UPAYA DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KONTRIBUSI EKSPOR PRODUK UMKM PADA MASA PEMERINTAHAN JOKO WIDODO 2015-2022

SKRIPSI

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Oleh:

JHEFRY RAHMANSYAH

20323173

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

UPAYA DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KONTRIBUSI EKSPOR PRODUK UMKM PADA MASA PEMERINTAHAN JOKO WIDODO 2015-2022

SKRIPSI

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

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Oleh:

JHEFRY RAHMANSYAH

20323173

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

UPAYA DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK UMKM INDONESIA PADA MASA PEMERINTAHAN JOKO WIDODO 2015-2022

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

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

Pada Tanggal

14 Januari 2025

Mengesahkan

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

Ketua Program Studi

Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A.	
2. Enggar Furi Herdianto, S.I.P., M.A.	
3. Rizki Dian Nursita, S.IP., M.H.I.	

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

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

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

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

03 Januari 2025



Jhefry Rahmansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL… ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN… ..... **iii**
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK… ..... **iv**
DAFTAR ISI… ..... **v**
DAFTAR DIAGRAM… ..... **vi**
DAFTAR SINGKATAN… ..... **vii**
DAFTAR TABEL… ..... **viii**
ABSTRAK… ..... **ix**
BAB 1 PENDAHULUAN… **1**
1.1 Latar Belakang… 1
1.2 Rumusan Masalah… 5
1.3 Tujuan Penelitian… 5
1.4 Cakupan penelitian… 6
1.5 Tinjauan Pustaka… 7
1.6 Kerangka Pemikiran… 9
1.7 Argumen Sementara… 12
1.8 Metode Penelitian… 13
1.8.1 Jenis Penelitian… 13
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian… 13
1.8.3 Metode Pengumpulan Data… 13
1.8.4 Proses Penelitian… 14
1.9 Sistematika Pembahasan… 14
BAB 2 EKSPOR PRODUK UMKM INDONESIA PADA MASA PEMERINTAHAN JOKO WIDODO 2015-2022 ..... **16**
2.1 Relasi UMKM dan Ekonomi Makro dalam Peningkatan Ekonomi Indonesia … 16
2.2 Relasi UMKM dan Ekonomi Mikro dalam Peningkatan Ekonomi Indonesia..... 20
2.3 Dinamika Kontribusi UMKM Indonesia 2015-2022 terhadap Negara Tujuan Ekspor Utama..... 30
BAB 3 APLIKASI TEORI NEW ECONOMIC DIPLOMACY..... **32**
1.1 Relative Economic Power..... 32
1.2 International Regimes..... 44
1.3 Interest 52
1.4 Institution and Domestic Decision Making… 58
1.5 Ideational Factors… 65
BAB 4 PENUTUP..... **73**
4.1. Kesimpulan 73
4.2 Rekomendasi..... **77**
DAFTAR PUSTAKA **78**

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Nilai Ekspor Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor Terbesar 2015-2018 (Miliar Dolar) 27
Diagram 2. Nilai Ekspor Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor Terbesar 2019-2022 (Miliar Dolar) 28

DAFTAR SINGKATAN

UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
KUR	: Kredit Usaha Rakyat
KURBE	: Kredit Usaha Rakyat Berorientasi Ekspor
BPS	: Badan Pusat Statistik
AS	: Amerika Serikat
PDB	: Produk Domestik Bruto
RI	: Republik Indonesia
ADHB	: Atas Dasar Harga Berlaku
LPEI	: Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia
UNESCO	: The United Nations Educational, Scientific and Cultural
ACFTA	: ASEAN China Free Trade Agreement
GACC	: Minister of General Administration of Custom China
GSP	: Generalized System of Preferences
USTR	: United States Trade Representative
FDA	: Food and Drink Administration
IJEPA	: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement
WTO	: World Trade Organization
ASEAN	: Association of Southeast Asian Nations
TFA	: Trade Facilitation Agreement
SDM	: Sumber Daya Manusia
PEN	: Pemulihan Ekonomi Nasional

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peta Peran dan Kolaborasi Antar Lembaga dan Instansi 55

Tabel 2. Aplikasi Variabel pada Teori *New Economic Diplomacy* 61

ABSTRAK

Kontribusi besar UMKM terhadap ekonomi Indonesia mengalami dinamika dalam sektor ekspor sehingga dibutuhkan upaya dari pemerintah Indonesia untuk meningkatkan stabilitas di tengah fluktuasi ekspor UMKM Indonesia, salah satunya melalui diplomasi ekonomi guna mendorong ekspor UMKM ke negara-negara tujuan ekspor terbesar Indonesia. Dalam menganalisis upaya yang pemerintah Indonesia dalam peningkatan ekspor UMKM, digunakan kerangka pemikiran *New Economic Diplomacy* oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock yang menjelaskan melalui lima variabel yang mana ditemukan: (1) variabel *relative economic power*, Indonesia memanfaatkan kerja sama dengan negara-negara mitra ekspor terbesar untuk meningkatkan kontribusi ekspor Indonesia; (2) variabel *international regimes*, Indonesia memanfaatkan kerangka kerja sama di rezim internasional untuk memperluas jangkauan ekspor dan kesempatan negosiasi di dalam forum-forum yang ada; (3) variabel *interest*, Indonesia dengan kepentingannya untuk menjadi negara maju di tahun 2045 melakukan upaya-upaya diplomasi dengan mengedepankan prioritas ekspor UMKM; (4) variabel *institution and domestic decision-making*, pemerintah Indonesia bersama dengan institusi dan lembaga di dalamnya memanfaatkan kesempatan untuk melakukan tindakan perumusan dan pengambilan kebijakan domestik, khususnya bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan ekspornya; (5) variabel *ideational factors*, Indonesia menerapkan pemaksimalan potensi UMKM melalui keunggulan dan keunikan produk Indonesia agar menjadi ciri khas yang akan dikenal oleh negara lain.

Kata-kata kunci: UMKM, Ekspor, *New Economic Diplomacy*, Diplomasi, Negosiasi, Ekonomi

ABSTRACT

The significant contribution of MSMEs to Indonesia's economy has faced dynamics in the export sector, Indonesian government efforts to stabilize MSME exports, one of them is economic diplomacy to boost exports to major destination countries. Using the New Economic Diplomacy framework by Nicholas Bayne and Stephen Woolcock, this study examines five variables: (1) relative economic power, Indonesia strengthens cooperation with major export destinations; (2) international regimes, using the international frameworks to expand export reach and negotiate opportunities, (3) interests, prioritizing MSME exports aligns with Indonesia's 2045 development goals; (4) institutions and domestic decision-making, where the stakeholders maximizing the policy to support MSMEs in export activities; (5) ideational factors, promoting Indonesia's unique products enhances global recognition. This approach highlights the role of MSMEs in addressing export challenges and driving economic growth.

***Keywords**: MSMEs, Export, New Economic Diplomacy, Diplomacy, Negotiation, Economy*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi adalah suatu aspek yang penting di dalam kehidupan manusia, terutama dalam konteks negara. Maju tidaknya ekonomi suatu bangsa, memberikan peranan penting dalam mengatur segala aktivitas di ruang-ruang internasional. Sehingga hal tersebut sedikit banyak mempengaruhi kebijakan pemerintah di suatu negara, baik kebijakan ekonomi maupun kebijakan yang lain. Seiring perkembangan zaman, dinamika ekonomi dengan kemunculan globalisasi menjadi kian sulit untuk dipisahkan, keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain. Adanya percepatan transisi ekonomi dunia dilatarbelakangi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor negara dalam memanfaatkan sektor unggulan di dalam negeri. Alasan tersebut yang membuat suatu negara memanfaatkan komoditas unggulan yang menjadi komponen utama negara untuk memajukan perekonomian dalam negeri (Binus University Research Interest Group 2024).

Dalam kasus Indonesia, UMKM menjadi sektor unggulan yang menjadi kekuatan utama perekonomian nasional. Pada dasarnya, kontribusi UMKM Indonesia terhadap PDB tiap tahunnya selalu bervariasi dan mengalami dinamika tergantung pada kondisi ekonomi domestik dan globalisasi. Besarnya pengaruh globalisasi terhadap perekonomian dunia membuatnya berdampak besar pada UMKM Indonesia, salah satu fenomena global yang membuat kontribusi UMKM Indonesia merosot adalah ketika pandemi *Covid-19* resmi masuk dan berkembang di Indonesia. Sejak masuknya pandemi *Covid-19,* Indonesia dilanda krisis UMKM dari tahun 2020 hingga 2021 yang ditandai dengan menurunnya

kontribusi UMKM terhadap PDB negara. Kondisi tersebut disebabkan atas menurunnya nilai aset UMKM yang mencapai 97 persen, 88 persen penurunan permintaan produk, turunnya pendapatan hingga 77 persen, serta permasalahan bahan baku hingga lebih dari 48 persen yang juga mewarnai dinamika krisis UMKM kala itu (Kemenko Bidang Perekonomian RI 2022).

Adanya sektor UMKM Indonesia terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap negara dalam bertahan ditengah hantaman krisis ekonomi. Untuk itu, berbagai tantangan UMKM seperti rendahnya kualitas SDM, aksesibilitas, rendahnya daya saing, dan produktivitas yang masih kurang juga turut berpengaruh terhadap stabilitas ekonomi Indonesia. Kemunculan pandemi *Covid-19* pada awal 2020 lalu memberikan pukulan besar pada ekonomi global yang menyebabkan banyaknya kegiatan produksi negara-negara di dunia terhenti. Dampak pandemi juga turut menurunkan konsumsi masyarakat global serta turunnya kepercayaan konsumen pasca runtuhnya bursa saham secara drastis. Masyarakat dunia melihat bahwa kondisi tersebut menyebabkan ketidakpastian yang nyata (Irianto dan Rahayu 2021).

Dampak yang sangat dirasakan oleh masyarakat dunia adalah terbatasnya akses keluar masuk negara, baik itu produk maupun mobilitas manusia. Sehingga hal ini sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi dan sosial, sebagian besar negara-negara di dunia menutup sebagian akses keluar masuk negara guna menekan persebaran Covid-19 di dunia. Dapat dipastikan adanya pandemi sangat menurunkan minat konsumen luar negeri untuk membeli produk UMKM Indonesia, terutama dalam skala besar. Tidak sedikit para pelaku UMKM menutup usahanya akibat terdampak oleh peristiwa Covid-19 (Kompas Cyber Media 2022).

Meskipun jumlah unit UMKM Indonesia adalah yang terbanyak di ASEAN, namun kontribusi ekspor produk UMKM Indonesia masih masih jauh dari harapan. Data menyebutkan bahwa neraca ekspor Republik Indonesia (RI) telah meningkat kembali pasca merosot dilanda Covid-19 2020 lalu. Melansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor Indonesia telah menyentuh angka 27,32 Miliar Dolar Amerika Serikat (AS) pada tahun 2022, mengalami peningkatan tahunan sebesar 47,76 persen. Akan tetapi, jumlah kontribusi ekspor sektor UMKM Indonesia masih relatif rendah jika dilihat dari jumlah total 65 Juta UMKM (BPS 2022).

