri khas tertentu dari Indonesia untuk bersaing di Pasar Bebas ASEAN 2015. Penerapan Teori Ekonomi Kreatif juga dapat diterapkan dalam desain industri¹⁷ pada

¹² *Ibid.*

¹³ Pasar bebas mempunyai makna adanya suatu perdagangan yang melintas antarnegara, baik yang berkenaan dengan impor maupun ekspor, yang tidak dibatasi-batasi atau diintervensi dengan pengenaan tarif, kuota, subsidi, dan batasan lainnya yang dapat menghambat arus barang perdagangan. Lihat Hendrik Budi Untung, *Hukum Investasi*, Sinar Grafika, Yogyakarta, 2010, hlm 16

¹⁴ Adi Sulistiyono. Ppt disampaikan dalam perkuliahaan *Hukum Dagang Internasional* pada tanggal 8 Januari 2016 Pasca Sarjana UNS.Surakarta

¹⁵ Hak Kekayaan Intelektual itu adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja rasio. Lihat H.OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm 10

¹⁶ Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Lihat Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 91

¹⁷ Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis

cara pengalengannya sehingga mempunyai bentuk penggalangan yang mempunyai ciri khusus dan rahasia dagang¹⁸ yang ada dalam resep makanan tradisional tersebut.

Menumbuhkan ekonomi kreatif diperlukan beberapa faktor untuk memberikan penghargaan terhadap insan kreatif serta menciptakan iklim usaha yang kondusif, yaitu¹⁹:

1. Pendidikan

Kreativitas SDM perlu dibentuk sejak dini, baik melalui jalur pendidikan in formal, non formal dan formal, dimulai dari pendidikan di dalam lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan sekolah sampai perguruan tinggi, upaya ini untuk menumbuhkan dan mengembangkan talenta dan potensi insan kreatif bangsa Indonesia, hal ini akan menentukan perkembangan ekonomi kreatif dimasa yang akan datang. Talenta berupa gagasan atau ide yang tinggi akan membangun jiwa kreatif, toleransi dan wirausahawan sehingga akan bermunculan *interpreneurship* muda.

Toleransi berkaitan dengan iklim keterbukaan, apabila seseorang memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap gagasan-gagasan yang cerdas dan kontroversial, serta mendukung orang-orang yang berani berbeda, maka iklim penciptaan kreativitas dan inovasi akan semakin kondusif sehingga pekerja kreatif dapat bebas mengekspresikan gagasannya. Sedangkan teknologi sudah menjadi keharusan dan berperan dalam mempercepat, meningkatkan kualitas dan mempermudah kegiatan bisnis, teknologi menunjang produktivitas, dengan demikian kemudahan mengakses dan transfer teknologi adalah faktor penting dalam pembangunan ekonomi kreatif.

2. Memberikan penghargaan terhadap insan kreatif

Hasil pendidikan untuk mendorong tumbuhnya insan yang kreatif harus dibarengi dengan pemberian penghargaan dan pengakuan hak cipta terhadap mereka

dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang atau komoditas industri, dan kerajinan tangan. Lihat.*Ibid.*hlm 140

¹⁸ Rahasia dagang dirumuskan sebagai informasi di bidang teknologi atau bisnis yang tidak diketahui oleh umum, mempunyai nilai ekonomis karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang. Lihat.*Ibid.*hlm 123

¹⁹ Lihat Oda.*Op Cit.*hlm 4

insan-insan kreatif. Penghargaan insan kreatif ini dapat berupa kemudahan dalam perijinan usaha, maupun dalam pemberian modal usaha.

3. Iklim usaha yang kreatif

Iklim usaha ekonomi kreatif harus didorong terutama oleh pemerintah melalui regulasi usaha berupa peraturan perundang-undangan yang dapat mendorong iklim usaha ekonomi kreatif ini mendapat perlindungan hukum, sehingga usaha mereka dapat terlindungi dari berbagai hambatan

Mantan Ketua Perancang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Soedarto mengemukakan bahwa politik hukum adalah kebijakan negara melalui badan-badan negara yang berwenang untuk menetapkan peraturan-peraturan yang dikehendaki yang diperkirakan akan dipergunakan untuk mengekspresikan apa yang terkandung dalam masyarakat dan untuk mencapai apa yang dicita-citakan.²⁰ Pada tahun 1986, Soedarto mengemukakan kembali bahwa politik hukum merupakan upaya untuk mewujudkan peraturan-peraturan yang baik sesuai dengan keadaan dan situasi pada suatu waktu.²¹ Politik hukum itu ada 2 macam yaitu²²:

1. Bersifat permanen atau jangka panjang merupakan beberapa prinsip dimuat di dalam UUD sekaligus berlaku sebagai politik hukum yang berupa ekonomi kerakyatan, keseimbangan antara kepastian hukum, penggantian hukum-hukum peninggalan kolonial dengan hukum nasional, dan sebagainya;
2. Bersifat periodik merupakan politik hukum yang dibuat sesuai dengan perkembangan situasi yang dihadapi pada setiap periode tertentu baik yang akan memberlakukan maupun yang akan mencabut, misalnya pada periode 1983-1988 ada politik hukum tertentu untuk membentuk Peradilan Tata Usaha Negara, pada periode 2004-2009 ada lebih dari 250 rencana pembautan UU yang dicantumkan di dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas).