Kontribusi ekspor UMKM Indonesia masih sangat minim jika diamati dari awal jabatan Presiden Joko Widodo hingga tahun 2022. Pada rentang beberapa tahun tersebut, tercatat kontribusi ekspor UMKM Indonesia hanya mampu menyentuh angka 15 persen tiap tahunnya (Kompas Cyber Media 2022). Persentase tersebut terus mengalami dinamika yang fluktuatif jika dilihat dari tahun-tahun sebelumnya yakni 15,8 persen pada tahun 2015 (Kemenperin 2016). Selanjutnya tingkat kontribusi ekspor mencapai 14,17 persen pada tahun 2017 (Rasbin 2019). Meningkat pada 2019 menjadi 15,43 persen (Jayani 2021). Kembali mengalami penurunan menjadi 14,37 persen pada tahun 2020, dan 15,69 persen pada tahun 2021 (Bea Cukai 2023).

Sementara itu, Tiongkok yang merupakan salah satu raksasa perekonomian dunia juga turut mengandalkan keberadaan UMKM sebagai langkah untuk meningkatkan kekuatan ekonominya. Bahkan di Tiongkok, UMKM disebut sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi Tiongkok karena mampu mencakup sebesar 97 persen total usaha di negara tersebut. Sama seperti

Indonesia, UMKM di Tiongkok juga berdampak signifikan terhadap penyediaan lapangan pekerjaan hingga 80 persen tenaga kerja non-pemerintah sejak 2019. Pekerjaan–pekerjaan kecil seperti di sektor UMKM mampu memberikan kontribusi ekspor hingga 60 hingga 70 persen dari total ekspor Tiongkok per tahunnya (Zhou 2022). Pada tahun 2022, UMKM memberikan peranan sebesar 50 persen terhadap pendapatan pajak negara, sementara kontribusi UMKM terhadap PDB Tiongkok mencapai angka 60 persen. Angka tersebut merupakan akumulasi persentase dari total lebih dari 52 juta unit UMKM Tiongkok (EU SME Centre 2023).

Kontribusi UMKM yang besar tersebut tidak terlepas dari upaya pemerintah Tiongkok yang dituangkan dalam kebijakan-kebijakan ekonominya. Beberapa kebijakan tersebut diantaranya pembiayaan UMKM melalui pengadaan pelatihan, investasi, dan komitmen pembiayaan. Tiongkok juga memperkuat paten dan HAKI UMKM dengan melakukan pendampingan administrasi bagi para pelaku usaha yang ingin mematenkan bisnisnya. Selanjutnya langkah yang dilakukan Tiongkok yakni melakukan kerja sama dengan berbagai lembaga inkubator yang terdapat di Tiongkok seperti badan riset, peneliti, hingga universitas-universitas terkait (CNBC Indonesia 2024).

Dengan tujuan meningkatkan kontribusi ekspor UMKM Indonesia, dibutuhkan diplomasi ekonomi oleh pemerintah Indonesia yang diwujudkan melalui berbagai aspek, mulai dari kerja sama hingga pembuatan kebijakan. Upaya tersebut diperlukan sebagai wujud memenuhi kepentingan Indonesia agar dapat berdampak langsung terhadap UMKM dan ekonomi Indonesia. Pada dasarnya, langkah diplomasi ekonomi menjadi sebuah langkah yang tepat untuk

merepresentasikan kepentingan masyarakat Indonesia, khususnya pelaku UMKM yang didorong untuk meningkatkan ekspor (Yoshida and Kriswandwitanaya 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana upaya diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk UMKM pada masa pemerintahan Joko Widodo?

1.3 Tujuan Penelitian

Riset ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguraikan terkait upaya diplomasi Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk UMKM
2. Untuk menjelaskan terkait adanya faktor-faktor yang melatarbelakangi kurangnya pemanfaatan UMKM milik Indonesia pada sektor ekspor melalui pengumpulan data.
3. Untuk memaparkan hasil riset dan analisis terkait upaya pemerintah terhadap upaya peningkatan kapasitas dan kuantitas ekspor produk UMKM di kancah global.
4. Untuk memberikan perspektif atau pandangan baru terhadap isu terkait sektor ekspor UMKM melalui gap yang ada berdasarkan fakta dan data yang tersaji di berbagai literatur.
5. Untuk mengembangkan dan membuktikan pengetahuan yang tersedia pada literatur sebelumnya melalui pengkajian, penelitian, dan memverifikasi data yang telah ada dilandasi dengan fakta.

1.4 Cakupan penelitian

Penelitian ini berfokus pada upaya diplomasi ekonomi Indonesia untuk meningkatkan ekspor produk UMKM ke luar negeri pada masa pemerintahan presiden Joko Widodo 2015-2022. Rentang waktu tahun 2015 hingga 2022 dipilih karena pada tahun 2015, pemerintah Indonesia menyatakan komitmennya untuk menjadikan Indonesia sebagai negara yang berdaulat di dalam politik, berdikari dalam ekonomi, serta berkepribadian dalam kebudayaan. Dalam hal ini pemerintah Indonesia menunjukkan keinginan dalam meningkatkan diplomasi ekonomi Indonesia, baik itu secara bilateral maupun di dalam forum-forum internasional. Ikhtiar tersebut diimplementasikan dalam salah satu agenda prioritas Indonesia NAWACITA, yakni menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik seperti UMKM (Wuryandani 2015). Berkaitan dengan hal ini, upaya untuk mendorong sektor UMKM tersebut, maka Indonesia memanfaatkan agenda Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang mana agenda ini baru dilaksanakan mulai tahun 2015, bersamaan dengan komitmen Indonesia untuk meningkatkan diplomasi ekonomi untuk mendorong sektor-sektor strategis ekonomi domestik (Sekretariat Kabinet RI 2014).

Sementara pada tahun 2022 merupakan tahun kebangkitan Indonesia pasca pandemi *covid-19* melanda Indonesia dan dunia. Hal-hal tersebut tentu memberikan dampak terhadap berbagai kebijakan yang dikeluarkan setiap periodenya, khususnya dalam meningkatkan ekspor produk UMKM Indonesia. Mengingat kontribusi ekspor UMKM Indonesia dari tahun 2015 hingga 2022 masih belum menunjukkan peningkatan yang signifikan (Kementerian Keuangan RI, n.d.). Hasil dari penelitian ini adalah menguraikan secara lebih luas terkait

kendala yang dihadapi UMKM dalam melakukan ekspor. Hingga menyajikan berbagai upaya diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk mengatasi kendala/permasalahan yang ada menggunakan aplikasi variabel teori *New Economic Diplomacy.*

1.5 Tinjauan Pustaka

Kajian pada penelitian ini merupakan bagian dari fokus ilmu Hubungan Internasional yang berpokok pada upaya pemerintah di dalam meningkatkan kontribusi ekspor UMKM sebagai negara dengan jumlah UMKM terbanyak di ASEAN. Rasbin mengkaji terkait upaya strategis Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman dan Pemerintah Daerah Surabaya dalam meningkatkan kinerja ekspor produk UMKM di kedua daerah tersebut. Fokus utama Rasbin dalam kajian tersebut adalah peningkatan ekspor UMKM level daerah dengan melakukan pengumpulan data yang menyebutkan kondisi perekonomian kedua daerah. Selain itu, pada penelitian tersebut juga turut dijelaskan mengenai berbagai faktor yang melatarbelakangi kendala ekspor UMKM di Kabupaten Sleman dan Surabaya (Rasbin 2019).

Kajian tinjauan pustaka pada literatur kedua menggunakan jurnal yang ditulis oleh Siti Mi'ratul Khasanah, Steven Raja Ingot, dan Aziza Rahmaniar Salam bertajuk "Strategi Peningkatan Ekspor Indonesia ke Pasar Prospektif Melalui Kerja Sama Perdagangan ASEAN-*EURASIAN ECONOMIC UNION* (EAEU) FTA" Vol. 1 Desember 2022. Pada jurnal tersebut, penulis hanya berfokus terhadap kebijakan yang dikeluarkan oleh Indonesia dalam meningkatkan ekspor secara umum, namun tidak ada pembahasan terkait ekspor

produk UMKM di dalamnya. Opsi kebijakan yang terdapat pada jurnal tersebut kemudian dianalisis oleh penulis dengan menuliskan dampak dari kebijakan tersebut terhadap Indonesia. Penulis juga memberikan rekomendasi kebijakan yang cocok dengan sistem ekonomi Indonesia dalam menghadapi pasar global dalam konteks peningkatan skala dan jangkauan komoditas ekspor (Khasanah, Ingot, dan Salam 2022).

Literatur ketiga yang menjadi acuan tinjauan pustaka adalah jurnal yang ditulis oleh Amardianto Arham, Amrie Firmansyah bertajuk "Strategi Peningkatan Ekspor UMKM Indonesia Selama Pandemi Covid-19" Vol. 21 No. 1 September 2021. Pada jurnal tersebut penulis menggunakan acuan teori keperilakuan dan *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan dalam mengembangkan penelitian. Pembahasan di dalamnya lebih banyak berisi tentang keterkaitan antara teori dan kebijakan yang diimplementasi pemerintah, namun tidak secara menjelaskan secara *detail* bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor UMKM. Pada intinya jurnal ini lebih berfokus dalam menganalisis data didukung dengan teori-teori yang ada untuk memecahkan sumber masalah terkait kurangnya ekspor UMKM Indonesia di pasar *global* pada masa pandemi.

Pada pembahasan tiga jurnal di atas, dapat disimpulkan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dimunculkan unsur kebaruannya oleh penulis, yaitu dengan pembahasan yang sama terkait upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor. Namun, terdapat perbedaan dari masing-masing jurnal dengan tulisan yang akan dibuat oleh penulis. Pada acuan jurnal pertama, fokus pembahasannya adalah peningkatan ekspor UMKM

level daerah Sleman dan Surabaya, namun tidak secara spesifik menjabarkan terkait upaya pemerintah nasional dalam meningkatkan ekspor UMKM. Sementara pada jurnal kedua, fokusnya adalah pengembangan ekspor Indonesia secara umum, sementara ekspor produk UMKM masih belum dibahas di dalamnya. Pada jurnal ketiga, teori yang digunakan dengan tulisan yang akan ditulis pada skripsi ini memiliki perbedaan, teori yang telah digunakan sebelumnya adalah teori keperilakuan, sedangkan penulis akan melakukan analisis menggunakan teori *New Economic Diplomacy*. Namun untuk pembahasannya, jurnal ketiga lebih berfokus pada penelitian terkait kebijakan pada masa pandemi, tidak secara umum.

1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian terkait upaya peningkatan kontribusi UMKM terhadap nilai ekspor ini dikaji menggunakan konsep *New Economic Diplomacy 4th edition: Decision-making and negotiation in international economic relations* yang dikembangkan oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock. Di dalam bukunya, Bayne dan Woolcock menyebut tentang bagaimana para pemangku jabatan membuat keputusan domestik, bagaimana cara mereka dalam melakukan negosiasi di level internasional, serta bagaimana proses-proses tersebut saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lain. Selain aktor negara sebagai pemangku jabatan, kontribusi aktor-non negara selama bertahun-tahun juga sama pentingnya dalam pengambilan keputusan. Buku ini memiliki fokus untuk mengkaji proses negosiasi dan metode dalam pengambilan keputusan, tidak hanya terbatas pada isi kebijakan.