Kebijakan yang penulis maksud dalam hal Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif termasuk dalam politik

²⁰ Lihat Moh.Mafmud MD, *Politik Hukum di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm 2

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.* hlm 4

hukum yang bersifat periodik. Pengembangan Ekonomi Kreatif yang bertugas melakukan koordinasi penyusunan dan pelaksanaan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009-2015. Hal tersebut disebabkan karena kegiatan Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*) dimulai pada tahun 2015. Pada kebijakan dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif memaparkan bahwa adanya peningkatan inovasi bermuatan lokal, untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Pada kasus tersebut, penulis berpendapat bahwa inovasi bermuatan lokal terletak dalam kemasan produksi makanan tradisional. Hal itu disebabkan bahwa Indonesia menurut penulis memiliki keunggulan yang kompetitif dalam masakan tradisional yang mempunyai ciri khas tertentu di setiap wilayah atau daerah yang ada di seluruh Indonesia.

Kemudian dalam point selanjutnya yang tertera dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif memaparkan bahwa penguatan iklim usaha yang kondusif bagi investasi teknologi pendukung ekonomi kreatif. Pada kasus ini, penulis berpendapat bahwa teknologi yang dimaksudkan dalam kemasan makanan tradisional yang berbentuk penggalangan dari makanan tradisional. Para wilayah yang ada di Indonesia, menurut penulis mempunyai ciri khas dari makanan tradisional tertentu, seperti makanan rendang dari Padang, makanan pempek dari Palembang, makanan gudeg dari Yogyakarta, dan sebagainya. Permasalahan yang penulis kutip dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) terkendala dalam masalah pembiayaan atau dana untuk inovasi tersebut. Sehingga penulis beranggapan bahwa harus adanya cara atau strategi dalam menghadirkan investor untuk berinvestasi. Salah satu caranya yang ada dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan adanya iklim usaha yang kondusif, sehingga para investor tidak khawatir. Investor yang dimaksud oleh penulis dapat berupa investor dalam negeri maupun luar negeri.

Langkah hukum yang digunakan dibidang kuliner dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*)

Teori yang penulis gunakan untuk menganalisis langkah hukum yang dipakai menurut Seidman. Pada teori tersebut Seidman memaparkan membagi dalam 3 aspek, yaitu²³:

1. Lembaga Pembuat Peraturan;
2. Lembaga Penerapan Peraturan;
3. Pemegang Peran.

Penulis berpendapat mengenai Indonesia berperan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*) harus ada aturan yang mendetail. Penulis akui sudah ada Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, tapi menurut penulis aturan tersebut masih dianggap sebagai kebijakan semata yang tidak dilaksanakan dengan sebagaimana mestinya. Menurut penulis lembaga pembuat peraturan yang dalam hal ini Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang dibantu dengan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) seharusnya membuat aturan yang berhubungan dengan peran aktif Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*). Hal tersebut diperlukan karena agar masyarakat Indonesia yang secara langsung atau tidak langsung dalam kegiatan Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*) mempunyai peraturan yang tidak memberikan aspek rugi.

Hal lain yang berhubungan dengan regulasi yang tidak kalah penting adalah regulasi yang berkenaan dengan inovasi baru didalam kuliner yang berupa pengalengan kemasan makanan tradisional, khususnya Indonesia. Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang dibantu dengan Dewan Perwakilan Daerah (DPD) seharusnya menyusun regulasi yang bisa menyakinkan investor untuk berinvestasi di Indonesia, tetapi harus dicermati pula bahwa masyarakat Indonesia juga tidak boleh dirugikan oleh adanya regulasi tersebut.