Pada dasarnya, awal kemunculan diplomasi ekonomi baru berawal dari adanya perubahan besar pada aktivitas pasca perang dingin. Sebelum adanya diplomasi ekonomi baru, diplomasi ekonomi hanya didominasi oleh para pejabat tetap dari pemerintahan di sebuah negara. Hal ini disebabkan oleh adanya persaingan antara Blok Timur dan Blok Barat. Akan tetapi, seiring dengan kemajuan era globalisasi abad ke-21, aktor pemerintah maupun non pemerintah turut serta berperan aktif. Kini, diplomasi tidak hanya terbatas pada kegiatan di perbatasan, akan tetapi juga aktivitas di dalam perbatasan yang berpengaruh terhadap kebijakan domestik dan sebaliknya. Lebih jauh, terdapat satu sistem ekonomi tunggal yang mampu mencakup seluruh dunia di dalamnya agar lebih terintegrasi dan berperan aktif satu sama lain (Bayne and Woolcock 2017). Menurut Bayne & Woolcock, terdapat lima ruang lingkup dan isi, yakni:

1. Relative Economic Power

Variabel ini menunjukkan bahwa pengaruh suatu negara di level internasional tidak terbatas hanya untuk negara-negara besar dengan ekonomi maupun politik yang kuat. Akan tetapi bagaimana suatu negara, baik itu negara maju maupun negara berkembang dapat memaksimalkan potensi dan relasinya dengan melakukan berbagai tindakan diplomasi di ruang-ruang internasional. Setiap negara memiliki peluang untuk memiliki kekuatannya sendiri di panggung internasional, tergantung bagaimana negara tersebut mampu memanfaatkan daya tariknya melalui potensi domestik, kerja sama, dan partisipasinya di forum-forum internasional.

2. International Regimes

Pada variabel rezim internasional, setiap negara yang bergabung di dalam sebuah rezim internasional berpartisipasi dalam pembentukan kesepakatan formal-non formal, norma, hingga prosedur dalam suatu kerangka kerja sama antar negara anggota. Adanya rezim internasional membantu negara-negara yang ada di dalamnya untuk dapat berinteraksi satu sama lain dan melakukan negosiasi bersama untuk mencapai kepentingan bersama, khususnya cita-cita jangka panjang. Negara yang tergabung ke dalam rezim internasional umumnya memiliki kepentingan untuk mendapatkan akses-akses perdagangan yang mudah, mulai dari perluasan akses dan pasar hingga kesempatan untuk mengemukakan kebutuhan nasional di dalam forum rezim internasional.

3. Interest

Setiap negara yang melakukan tindakan terhadap perumusan atau penetapan kebijakan ekonomi sejatinya dapat dipengaruhi oleh kepentingan domestik. Berbagai kepentingan domestik tersebut tidak hanya berasal dari lembaga negara, akan tetapi aktor-aktor non negara seperti serikat pekerja, industri, LSM, maupun berbagai kelompok lain dalam masyarakat. Sehingga adanya kepentingan-kepentingan tersebut mampu memberikan dampak terhadap proses pengambilan kebijakan dan diplomasi ekonomi dengan mempertimbangkan dukungan politik, stabilitas sosial, hingga kesejahteraan ekonomi.

4. Institution and Domestic Decision Making

Setiap tindakan yang dilakukan dalam proses negosiasi, pada dasarnya dipengaruhi juga oleh lembaga-lembaga nasional. Lembaga-lembaga

pemerintahan dan kementerian berkontribusi terhadap suatu kebijakan dan perumusan kebijakan guna mendorong diplomasi ekonomi yang lebih efisien.

5. Ideational Factors

Faktor-faktor ideasional yang memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dapat berupa keyakinan atau ide dari para pemangku kepentingan dan masyarakat di dalamnya. Dalam diplomasi ekonomi, umumnya nilai budaya dan keunggulan dari suatu negara dimanfaatkan untuk melakukan proses negosiasi dan *national branding*. Sehingga dalam menentukan arah kebijakan luar negeri sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dan daya jual dari produk yang akan diekspor.

1.7 Argumen Sementara

Penelitian menggunakan model *New Economic Diplomacy 4th edition: Decision-making and negotiation in international economic relations,* yang dikembangkan oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock untuk menganalisis upaya diplomasi ekonomi Indonesia dalam mendorong peningkatan ekspor produk UMKM pada periode pemerintahan Joko Widodo (2015-2022). Berdasarkan variabel *relative economic power*, Indonesia memanfaatkan kerja sama dengan negara-negara mitra ekspor terbesar untuk meningkatkan kontribusi ekspor Indonesia. Pada variabel *international regimes*, Indonesia memanfaatkan kerangka kerja sama di rezim internasional untuk memperluas jangkauan ekspor dan kesempatan negosiasi di dalam forum-forum yang ada.

Sementara pada variabel *interest*, Indonesia dengan kepentingannya untuk menjadi negara maju di tahun 2045 melakukan upaya-upaya diplomasi dengan mengedepankan prioritas ekspor UMKM. Pada variabel *institution and domestic*

decision-making, pemerintah Indonesia bersama dengan institusi dan lembaga di dalamnya memanfaatkan kesempatan untuk melakukan tindakan perumusan dan pengambilan kebijakan domestik, khususnya bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan ekspornya. Selanjutnya, pada variabel *ideational factors*, Indonesia menerapkan pemaksimalan potensi UMKM melalui keunggulan dan keunikan produk Indonesia agar menjadi ciri khas yang akan dikenal oleh negara lain.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menekankan analisis pada fakta bahwa UMKM merupakan salah satu komoditas atau sektor ekonomi yang menjanjikan bagi Indonesia. Untuk itu diperlukan penelitian kualitatif yang berbasis pada studi kepustakaan mengacu pada data dan kondisi politik Indonesia pada masa tersebut ditinjau dari perspektif *New Economic Diplomacy* untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini menempatkan pemerintah Indonesia sebagai salah satu pembuat keputusan dan kebijakan dalam upayanya meningkatkan kontribusi ekspor UMKM sebagai objek yang berkenaan dengan ekonomi dan politik Indonesia.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data berdasarkan studi literatur yang dilakukan pada beberapa sumber sekunder seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber data lain yang memiliki kredibilitas tinggi. Di antaranya adalah buku hasil kajian yang dilakukan Bank Indonesia berjudul “Pemetaan dan Strategi

Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 dan Pasca MEA 2025". Serta jurnal DPR RI oleh Rasbin bertajuk "Strategi Meningkatkan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia: Studi Kasus di Kabupaten Sleman dan Kota Surabaya".

1.8.4 Proses Penelitian

Proses dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai upaya riset terhadap segala jenis kebijakan dan aturan-aturan pemerintah di dalam meningkatkan kontribusi UMKM di sektor ekspor. Penelitian ini didasarkan pada pengumpulan literatur yang memiliki keterkaitan dengan riset. Pengumpulan data sekunder bertujuan untuk memperkuat analisis dalam menentukan solusi untuk menjawab rumusan masalah.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Pada **BAB 1**, penulis akan memaparkan terkait latar belakang penelitian, meneliti rumusan masalah yang akan dibahas, menyebutkan tujuan dari penelitian, meninjau menggunakan beberapa pustaka, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Pada **BAB 2**, diuraikan terkait permasalahan yang menjadi topik utama dalam pembahasan mengenai kontribusi ekspor UMKM Indonesia ke level global melalui berbagai faktor yang melatarbelakangi.

Pada **BAB 3**, disajikan analisis terkait masalah yang menjadi poin utama pembahasan tentang ekspor UMKM selama periode pemerintahan presiden Joko Widodo berdasarkan teori *New Economic Diplomacy*.

Pada **BAB 4,** berisi tentang ringkasan atau kesimpulan dari pembahasan analisis yang tersaji pada Bab 1 hingga Bab 4 sekaligus memberikan saran/rekomendasi bagi penelitian kedepannya.

BAB 2

EKSPOR PRODUK UMKM INDONESIA PADA MASA PEMERINTAHAN JOKO WIDODO 2015-2022

2.1 Relasi UMKM dan Ekonomi Makro dalam Peningkatan Ekonomi Indonesia

Secara definisi, teori ekonomi makro memiliki pengertian sebagai suatu cabang di dalam ilmu ekonomi, yang memiliki tujuan untuk menganalisis peristiwa-peristiwa dan berbagai masalah secara menyeluruh di bidang ekonomi dan sifatnya agregat (keseluruhan). Masalah atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di bidang ekonomi yang dimaksud antara lain adalah produksi nasional/tingkat pendapatan negara, peluang kerja (tingkat pengangguran), hingga dinamika harga pasar yang bersifat fluktuatif di suatu perekonomian. Sebagai contoh, ekonomi makro memperhatikan peranan pemerintah secara menyeluruh dalam mengelola setiap kegiatan yang terjadi di bidang perekonomian. Peranan pemerintah tersebut sangat diperhatikan secara menyeluruh, seperti halnya dalam menentukan kebijakan untuk mengatasi masalah tingkat pengangguran dan inflasi (Faaizah 2023).

Keterlibatan UMKM dalam upaya peningkatan ekonomi Indonesia tidak dapat diragukan lagi, sehingga dibutuhkan kontribusi yang lebih besar dalam ekspor. Setiap tahunnya, UMKM memiliki kontribusi sekitar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2015, Indonesia memiliki sekitar 60,7 juta unit UMKM, banyaknya jumlah unit usaha di bidang UMKM tersebut setidaknya mampu menyerap 132,3 juta orang tenaga kerja secara keseluruhan di

berbagai bidang. Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu penyumbang kontribusi yang besar terhadap PDB Indonesia, yakni hanya sebesar 57,8 persen dari total PDB Indonesia tahun 2015 (Lokadata, n.d.).

Selanjutnya, pada tahun 2016 jumlah unit UMKM Indonesia naik dibanding tahun sebelumnya, tercatat pada tahun ini Indonesia memiliki 61,7 juta unit UMKM, meningkat sekitar 4 persen dibandingkan tahun 2015 (Kementerian Koperasi dan UKM 2022). Sedangkan kontribusi UMKM terhadap PDB di tahun 2016 adalah sebesar Rp7.421 Triliun, atau sekitar 59,84% dari total nilai PDB nasional (Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kemenkeu RI 2022). Akan tetapi, pada tahun 2016 UMKM mengalami penurunan dalam jumlah tenaga kerja, yakni hanya sekitar 112,9 juta tenaga kerja atau turun sebesar 8 persen dibanding tahun sebelumnya (Kementerian Koperasi dan UKM, n.d.).

Tren positif UMKM terhadap PDB nasional Indonesia salah satunya adalah pada tahun 2017, di mana UMKM menyumbang sekitar Rp13.589, yang artinya UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,9 persen (Kementerian Keuangan 2022). Pada tahun tersebut, Indonesia memiliki sekitar 62,9 juta unit UMKM, meningkat 2 persen jika dibandingkan tahun sebelumnya. Sejalan dengan kontribusi terhadap PDB Indonesia, UMKM di tahun 2017 juga berperan dalam peningkatan jumlah tenaga kerja di sektor tersebut, di mana data mencatat Indonesia memiliki 116,7 juta tenaga kerja yang bekerja di sektor UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM, n.d.).

Tahun 2018, jumlah pelaku UMKM Indonesia mencapai 64,2 juta. Dengan jumlah tersebut, UMKM mampu menyerap sebanyak 97 persen tenaga kerja di dunia usaha, artinya sebanyak 117 juta pekerja di Indonesia bekerja di sektor

UMKM. Sementara kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai 61,1%. Sedangkan sisanya disumbangkan oleh pelaku usaha besar dengan persentase 38,9% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, n.d.). Tahun 2019, Indonesia mengalami kenaikan jumlah unit UMKM, di mana di tahun tersebut Indonesia memiliki sebanyak 65,5 juta UMKM (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, n.d.). Data tersebut menempatkan kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,9% dan berhasil menyumbang peran dalam serapan tenaga kerja sebesar 97% (Santika 2023) atau sejumlah 123,3 ribu tenaga kerja (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2023).

Sementara itu, di tahun 2020 kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mengalami penurunan, yakni hanya Rp4.235 Triliun atau setara dengan 37,3 persen (lokadata, n.d.). Selanjutnya tahun 2021 UMKM kembali menunjukkan kontribusi besarnya terhadap PDB Indonesia. Jumlah unit UMKM pada saat itu kembali meningkat hingga terdapat sebanyak 64,2 juta pelaku UMKM yang tersebar di segala bidang (Databoks 2023). Dari jumlah unit UMKM tersebut, Indonesia telah berkontribusi dalam menyerap 119,6 juta tenaga kerja di bidang atau unit usaha (Smesco dan Kemenkop UKM 2022).

Peranan UMKM pada tahun 2021 juga terlihat dari kesuksesan *survive* UMKM pasca pandemi *Covid-19* dengan kontribusi PDB sebesar Rp8.574 Triliun, atau setara 62 persen dari total kontribusi PDB Indonesia (Situmorang and B 2023). Terbaru, pada tahun 2022 sektor UMKM Indonesia menyumbangkan kontribusi sebesar Rp. 9.580 Triliun terhadap PDB atau secara persentase sekitar 61%. Hal ini sekaligus menjadi titik positif UMKM dalam menyerap tenaga kerja, tercatat UMKM memberikan pengaruh dalam menyediakan kesempatan kerja

hingga 97% dari total tenaga kerja. Hingga saat ini, Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah unit UMKM terbanyak di Asia telah memiliki 65,5 juta UMKM dengan persentase 99% dari jumlah keseluruhan unit usaha (Limanseto 2023).

Akan tetapi, meskipun jumlah UMKM Indonesia cukup besar, namun kontribusinya terhadap ekspor selama periode 2015-2022 masih belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2015, Indonesia memperoleh total nilai ekspor dari berbagai bidang sebesar Rp2.180 Triliun, angka yang cukup besar mengingat ekspor berkontribusi positif dalam peningkatan PDB Indonesia. Namun angka tersebut tidak sejalan dengan kontribusi UMKM terhadap ekspor, di mana pada tahun 2015 UMKM Indonesia hanya menyumbang 186 Triliun rupiah, artinya UMKM hanya berperan 15,70 persen dari total ekspor (Mutmainah 2016).

Pada tahun berikutnya (2016), kontribusi produk UMKM Indonesia terhadap ekspor meningkat cukup signifikan dibanding tahun 2015, ekspor UMKM Indonesia mampu menyentuh angka Rp255 Triliun. Sebaliknya, total ekspor Indonesia menurun dibanding tahun sebelumnya, yakni hanya sebesar Rp2.104 Triliun atau turun sekitar 3,48 persen (Lemhanas RI 2019). Kemudian, pada tahun 2017 ekspor produk UMKM Indonesia masih menunjukkan tren positif, yakni memberikan kontribusi sebesar Rp302 triliun (Kemenko Bidang Perekonomian RI 2017). Akan tetapi, pada tahun 2018 kontribusi UMKM terhadap ekspor Indonesia mengalami penurunan, ekspor produk UMKM Indonesia hanya mampu menyumbang Rp294 Triliun. Hal ini tidak sejalan dengan data peningkatan total ekspor Indonesia pada tahun yang sama mencapai Rp2.610

Triliun. Sehingga dalam hal ini kontribusi ekspor produk UMKM Indonesia berada pada angka 14,40 persen (Kementerian Koperasi dan UKM, n.d.).

Tahun 2019, UMKM kembali memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai ekspor keseluruhan. UMKM di tahun ini menyumbang Rp339 Triliun, atau setara dengan 15,70 persen kontribusi pada nilai total ekspor Indonesia. Meskipun pada tahun 2019 UMKM berperan besar terhadap peningkatan ekspor, namun di tahun tersebut nilai ekspor secara keseluruhan justru mengalami penurunan hingga mencapai angka Rp2.431 Triliun (Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia 2017). Selanjutnya di tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap ekspor berada pada angka 14,37 persen. Kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah nilai ekspor mencapai 15,69 persen (Kemenko Bidang Perekonomian RI 2022). Sementara pada tahun 2022, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional tidak menunjukkan angka yang signifikan dibandingkan tahun 2021, yakni hanya menyentuh angka 15 persen (Kementerian Koperasi dan UKM 2023).

2.2 Relasi UMKM dan Ekonomi Mikro dalam Peningkatan Ekonomi Indonesia

Merujuk pada Undang-undang Nomor 20 tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha produktif yang dimiliki oleh badan usaha perorangan, umumnya diatur dalam undang-undang dan masuk ke dalam kategori usaha mikro. Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah UMKM terbesar, tidak terlepas dari kontribusi kegiatan usaha rumah tangga yang berperan dalam menyumbang lapangan pekerjaan (Direktorat Jenderal

Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI 2023). UMKM sebagai salah satu penyumbang Pendapatan Domestik Bruto (PDB) memiliki indikator khusus untuk bidang yang termasuk dalam kategori UMKM, diantaranya seperti usaha mikro yang memiliki rata-rata pendapatan tahunan sebesar Rp2 miliar per tahun, usaha kecil rata-rata menghasilkan pendapatan Rp2-15 miliar per tahun, dan usaha menengah dengan pendapatan minimum Rp15 miliar hingga Rp50 miliar per tahun (Annur 2023).

Sementara ekonomi mikro merupakan ilmu ekonomi yang mempelajari suatu perilaku yang terjadi atau dilakukan oleh konsumen dan perusahaan. Dengan kata lain, ekonomi mikro memiliki definisi sebagai ilmu ekonomi yang mendalami kegiatan antara produsen dan konsumen. Sehingga, dapat dipahami bahwa ekonomi mikro memiliki tujuan untuk menganalisis pasar agar dapat menentukan harga jual yang relatif terhadap suatu produk barang atau jasa (Shaid and Pratama 2023). Ruang lingkup ekonomi mikro cenderung lebih kecil dibandingkan ekonomi makro, Hal ini karena pada ekonomi mikro, interaksi antara produsen dan konsumen lebih diperhatikan, aspek-aspek kecil seperti proses jual-beli menjadi tolak ukurnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan salah satu bidang yang berkaitan dengan ekonomi mikro. Hal ini berdasarkan aspek-aspek yang mendasari beroperasinya UMKM selaras dengan penjelasan terkait ekonomi mikro. Sehingga, dalam praktiknya UMKM akan terus bersinggungan dengan aspek-aspek yang ada pada ekonomi mikro. Untuk itu, berikut adalah beberapa contoh sektor yang menjadikan ekonomi mikro sebagai

ilmu dasar dalam kegiatan UMKM. Sekaligus memaparkan terkait relasi UMKM di sektor ekonomi mikro dalam meningkatkan ekonomi Indonesia:

1. **Sektor Peternakan**

Sektor peternakan adalah sektor yang bergerak di industri pangan, berperan dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat melalui kegiatan produksi hasil ternak. Pada umumnya, peternakan menjalankan aktivitas produksinya dengan cukup kompleks dan terstruktur, mulai dari hulu hingga hilir. Aktivitas hulu yang dimaksud dalam peternakan adalah bagaimana para peternak dapat menjaga dan merawat hewan ternaknya dengan baik. Sehingga, hasil ternak dapat diperoleh dengan maksimal jika proses tersebut dilakukan dengan baik dan menghasilkan hewan-hewan yang sehat dan prima. Sedangkan dari sektor hilir bermakna bahwa peternak dan target pasar harus memiliki hubungan yang baik, guna kelancaran kegiatan pemasaran hingga penjualan (Muntaha, Suganda, and Hadian 2020)

Peternakan yang merupakan bagian dari subsektor pertanian telah berperan penting dan strategis dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini telah membantu banyak orang dari kalangan menengah ke bawah, dan turut diperhatikan pemerintah untuk dapat terus dimaksimalkan. Subsektor peternakan memberikan kontribusi sebesar 15,87 persen terhadap PDB sektor pertanian di tahun 2017. Sedangkan peran peternakan terhadap PDB nasional di tahun yang sama adalah sebesar 1.57 persen. Meskipun angka tersebut terbilang kecil, namun peternakan juga turut andil dalam penyerapan tenaga kerja (Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Nusa Tenggara Barat 2017).

Salah satu hasil UMKM yang telah berhasil ekspor dari sektor peternakan yakni domba atau hewan hidup. Pada tahun 2020, Indonesia sukses melakukan ekspor domba ke Brunei Darussalam. Ekspor tersebut merupakan salah satu capaian bagi Indonesia karena telah mampu mengekspor 370 domba hidup yang diangkut menggunakan pesawat. Domba-domba yang diekspor merupakan himpunan dari beberapa peternak kecil UMKM yang tergabung dalam kelompok Koperasi Cita Berdikari. Dengan terjalinnya kerja sama ekspor-impor domba antara Indonesia-Brunei tersebut, menjadikan Indonesia hadir sebagai pesaing baru pengekspor domba. Padahal, sebelumnya pasar Brunei terkait pengadaan domba impor dikuasai oleh Australia (Kedutaan Besar Republik Indonesia Bandar Seri Begawan Brunei Darussalam 2020).

2. Sektor Pertanian dan Perkebunan

Sektor pertanian merupakan sektor unggulan yang menjadi andalan Indonesia, khususnya dalam memenuhi kebutuhan pangan dan ketahanan pangan nasional. Pertanian menyumbangkan sebagian besar dampak positif terhadap ekonomi nasional, khususnya dalam memberikan pemasukan pada PDB negara Indonesia. Hal ini beriringan dengan meningkatnya angka ekspor produk pertanian dan kemampuan dalam mempekerjakan jutaan manusia. Untuk itu, pertanian menyandang gelar tulang punggung di bidang ekonomi, sehingga Indonesia menjadikan pertanian sebagai hal yang penting sekaligus menjadi prioritas bagi pembangunan manusia (Hidayah, Yulhendri, and Susanti 2022). Pada tahun 2022, sektor pertanian memberikan kontribusi sebesar 12,24 persen terhadap PDB nasional berdasarkan harga berlaku (ADHB). Berdasarkan hal itu, besarnya kontribusi sektor pertanian terhadap PDB tersebut meningkatkan

peluang kerja hingga mampu memberikan serapan tenaga kerja hingga 27 persen (Pemerintah Kota Magelang 2023).

Kontribusi pertanian dalam perekonomian Indonesia tidak terlepas dari peran penting UMKM. Sebagai sektor unggulan perekonomian Indonesia, UMKM di sektor pertanian terbukti mampu mendorong peningkatan ekonomi nasional melalui berbagai aspek. Salah satu hasil pertanian UMKM adalah produk kopi. Kopi asal Indonesia terbukti memiliki kualitas yang mampu bersaing dengan kopi-kopi di dunia. Hal ini diperkuat dengan adanya kontribusi ekspor UMKM untuk produk kopi ke level internasional. Kopi asal Indonesia yang tembus ke pasar ekspor tersebut salah satunya produk dari Kelompok Tani Kopi Wanoja dan pelaku UMKM asal Bandung. Sebanyak 7 ton kopi jenis Arabika telah diekspor ke Arab Saudi dengan nilai ekspor yang mencapai Rp1,4 miliar (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai 2024).