Penulis mencermati peraturan yang berhubungan dengan adanya inovasi tentang pengalengan makanan tradisional seperti Undang-Undang Merek, Undang-Undang Desain Industri, Undang-Undang Rahasia Dagang, dan Undang-Undang Invesatsi. Semua peraturan tersebut harus dapat dicermati supaya tidak merugikan Indonesia dan tidak

²³Lihat Adi Sulistyono.Ppt disampaikan dalam perkuliahaan *Teori Hukum* pada tanggal 8 Januari 2016 PascaSarjana UNS.Surakarta

mengecewakan terhadap investor atas adanya suatu peraturan yang ada. Penulis beranggapan, masih banyak investor yang belum mantap untuk berinventasi di Indonesia dikarenakan regulasi yang ada di Indonesia multitafsir. Tahap selanjutnya setelah terbitnya suatu regulasi yang dimaksud, maka akan dilaksanakan tahap sosialisasi. Langkah tersebut dipilih agar regulasi yang sudah ada, tidak dianggap sebagai pajangan saja. Namun juga harus diterapkan sesuai dengan sebagaimana mestinya.

Lembaga penerapan peraturan dalam hal ini meliputi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang mempunyai peran dalam penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkreaitivitas dan berinovasi, pengembangan sentra industri kreatif, pelatihan teknologi dan desain, konsultasi, bimbingan, advokasi, dan fasilitas perlindungan HKI khususnya industri kecil, dan fasilitasi promosi dan pemasaran produk industri kreatif di dalam dan luar negeri.²⁴ Pada kegiatan ekonomi kreatif ini sudah ada khusus yang disebut Badan Ekonomi Kreatif. Hal tersebut didasarkan berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Di dalam aturan tersebut terdapat tugas dari Badan Ekonomi Kreatif yang untuk mengoordinasi dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif yang tercantum dalam Pasal 2 berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, yaitu²⁵:

“Badan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif di bidang aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.”

Pada Pasal 3 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif memparkan secara khusus bahwa mengoordinasi dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif ada di bidang kuliner. Penulis berpendapat bahwa sudah ada badan atau lembaga

²⁴ *Ibid.* hlm 15

²⁵ Lihat Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif

khusus yang menjalankan kegiatan ekonomi kreatif. Lembaga atau badan tersebut penulis maksudkan dapat menjalankan tugas dengan sebagaimana mestinya.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) didirikan salah satunya bertujuan untuk turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat yang bergerak di sektor ekonomi kreatif.²⁶ Penulis sepakat dengan adanya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), hal itu dikarenakan untuk dapat membantu berkembangnya UKM yang ada di daerah. Penulis ketahui bahwa Indonesia memiliki wilayah yang cukup luas, sehingga peran Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sangat diperlukan. Koordinasi dan pengawasan atas pengelolaannya berada pada Menteri Negara BUMN.²⁷

Pemegang peran yang dimaksudkan oleh penulis adalah masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi kreatif. Penulis ingin memaparkan mengenai diperlunya adanya etika berbisnis dari masyarakat yang dalam ini berhubungan dengan investor untuk berinvestasi di Indonesia. Dalam sistem Hukum Ekonomi Kerakyatan atau kekeluargaan yang lebih memberi penekanan pada *rule of moral* daripada *rule of law*, etika bisnis tampaknya perlu mendapat perhatian yang besar dan diusahakan ikut mewarnai kegiatan ekonomi. Konsep Hukum Ekonomi Kerakyatan atau kekeluargaan, penulis berpendapat dapat dianggap sebagai kegiatan manusiawi yang dapat dinilai dari sudut pandang moral. Tujuan jangka panjang konsep ini diharapkan di dalam kehidupan masyarakat tertanam suatu pandangan atau menggugah kesadaran pelaku-pelaku ekonomi agar tercipta suatu mitos bahwa pelaku ekonomi yang tidak mengindahkan moral justru akan berada dalam posisi yang tidak menguntungkan di lingkungan masyarakat.²⁸

Suyud Margono dan Amir Angkasa berpendapat bahwa untuk meningkatkan budaya kreatif yang penuh inovasi, setidaknya harus terdapat motif atau insentif utama yang menghasilkan ciptaan atau penemuan, antara lain²⁹:

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Lihat Ana Rokhmatussa'dyah dan Suratman, *Hukum Investasi & Pasar Modal*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 62

²⁸ Lihat Adi Sulistiyono dan Muhammad Rustamaji, *Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Masmedia Buana Pustaka, Sidoarjo-Jawa Timur, 2009, hlm 113

²⁹ *Ibid.*

1. Kesenangan melakukan kegiatan penemuan (*love to invent*);
2. Hasrat untuk melakukan pembaruan (*financial gain*);
3. Dorongan kebutuhan (*necessity*);
4. Hasrat untuk berprestasi (*desire to achieve*);
5. Bagian dari pekerjaan (*part of works*);
6. Prestise (*prestiges*).