3. Sektor Perikanan

Sektor perikanan merupakan salah satu sektor penyediaan bahan pangan, umumnya bergerak dalam hal penyediaan bahan pangan hasil laut, sungai, tambak, dan sebagainya yang mengandung protein. Kelebihan dari sektor perikanan adalah adanya letak geografis Indonesia yang strategis untuk mengembangkan bidang perikanan (Nurlina 2018). Meskipun Indonesia merupakan negara yang berpotensi besar dalam hal perikanan, namun hal ini tidak sejalan dengan kontribusi perikanan terhadap PDB nasional. Pada tahun 2022, subsektor perikanan hanya berkontribusi sebesar 2.8 persen terhadap PDB Indonesia (SUGANDHI 2022).

Beberapa UMKM di sektor perikanan yang mampu memberikan kontribusinya dalam peningkatan ekspor adalah pelaku usaha asal Kalimantan Selatan (Kalsel), yakni Mutiara Biru, Cahaya Benur, dan Mandiri. Ketiga kelompok UMKM pembudidaya ikan (pokdakan) tersebut telah berhasil melakukan ekspor udang ke Jepang melalui kerja sama dengan PT Misaja Mitra, salah satu perusahaan eksportir udang beku di Kotabaru, Kalsel. Total nilai ekspor pada produksi udang yang dilakukan oleh para pelaku UMKM tersebut beragam, yakni pada tahun 2019 adalah 334,9 ton atau senilai Rp26,7 miliar, sementara pada tahun 2020 sebanyak 189 ton atau senilai Rp15,1 miliar (Fitriah 2020).

4. Sektor Kehutanan

Sektor kehutanan merupakan sektor yang dalam praktiknya mengelola sistem kepengurusan berkaitan dengan flora dan fauna, kawasan hutan, hingga hasil hutan yang dimanfaatkan oleh pemerintah daerah dan pemerintah pusat untuk kepentingan umum (Website Resmi Desa Buahan Provinsi Bali 2023). Indonesia merupakan salah satu negara dengan kawasan hutan yang masih banyak, maka dari itu kehutanan menjadi salah satu daya tarik dalam menambah PDB negara. Kontribusi sektor kehutanan menjadi salah satu keunggulan pokok yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya yang berada di kawasan hutan/pedesaan di sekitarnya (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan 2012).

Salah satu UMKM yang berhasil melakukan ekspor produk kehutanan adalah PT Anakayu Bangun Nusantara. UMKM yang berfokus dalam pengolahan limbah industri kayu ini memanfaatkan berbagai macam kayu yang tidak terpakai dan diolah menjadi barang dengan nilai jual tinggi. Produk yang dihasilkan dari

limbah-limbah tersebut diantaranya *furniture* dan mebel, hingga kerajinan berupa alat-alat dapur, *fashion*, hingga aksesoris/hiasan. Merek dagang milik UMKM Anakayu Bangun Nusantara tersebut diberi nama Uleen, salah satu produk olahan dari kayu ulin. Hingga pada akhirnya, produk kayu Uleen dilirik oleh PT Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk untuk melakukan pameran di Korea Selatan. Terbukti, daya tarik produk UMKM Uleen tersebut menghasilkan nilai jual meskipun pada pameran pertama tersebut masih kecil angka penjualannya.

Setelahnya, produk Uleen kian mendunia sehingga mampu menjangkau pasar negara-negara Asia seperti Jepang dan Singapura. Hingga tahun 2022, omzet penjualan dari Uleen mencapai Rp130 juta-Rp150 juta setiap bulannya. Pendapatan tersebut tidak terlepas dari tindakan ekspor dan penambahan karyawan di perusahaan Uleen. Bahkan, Uleen terlibat dalam program kampanye Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang diadakan di Kalimantan Selatan tahun 2022 (Ramadhan 2022).

5. Sektor Kuliner

Sektor kuliner adalah sektor yang mayoritas bisnisnya bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman. Sub sektor yang termasuk dalam kategori ini antara lain kafe, resto, toko makanan, makanan setengah jadi, dan sebagainya. Sektor kuliner pada dasarnya melakukan berbagai kegiatan di bidang makanan dan minuman seperti proses pembuatan, pelayanan dan penyajian, hingga pemasaran atau penjualan produk yang terkait dengan kuliner (Maarif 2023). Tingginya kebutuhan manusia akan makanan dan minuman, menunjukkan betapa pentingnya sektor kuliner. Sehingga hal ini berdampak positif terhadap

peningkatan permintaan konsumen, yang juga turut berperan dalam persebaran UMKM di bidang kuliner ke seluruh penjuru Indonesia.

Sepanjang tahun 2020 hingga 2021, angka penghasilan industri makanan dan minuman telah mengalami peningkatan sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 Triliun. Sementara pada tahun 2021, PDB industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) senilai Rp1,12 kuadriliun. Angka tersebut berkontribusi sebesar 38,05 persen atas industri pengolahan kategori nonmigas, sementara kontribusi nasional terhadap PDB mencapai Rp16,97 kuadriliun (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2022). Nilai ekspor produk makanan dan minuman Indonesia pada tahun 2018 sebesar USD 4,00 miliar, sedangkan pada tahun 2022 telah berkembang menjadi USD 5,26 miliar (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2023)

Produk UMKM di sektor makanan dan minuman yang tembus ekspor salah satunya adalah mie telur CV. Indigo Sejahtera Sidoarjo. Produk mie telur buatan para pelaku UMKM asal Sidoarjo tersebut telah diekspor ke beberapa negara termasuk Malaysia dan Arab Saudi. Pada tahun 2023, sebanyak 1 kontainer mie telur Sidoarjo dikirim ke negara Malaysia yang merupakan salah satu program fasilitasi Akademi Mudah Ekspor dan Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) (Pemerintah Kabupaten Sidoarjo 2023). Sementara pada tahun sebelumnya (2022), nilai ekspor mie telur Sidoarjo Ke Arab Saudi mencapai angka 20.000 Dolar AS. Perusahaan yang bergerak di level UMKM ini juga berdampak terhadap penyediaan lapangan pekerjaan. Hingga pada tahun 2022, CV. Indigo Sejahtera mampu menyerap sebanyak 60 pekerja (Astuti 2022).

6. Sektor Kerajinan Tangan dan Seni atau Industri Kreatif

Sektor industri ekonomi kreatif merupakan sektor yang bergerak untuk melakukan produksi dan distribusi barang dan jasa, sehingga membutuhkan ide atau gagasan intelektual kreatif di dalam pelaksanaannya. Hasil dari produksi industri kreatif nantinya akan menghasilkan peningkatan nilai tambah pada produk yang dibuat. Hal ini karena produk yang dihasilkan telah melalui proses yang memerlukan keahlian, keterampilan, hingga bakat individu tersendiri untuk menghasilkan produk bernilai jual (Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi 2022). Industri kreatif merupakan salah satu sektor andalan di dalam perekonomian Indonesia. Terbukti, pada tahun 2019 sebelum pandemi *covid-19*, pertumbuhan ekonomi kreatif mencapai angka sebesar 3,9 persen, sementara pada tahun 2020 kian menurun yakni -0,5 persen. Akan tetapi, industri kreatif mampu bangkit di tahun 2021 dengan pertumbuhan yang cenderung naik hingga 9,49 persen.

Dari sisi PDB nasional, industri kreatif mampu menyumbangkan sebesar Rp1.280 triliun pada tahun 2022. Sementara kontribusi terhadap tenaga kerja sektor ekonomi kreatif mampu mencapai 17,7 persen di tahun yang sama (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI 2023). Hal ini baik bagi UMKM di mana industri kreatif sebagian besar bergerak di bidang UMKM. Sehingga memiliki hubungan yang erat antara UMKM dan industri kreatif.

Dari sisi ekspor, kontribusi usaha UMKM di sektor industri kreatif juga cukup besar dan strategis. Salah satu produk yang dihasilkan oleh UMKM di sektor industri kreatif adalah kerajinan wayang milik warga Solo, dengan nama *brand* Suryo Art. Hasil produk UMKM berbasis budaya wayang asal Solo

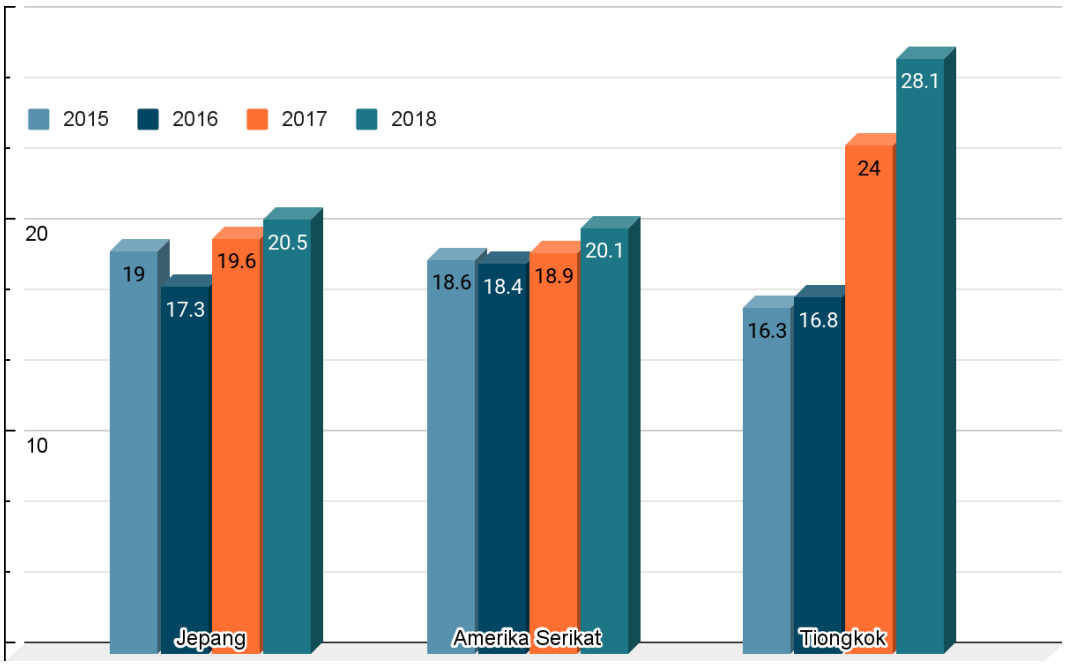
tersebut telah mengakses pasar mancanegara seperti Australia, Jepang, Tiongkok, Rusia, Amerika, Perancis, dan Prancis. Penjualan produk wayang milik Suryo Art mengalami dinamika naik dan turun, terutama ketika pandemi *covid-19* hanya mampu menjual rata-rata 30 wayang perbulan. Padahal sebelum pandemi produk wayangnya mampu mencapai 200-800 pesanan (Wasita 2021).

2.3 Dinamika Kontribusi UMKM Indonesia 2015-2022 terhadap Negara Tujuan Ekspor Utama

Sebagai salah satu negara berkembang, Indonesia memerlukan daya saing di kancah global seperti halnya melakukan tindakan ekspor. Hal ini dibutuhkan Indonesia agar mampu mendongkrak ekonomi negara dan bersaing untuk menjadi negara maju. Dalam hal ini, negara tujuan utama Indonesia untuk melakukan ekspor adalah Tiongkok. Sementara dari tahun 2015-2022, terdapat tiga negara yang menjadi tujuan utama ekspor Indonesia yakni Tiongkok, Jepang, dan Amerika Serikat.

Berikut adalah data nilai ekspor Indonesia ke negara tujuan ekspor terbesar 2015-2018:

Diagram 1. Nilai Ekspor Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor Terbesar 2015-2018 (Miliar Dolar)

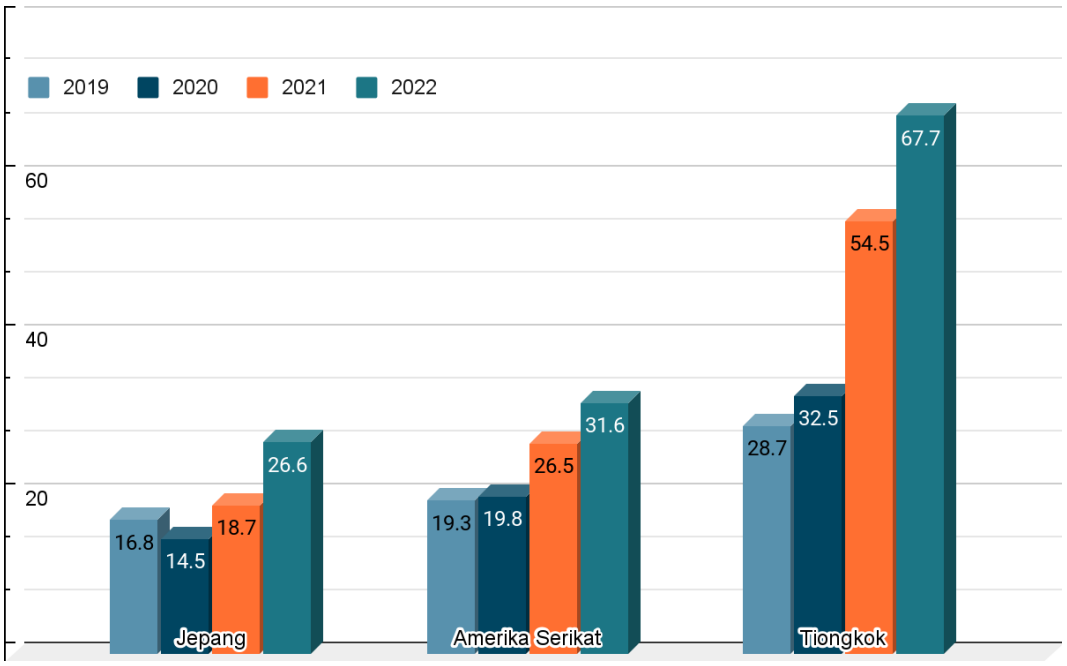


Sumber: The Observatory of Economic Complexity (The Observatory of Economic Complexity 2023).

Nilai ekspor Indonesia terhadap 3 negara tujuan ekspor utama mengalami dinamika yang beragam. Pada tahun 2015, negara yang menjadi tujuan ekspor utama Indonesia adalah Jepang dengan nilai ekspor sebesar 19 miliar dolar Amerika Serikat. Sementara Pada tahun 2018, Tiongkok memegang gelar sebagai negara tujuan ekspor utama Indonesia, hal ini karena nilai ekspor Indonesia ke Tiongkok mencapai 28.1 miliar dolar Amerika Serikat.

Berikut adalah data nilai ekspor Indonesia ke negara tujuan ekspor terbesar 2018-2022:

Diagram 2. Nilai Ekspor Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor Terbesar 2019-2022 (Miliar Dolar)



Sumber: The Observatory of Economic Complexity (The Observatory of Economic Complexity 2023)

Selanjutnya, pada tahun 2019 hingga tahun 2022, Tiongkok telah menjadi langganan Indonesia untuk melakukan ekspor. Hal ini dikarenakan pada rentang waktu 2019-2022 Tiongkok selalu menjadi negara tujuan ekspor terbesar Indonesia dari tahun ke tahun. Puncaknya yakni pada tahun 2022 yang menjadikan Tiongkok sebagai negara tujuan ekspor terbesar dengan nilai ekspor mencapai 67.7 miliar dolar Amerika Serikat.

BAB 3

APLIKASI TEORI NEW ECONOMIC DIPLOMACY

3.1 Relative Economic Power

Variabel ini menunjukkan bahwa pengaruh suatu negara di level internasional tidak terbatas hanya untuk negara-negara besar dengan ekonomi maupun politik yang kuat. Akan tetapi bagaimana suatu negara, baik itu negara maju maupun negara berkembang dapat memaksimalkan potensi dan relasinya dengan melakukan berbagai tindakan diplomasi di ruang-ruang internasional. Setiap negara memiliki peluang untuk memiliki kekuatannya sendiri di panggung internasional, tergantung bagaimana negara tersebut mampu memanfaatkan daya tariknya melalui potensi domestik, kerja sama, dan partisipasinya di forum-forum internasional.

Menurut diplomasi ekonomi, hubungan kerja sama antar negara di ruang lingkup internasional sangat penting untuk mengedepankan timbal balik. Hal ini menjadi kelebihan bagi negara-negara berkembang untuk dapat memanfaatkan fleksibilitas kerja sama lintas batas negara. Meskipun pada dasarnya negara adidaya seperti Tiongkok maupun Amerika Serikat memiliki *power* untuk memenangkan negosiasi, namun dengan adanya konsep timbal balik ini memungkinkan seluruh negara yang terlibat dapat menikmati keuntungan, baik itu keuntungan absolut (mutlak) maupun keuntungan keuntungan secara merata (Bayne and Woolcock 2017).

Pada studi kasus upaya peningkatan ekspor UMKM, Indonesia sebagai negara berkembang mengimplementasi konsep pada *relative economic power*

yaitu timbal balik yang menguntungkan bagi seluruh negara yang terlibat pada kerja sama yang dibangun. Implementasi ini dapat dilihat pada kerja sama ekspor UMKM Indonesia yang dilakukan dengan negara-negara tujuan ekspor. Menurut data dari *The Observatory of Economic Complexity* tahun 2015 sampai tahun 2022, terdapat tiga negara besar yang menjadi tujuan utama ekspor Indonesia yakni Tiongkok, Amerika Serikat, dan Jepang. Selain bekerja sama dengan tiga negara maju tujuan ekspor terbesar, Indonesia juga melakukan kerja sama ekspor UMKM dengan negara Malaysia di ASEAN sebagai sesama negara berkembang dengan kekuatan ekonomi yang relatif sama (Antara News 2024).

Melalui berbagai kerjasama ini tentunya Indonesia berharap dapat menikmati keuntungan berupa peningkatan ekspor UMKM, demikian juga tiga negara besar tersebut pun mendapatkan timbal balik berupa peningkatan pendapatan dan devisa, pertumbuhan ekonomi, akses terhadap harga bahan baku yang murah, dan sebagainya (Kompas.com 2023). Berikut adalah upaya peningkatan ekspor UMKM Indonesia terhadap tiga negara tujuan ekspor terbesar dan satu negara ASEAN, sesuai dengan aplikasi variabel *Relative Economic Power* dari *teori New Economic Diplomacy*.

3.1.1 Tiongkok

Indonesia adalah salah satu mitra dagang favorit bagi Tiongkok, untuk itu kedua belah pihak telah mengadakan berbagai kerja sama untuk meningkatkan perdagangan internasional keduanya. Kesepakatan yang diimplementasikan oleh Tiongkok dan Indonesia untuk mendorong keinginan tersebut salah satunya

adalah *ASEAN China Free Trade Agreement (*ACFTA). Mengingat tujuan utama pemerintah Indonesia adalah ekspor produk UMKM, maka ACFTA merupakan pilihan yang tepat. Hal ini karena di dalam kesepakatan ACFTA terdapat penghapusan tarif hingga 94 persen bagi aktivitas ekspor dari Indonesia ke Tiongkok (Free Trade Agreement Center 2019). Tentu dengan manfaat yang diberikan atas diterimanya negosiasi Indonesia dan ACFTA mengarah pada pemaksimalan upaya pemerintah Indonesia guna mendorong ekspor produk UMKM.

Salah satu produk UMKM yang paling sering diekspor Indonesia ke Tiongkok dari sektor non-migas (termasuk produk UMKM) adalah produk kehutanan berupa kayu dan produk olahan kayu. Contohnya, pada saat pandemi global *Covid-19* tahun 2020, Indonesia mampu mengirim produk kayu dan olahan kayu UKM ke beberapa negara besar yakni Tiongkok, Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, hingga India. Nilai ekspor yang dihasilkan UKM pada tahun tersebut diantaranya produk kayu dan olahan kayu sebesar 658,8 juta US Dollar, tekstil dan produk olahan tekstil 633,4 juta US Dollar, furnitur 496,8 juta US Dollar, produk-produk kimia sebesar 353,06 juta US Dollar, dan produk ikan serta olahan ikan dengan nilai 338,76 juta US Dollar. Pada tahun tersebut, persentase UKM yang terlibat dalam tindakan ekspor sebesar 77,28 persen atau setara dengan 13.775 eksportir. Akan tetapi dari jumlah 13.775 eksportir dari kalangan UMKM, kontribusinya hanya sebesar 4,09 persen dari total ekspor dengan nilai 6,331 juta US Dollar (Badan Standarisasi Nasional 2023).

Selanjutnya untuk meningkatkan ekspor ke Tiongkok, pemerintah Indonesia mengirim Wakil Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI)

Beijing untuk melakukan pameran produk-produk unggulan UMKM Indonesia di Canton Fair, Guangzhou, Tiongkok (Murwanti 2023). Dalam kegiatan tersebut, Indonesia bekerja sama dengan salah satu perusahaan di Tiongkok, Overseas Prominent Brand (OPB) agar dapat menampung berbagai produk unggulan 30 unit UMKM yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia (Rizki 2023). Unit UMKM tersebut merupakan hasil binaan dari kolaborasi antara Kementerian Perdagangan RI, Bank Indonesia, serta Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia. Tidak hanya itu, upaya negosiasi juga dilakukan guna meningkatkan minat dari perusahaan-perusahaan Tiongkok untuk memilih produk asal Indonesia. Sebagai upaya memperkenalkan kekayaan alam Indonesia berupa produk UMKM seperti kopi, teh, makanan ringan, hingga bumbu instan dipasarkan pada perusahaan agregator tersebut. Hal ini merupakan bentuk diplomasi dari pemerintah Indonesia agar produk Indonesia dapat beredar di pasar Tiongkok (Antara 2022).

Dampak dari upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor UMKM ke Tiongkok tersebut dapat dilihat melalui data ekspor Indonesia tahun 2022. Dibandingkan tahun 2021, ekspor produk Indonesia ke Tiongkok meningkat sekitar 25,4 persen di penghujung tahun 2022. Sebelumnya, pada tahun 2021 nilai ekspor Indonesia ke Tiongkok sebesar 56,4 miliar US Dollar, sementara tahun 2022 mencapai 70,7 miliar US Dollar (Antara 2023). Meskipun demikian, penyumbang terbesar ekspor Indonesia ke Tiongkok bukan dari UMKM, melainkan sektor-sektor berskala besar seperti besi, bahan bakar mineral/minyak mineral, nikel, dan sebagainya. Besi dan baja menjadi penyumbang ekspor terbesar ke tiongkok dengan nilai ekspor 18,97 miliar US Dollar (Databoks 2023).