Keenam hal ini di Indonesia banyak dialami oleh para penemu (inventor) atau para ilmuwan bahwa minimnya penghargaan (*reward*) menjadikan permasalahan tersendiri bagai mereka untuk berusaha.³⁰ Selain itu dikarenakan minimnya dana pengembangan, sarana prasarana, dan ditunjang dari iklim untuk penelitian yang tidak kondusif.³¹ Seperti hal yang sudah penulis paparkan diatas, maka penelitian yang berhubungan dengan penggalangan makanan tradisional oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) membutuhkan dukungan termasuk investor untuk dapat berinvestasi di Indonesia. Budaya masyarakat khususnya di Indonesia untuk menemukan suatu inovasi terbaru selalu dilakukan, agar tidak kalah dengan negara lain. Apalagi penulis memahami bahwa Indonesia juga termasuk dalam *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN.

D. PENUTUP

Simpulan

Politik adalah produk hukum. Pada pemaparan penulis diatas produk hukum yang dimkasudkan adalah hal Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Pada aturan tersebut memaparkan adanya peningkatan inovasi bermuatan lokal, untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Pada kasus tersebut, penulis berpendapat bahwa inovasi bermuatan lokal terletak dalam kemasan produksi makanan tradisional. Hal itu disebabkan bahwa Indonesia menurut penulis memiliki keunggulan yang kompetitif dalam masakan tradisional yang mempunyai ciri khas tertetu di setiap wilayah atau daerah yang ada di seluruh Indonesia.

³⁰ *Ibid.* hlm 16

³¹ *Ibid.*

Langkah hukum yang digunakan dibidang kuliner dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia (*ASEAN Economic Community*), penulis berpedoman dalam teori Penegakan Hukum dari Seidman yang terdiri dari Lembaga Pembuat Peraturan dalam hal ini dibuat oleh Presiden Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif , Lembaga Penerapan Peraturan yang dalam hal ini Badan Ekonomi Kreatif, dan Pemegang Peran dalam hal ini adalah masyarakat.

Saran

Produk hukum yang dalam hal ini berupa Presiden Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dapat dijadikan pedoman. Hal yang lain di dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan adanya iklim usaha yang kondusif, sehingga para investor tidak khawatir.

Sistem hukum yang penulis pilih untuk menganalisa permasalahan yang ada agar Indonesia dapat diterapkan secara maksimal khususnya dalam *ASEAN Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN. Hal itu disebabkan karena menurut penulis Indonesia dapat bersaing, apalagi dengan paparan yang telah penulis paparkan dengan adanya inovasi yang dapat diandalkan untuk bersaing yang berupa penggalangan makanan tradisional.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adi Sulistiyono dan Muhammad Rustamaji,2009,*Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Masmedia Buana Pustaka: Sidoarjo-Jawa Timur
- Adi Sulistyono,2016,Ppt disampaikan dalam perkuliahaan *Hukum Dagang Internasional* pada tanggal 8 Januari 2016 Pasca Sarjana UNS,Surakarta
- _____,2016,Ppt disampaikan dalam perkuliahaan *Teori Hukum* pada tanggal 8 Januari 2016 PascaSarjana UNS,Surakarta
- Adrian Sutedi,2009,*Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika: Jakarta
- Ana Rokhmatussa'dyah dan Suratman,2011,*Hukum Investasi & Pasar Modal*, Sinar Grafika: Jakarta
- Atep Abdu Rofiq,*Menakar Pengaruh Masyarkat Ekonomi ASEAN 2015 Terhadap Pembangunan Indonesia*, Jurnal Filsafat dan Budaya Hukum hlm 250-258

- Ervina, *Makalah Peran Pemerintah Menghadapi MEA*,
<http://tryervina.blogspot.co.id/2015/07/tryervina.makalah.html>. [diakses tanggal 2 Februari 2016, pukul 15.00 WIB]
- H.OK Saidin, 2015, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Hendrik Budi Untung, 2000, *Hukum Investasi*, Sinar Grafika: Yogyakarta
- Fajri Kurniawan, 2000, *Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta*, Tugas Akhir Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa UNS: Surakarta
- Miftahul Abrori, 2016, *Ini Dia 5 Teknologi Baru Yang Ditawarkan LIPI ke Investor di Jawa Tengah*, Koran Jitu edisi Januari 2016
- Moh. Mafmud MD, 2012, *Politik Hukum di Indonesia*, Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Oda, 2013, *Ekonomi Kreatif, Revitalisasi Pengolahan Makanan Tradisional*, Seminar Nasional Inovasi dan Tren (2013), Proceeding SNIT : 2013
- Oentoeng Soeropati, 1999, *Hukum Investasi Asing*, Fakultas Hukum UKSW: Salatiga
- Sarwedi, 2002, *Investasi Asing Langsung di Indonesia dan Faktor yang Mempengaruhinya*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 4, No. 1 Mei 2002: 17-35