Kesulitan produk UMKM asal Indonesia untuk menguasai pasar Tiongkok salah satunya terkait dengan kendala perizinan. Untuk itu, pada tahun 2019 pemerintah Indonesia melalui Menteri Perdagangan RI melakukan negosiasi terkait prosedur administrasi bersama Minister of General Administration of Custom China (GACC). (Press Release Kontan 2019). Kesepakatan antara Indonesia dan Tiongkok tersebut dibahas di dalam *joint working group,* dengan tujuan agar nilai ekspor Indonesia ke Tiongkok dapat ditingkatkan. Pada pertemuan tersebut, pemerintah Indonesia menginginkan agar ekspor produk dari dalam negeri seperti sarang burung walet, buah-buahan tropis (durian, nanas, alpukat, buah naga), hingga hasil perikanan mendapatkan izin dan kemudahan ekspor ke Tiongkok.

Kendala seperti lambatnya proses verifikasi yang dilakukan oleh GACC, terkait dengan teknis dan administrasi ekspor ke Tiongkok menjadi alasan utama produk Indonesia sulit menembus pasar Tiongkok. Sebagai kelanjutan dari proses negosiasi tersebut, pemerintah Indonesia melakukan upaya negosiasi terkait prosedur ekspor ke Tiongkok sekaligus menawarkan ajakan untuk para importir asal Tiongkok berinvestasi di Indonesia. Sehingga diharapkan nantinya produk-produk asal Indonesia dapat diterima dengan baik oleh pemerintah dan masyarakat Tiongkok (Isma 2019).

Pemerintah Indonesia juga melakukan negosiasi terkait prosedur ekspor untuk produk porang ke Tiongkok. Pada tahun 2019 ekspor porang ke Tiongkok *dibanned*, akan tetapi kembali dibuka pada tahun 2021. PT Sanindo Porang bersama dengan pemerintah Indonesia memanfaatkan hal ini untuk dapat meningkatkan ekspor produk tersebut. Standarisasi yang cukup ketat, seperti

metode pembuatan keripik porang hingga keharusan memiliki sertifikat *packing house* sesuai dengan ketentuan otoritas Tiongkok menjadi salah satu kendala dalam ekspor porang. Untuk itu pemerintah Indonesia melakukan negosiasi dengan GACC Tiongkok untuk membahas terkait permasalahan yang melandasi diberhentikannya ekspor porang asal Indonesia. Dibantu oleh KBRI Beijing, pemerintah Indonesia melakukan upaya negosiasi teknis dengan pihak Tiongkok dan menghasilkan protokol yang berisi tentang aturan dan standar produk yang akan dikirim ke Tiongkok (Alinea Indonesia 2022).

Kesepakatan lain yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mempermudah ekspor adalah dengan penandatanganan untuk memperpanjang kesepakatan *the Agreement Between the Gorvenment of Republic Indonesia and Government of the People's Republic of China on Further Expanding and Deepening Bilateral Economic and Trade Cooperation*/BETC). Kesepakatan antara kedua belah pihak ini bertujuan untuk meningkatkan optimalisasi potensi pasar, khususnya memperluas area kerja sama ekonomi, investasi bilateral, dan perdagangan. Di dalam forum Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 tahun 2022 di Bali, kedua belah pihak melakukan perundingan yang menghasilkan penandatanganan kesepakatan baru BETC, setelah sebelumnya berakhir pada tahun 2021 (FTA Center 2022).

Selain itu pemerintah Indonesia juga melakukan kesepakatan lain yang dilakukan Indonesia dengan Tiongkok adalah MoU antara Indonesia dan RRC di bidang *e-commerce*. Di dalamnya terdapat kesepakatan terkait promosi produk UMKM melalui digital, layanan logistik berbasis elektronik, penerapan big data hingga *Artificial Intelligence* (AI) serta *Internet of Things* (IoT). Hal ini

dinegosiasikan atau dibahas dan disepakati oleh kedua belah pihak pada KTT G20 di Bali dan kembali ditandatangani melalui pertemuan bilateral kedua negara di Istana Negara RI di tahun 2023 (Kemenko Bidang Perekonomian RI 2023).

Pada dasarnya, kerja sama antara Indonesia dengan Tiongkok merupakan kerja sama yang menguntungkan satu sama lain. Hal ini dikarenakan setiap kerja sama atau kesepakatan yang dijalin menghasilkan output positif bagi kedua belah pihak. Akan tetapi, Indonesia sebagai negara yang membutuhkan peningkatan ekspor UMKM, bertindak sebagai negara yang lebih aktif untuk menggelar/mengadakan agenda pertemuan untuk menghasilkan kesepakatan dan penandatanganan kerja sama. Dapat disimpulkan bahwa upaya diplomasi Indonesia telah sesuai dengan variabel *Relative Economic Power* karena mampu memanfaatkan relasi yang ada dengan sebaik mungkin.

3.1.2 Amerika Serikat

Ekspor Indonesia ke Amerika Serikat terjalin melalui skema fasilitas *Generalized System of Preferences (GSP)* atau bebas tarif bea masuk bagi ekspor asal Indonesia. Amerika Serikat salah satu negara tujuan ekspor terbesar bagi produk UMKM Indonesia yang memberlakukan GSP untuk beberapa negara-negara berkembang. Pada tahun 2020, pemerintah Amerika Serikat telah resmi memperpanjang pemberian fasilitas *Generalized System of Preferences* (GSP) atau disebut juga kebijakan bebas tarif bea masuk bagi eksportir asal Indonesia (Sekretariat Kabinet RI 2020).

Melalui *United States Trade Representative* (USTR), Amerika Serikat sebelumnya telah mengkaji terlebih dahulu fasilitas GSP untuk Indonesia sejak Maret 2018. GSP merupakan fasilitas yang ditawarkan secara sepihak oleh

Amerika Serikat sejak tahun 1974, sementara Indonesia mendapatkannya pada tahun 1980. Program kebijakan ini diberikan oleh Amerika Serikat kepada negara-negara berkembang di seluruh penjuru dunia. Beberapa sektor yang difasilitasi oleh GSP diantaranya produk manufaktur dan semi manufaktur, pertanian, perikanan, hingga industri primer (Hamdani and Haikal 2017).

Nilai ekspor Indonesia di tahun 2019 yang menggunakan fasilitas GSP mencapai angka 2,61 miliar dolar, setara dengan 13,1 persen dari total ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, yaitu sekitar 20,1 miliar dolar (Wardah 2020). Keuntungan tersebut membuat pemerintah Indonesia terus berupaya untuk memperpanjang perjanjian GSP bagi kedua belah pihak, mengingat kerja sama kedua belah pihak akan berakhir pada akhir tahun 2019 (Kementerian Perdagangan RI 2020). Meskipun demikian, pada akhirnya Indonesia menjadi salah satu negara yang beruntung karena berhasil meyakinkan Amerika Serikat melalui upaya diplomasi ekonomi untuk tetap melakukan perdagangan menggunakan fasilitas GSP (CNBC Indonesia 2020).

Tahun 2019 saat diterapkannya GSP juga menjadi sebuah angin segar bagi para pelaku UMKM, di mana pada tahun tersebut ekspor non-migas Indonesia ke Amerika Serikat menjadi salah satu kerja sama paling menguntungkan bagi pihak Indonesia. Hal ini karena di tahun 2019 Amerika Serikat menjadi partner Indonesia dalam kegiatan ekspor non-migas terbesar kedua. Komoditas yang diekspor oleh Indonesia ke Amerika pada periode diterapkannya GSP adalah produk pertanian berupa buah-buahan seperti apel, gandum, kapas, hingga kacang kedelai. Nilai perdagangan komoditas pertanian ke Amerika Serikat tersebut mencapai 3 miliar dolar Amerika Serikat (Medina 2020).

Produk ekspor dengan ekspor terbesar lainnya dari Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2019 adalah pakaian jadi, nilai ekspornya mencapai 2 miliar dolar (Medina 2020). Kemudian pada bulan Agustus tahun 2020, nilai ekspor GSP Indonesia ke Amerika Serikat mampu mencapai angka 1.87 Dolar Amerika Serikat, yang berarti mengalami kenaikan sebesar 10.6 persen dibandingkan di tahun sebelumnya pada periode yang sama (Hastiadi 2020). Kerja sama yang terjalin antara Indonesia dan Amerika Serikat pada kebijakan GSP merupakan salah satu kesepakatan yang berhasil. Hal ini karena kedua belah pihak mendapatkan keuntungan timbal balik dari sistem perdagangan yang diterapkan.

Akan tetapi, sejak ditetapkannya perpanjangan perjanjian pada tahun 2020, perpanjangan GSP telah tertunda hingga hari ini. Padahal, GSP merupakan salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kontribusi ekspor produk domestik, khususnya dari sektor UMKM. Hingga hari ini, pemerintah Indonesia terus berupaya melakukan upaya dengan pihak Amerika Serikat, agar nantinya perjanjian GSP dapat kembali diperpanjang (Kurniati 2024).

Secara umum, implementasi GSP oleh Indonesia telah memberikan peluang terhadap UMKM untuk melakukan ekspor ke Amerika Serikat. Hal ini berarti memudahkan produk-produk UMKM asal Indonesia, untuk menjangkau dan bersaing di pasar Amerika Serikat yang sangat kompetitif dan berdaya saing tinggi (CNBC Indonesia 2020). Terlebih, peran Indonesia sebagai rantai pasok alternatif Amerika Serikat juga menjadikan produk-produk UMKM asal Indonesia menjadi semakin mudah memasuki pasar Amerika Serikat (Kurniati 2024). Selain itu, dengan diterapkannya kebijakan tarif impor oleh AS, membuat produk dari Tiongkok menjadi sulit untuk masuk ke pasar AS. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh

UMKM Indonesia untuk dapat menguasai pasar AS akibat dari turunnya volume ekspor dari Tiongkok ke AS.

Indonesia memanfaatkan kerja sama GSP tersebut dengan melakukan berbagai upaya untuk melakukan penyesuaian agar para pelaku UMKM dapat lebih adaptif terhadap skema ekspor melalui GSP ke AS (J News 2020). Kendala yang sering ditemui oleh para pelaku UMKM yang ingin melakukan ekspor melalui fasilitas GSP diantaranya adalah kurangnya pemahaman terkait fasilitas GSP, minimnya sertifikasi produk berlevel internasional, hingga kurangnya pembiayaan untuk memenuhi permintaan ekspor ke AS. Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia bekerja sama dengan pemerintah AS telah melakukan adaptasi terkait hal ini dengan melakukan pendampingan, sertifikasi internasional produk oleh *Food and Drink Administration* (FDA) dan Kementerian Pertanian AS, hingga pemberian insentif kepada para pelaku UMKM yang ekspor ke AS menggunakan fasilitas GSP. Manfaat lain yang didapatkan oleh UMKM dari kerja sama ini adalah terbukanya akses investasi untuk investor asal AS yang ingin bekerja sama dengan pelaku UMKM (Diskop UM 2020).

Dalam kerja sama dengan Amerika Serikat, Indonesia memiliki peran sebagai negosiator dan implementor kebijakan kedua belah pihak. Oleh sebab itu, Indonesia berupaya untuk mengimplementasikan kerja sama yang telah dibangun terhadap Amerika Serikat sekaligus mendorong UMKM untuk mengadaptasi kebijakannya. Sementara upaya diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk mengatasi kendala atau permasalahan yang ada yakni dengan melakukan negosiasi agar kebijakan GSP dapat diperpanjang dan syarat sertifikasi oleh Amerika Serikat dapat diadaptasi. Berkaitan dengan variabel *relative*

economic power, Indonesia telah melakukan berbagai upaya diplomasi dengan Amerika Serikat, akan tetapi peran Indonesia masih kecil dan secara umum hanya menjadi aplikator kebijakan yang dijalin. Meskipun demikian, Indonesia mendapatkan keuntungan dari kesepakatan yang dijalin melalui upaya-upayanya.

3.1.3 Jepang

Selain bekerja sama dengan Tiongkok dan Amerika Serikat, penting bagi Indonesia untuk meningkatkan kolaborasi dengan Jepang untuk meningkatkan ekspor UMKM ke negeri sakura tersebut. Penguatan kerja sama antara Indonesia dan Jepang didasari atas bergabungnya Indonesia ke dalam Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA) (Hidayat and Zahidi 2023). Di dalam IJEPA, terdapat berbagai aturan yang menguntungkan bagi Indonesia maupun Jepang sebagai negara mitra. Aturan-aturan tersebut diantaranya penghapusan tarif secara menyeluruh bagi kedua belah pihak guna memperluas kebebasan perdagangan kedua negara (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2006).

Sebagai salah satu negara penghasil kopi, produk kopi dan produk olahan kopi Indonesia menjadi salah satu produk yang diminati di Jepang. Akan tetapi, meskipun Indonesia mampu menghasilkan produksi kopi dengan jumlah yang besar, namun nilai ekspor kopi Indonesia ke Jepang masih kalah jika dibandingkan dengan negara-negara kompetitor seperti Brazil, Vietnam, Guatemala, Kolombia, dan Ethiopia (Antara News 2022). Untuk itu, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI dan Kedutaan Besar RI di Tokyo membentuk *Indonesia House of Beans*, sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja ekspor produk kopi ke negara Jepang. *Indonesia House of Beans* sendiri

merupakan wadah promosi bagi produk-produk UMKM asal Indonesia yang berfokus dalam pengadaan, penyimpanan, pelatihan, hingga promosi dan pemasaran produk di pasar Jepang (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2022).

Selain itu, upaya yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan ekspor UMKM di Jepang juga dilakukan dengan mengikutsertakan para pelaku UMKM ke salah satu pameran terbesar di Asia yang diadakan di Jepang. Pameran terbesar se-Asia tersebut adalah *The 13th Hoteres Japan & The Foodex in Kansai*, yang digelar pada 15-16 Juli 2021 di Intex Osaka, Kansai, Jepang (Ministry of Trade RI 2021). Sebanyak 21 UMKM mengikuti pameran tersebut untuk memamerkan produk-produk mereka. Tidak hanya Indonesia, pameran tersebut juga turut dihadiri oleh beberapa negara seperti Perancis, Kanada, Spanyol, Jepang, serta ratusan importir produk makanan dan minuman lainnya dari kawasan Asia. Sehingga dalam hal ini tentu sangat menguntungkan Indonesia, menjadikan produk UMKM Indonesia lebih dikenal oleh masyarakat dunia, tidak hanya Jepang. Terlebih, pameran tersebut diadakan pada masa pandemi *covid-19* yang menjadikan UMKM sangat berperan besar dalam pemulihan ekonomi nasional Indonesia (Kementerian Perdagangan RI 2021).

Pasca diadakannya kerja sama di berbagai pameran di Jepang selama tahun 2021-2022, nilai ekspor kopi Indonesia mengalami peningkatan. Pada akhir tahun 2022, ekspor kopi asal Indonesia ke seluruh dunia mengalami kenaikan hingga 35,71 persen dari tahun sebelumnya. Jika pada tahun 2021 ekspor kopi Indonesia hanya sebesar 842,52 juta US Dollar dengan volume ekspor sebesar

380.173 ton, tahun 2022 menjadi sebesar 1,14 miliar US Dollar, dengan volume ekspor mencapai 433.780 ton. Sementara itu Jepang menjadi salah satu negara tujuan ekspor kopi utama Indonesia di tahun yang sama, yakni dengan volume ekspor 59,9 juta US Dollar (Hortus Archipelago 2024). Hal ini tentu memberikan dampak positif serupa terhadap UMKM sebagai pionir dalam proses produksi hingga ekspor kopi. Dengan meningkatnya ekspor kopi Indonesia ke negara-negara mitra berarti turut memberikan surplus perdagangan ekspor produk UMKM kopi asal Indonesia.

3.1.4 Malaysia

Malaysia merupakan salah satu mitra Indonesia sebagai sesama negara berkembang. Sementara Indonesia merupakan negara yang memiliki *power* yang besar di Asia Tenggara, hal ini dikarenakan Indonesia termasuk sebagai pemimpin kawasan. Hal ini tercermin dalam berbagai peran Indonesia di dalam membentuk berbagai kebijakan dan strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Maka dari itu, peran diplomasi Indonesia di dalam forum-forum ASEAN seperti terlibat aktif dalam memperkuat koordinasi serta konsolidasi antara negara-negara di dalam ASEAN. Selama ini Indonesia memainkan peran sebagai salah satu *decision maker* dalam hal kebijakan luar negeri, investasi, perdagangan, hingga pertahanan (ASEAN Indonesia 2023 2023).

Dalam studi kasus peningkatan ekspor UMKM, upaya diplomasi Indonesia di dalam ASEAN dibuktikan dengan pengaruhnya pada peningkatan integrasi ekonomi ASEAN. Seperti perannya dalam berpartisipasi untuk membentuk perspektif di dalam penyelesaian perundingan *Regional Comprehensive Economic Partnersip* (RCEP) (Kementerian Perdagangan RI

2019). Untuk memanfaatkan dominasinya di ASEAN, Indonesia turut melakukan kerja sama dengan beberapa negara anggota, salah satunya Malaysia.

Sebagai sesama negara berkembang di Asia Tenggara, Malaysia dan Indonesia telah menjalin kerja sama di berbagai bidang, salah satunya di bidang ekspor-impor. Pada tahun 2022, nilai ekspor Indonesia ke Malaysia mencapai 15,6 miliar dolar AS. Angka tersebut meningkat sebesar 11,5% dari 5 tahun sebelumnya yang hanya sebesar 9,05 miliar dolar AS (OEC 2023). Kerja sama ekspor-impor yang dijalin oleh Indonesia dan Malaysia di telah dilakukan melalui berbagai upaya diplomasi. Salah satunya adalah dengan dengan memperkenalkan produk Indonesia di Malaysia melalui berbagai ajang pameran. Pameran-pameran tersebut diantaranya Indonesia product fair, MATTA Fair Sarawak, Festival Wonderful Indonesia, Mooncake Festival, Expo Sarawak Timmer dan Familization Trip. Ikhtiar pemerintah Indonesia ini direalisasikan melalui upaya Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Kuching untuk memaksimalkan potensi UMKM dalam menembus pasar Malaysia (Antara News 2022).

Selain itu, Kementerian Luar Negeri Indonesia juga berupaya agar ekspor UMKM Indonesia ke Malaysia dapat ditingkatkan. Salah satu strateginya adalah dengan melakukan upaya diplomasi untuk mengatur agenda pertemuan antara pelaku UMKM dengan para pembeli Malaysia melalui *business matchmaking*. Pada agenda tersebut, KBRI mempertemukan 16 pelaku UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Para pelaku UMKM tersebut telah diseleksi dan dikurasi hingga menyisakan 16 pelaku UMKM yang akhirnya dibawa ke Malaysia. Upaya tersebut memberikan dampak positif, salah satu contohnya adalah diterimanya tawaran ekspor oleh salah satu pelaku UMKM asal Jawa Barat untuk melakukan

ekspor produk buah dan sayur dengan nilai transaksi hingga 50.000 dolar AS per bulan. Juga eksportir UMKM furnitur asal Jawa Tengah yang menghasilkan potensi transaksi sebesar 3,5 miliar rupiah (Asia Today 2020).

Berbagai upaya diplomasi Indonesia ke Malaysia diperkuat dengan keanggotaan di dalam kerja sama *sub regional*. Indonesia memperdalam cakupan kerja sama melalui keanggotaan di dalam *The Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT)* serta *Brunei Darussalam-Indonesia-Malaysia-Philippines East ASEAN Growth Area* (BIMP-EAGA). Kerja sama yang telah dibangun Indonesia di dalam IMT-GT berfokus pada ekonomi masyarakat yang di sekitar perbatasan negara-negara anggota. Salah satunya adalah dengan penandatanganan MoU antara Indonesia-Malaysia terkait rencana konektivitas laut RORO rute Dumai-Malaka di awal tahun 2019. Dengan adanya kerja sama ini, ekspor Indonesia bidang UMKM di sekitar perbatasan diharapkan dapat semakin meningkat (Direktorat Jenderal Perhubungan Laut RI, 2019).

3.2 International Regimes

Pada variabel rezim internasional, setiap negara yang bergabung di dalam sebuah rezim internasional berpartisipasi dalam pembentukan kesepakatan formal-non formal, norma, hingga prosedur dalam suatu kerangka kerja sama antar negara anggota. Adanya rezim internasional membantu negara-negara yang ada di dalamnya untuk dapat berinteraksi satu sama lain dan melakukan negosiasi bersama untuk mencapai kepentingan bersama, khususnya cita-cita jangka panjang. Negara yang tergabung ke dalam rezim internasional umumnya memiliki

kepentingan yang sama untuk mendapatkan akses-akses perdagangan yang mudah, mulai dari perluasan akses dan pasar hingga kesempatan untuk mengemukakan kebutuhan nasional di dalam forum rezim internasional.

Rezim internasional menjadi suatu wadah yang sangat menguntungkan bagi negara-negara yang tergabung di dalamnya, terutama dalam menciptakan kepentingan bersama. Bahkan adanya rezim internasional memungkinkan negara-negara anggota untuk bekerja sama membentuk dan mengatur pasar sesuai dengan kesepakatan dan kepentingan bersama. Dampaknya, kemudahan transaksi antar anggota maupun non anggota rezim seperti pengurangan biaya transaksi, pembentukan norma, aturan, maupun negosiasi terkait aturan-aturan yang menghambat perdagangan dapat diatasi (Bayne and Woolcock 2017). Dalam hal ini, Indonesia sebagai negara yang aktif dalam forum-forum internasional telah bergabung dengan beberapa rezim internasional seperti *World Trade Organization* (WTO) dan *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP). Selain itu Indonesia juga menjalin kerja sama bilateral dengan Australia melalui *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA). WTO berperan sebagai wadah kerja sama multilateral, RCEP sebagai wadah kerja sama regional, dan IA-CEPA sebagai sarana kerja sama bilateral.

Sebagai salah satu rezim internasional yang hingga saat ini dimanfaatkan Indonesia untuk memenuhi kepentingan ekonominya, WTO telah memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia dari waktu ke waktu (Rabbani 2021). Latar belakang Indonesia berpartisipasi ke dalam rezim internasional WTO adalah untuk mendorong kepentingan nasional Indonesia, terutama dalam memudahkan aktivitas perdagangan internasional. Langkah ini

diambil oleh Indonesia, sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui berbagai tindakan diplomasi di dalam WTO.

Untuk memanfaatkan keikutsertaan di dalam WTO, Indonesia tergabung ke dalam beberapa koalisi guna meningkatkan kekuatan negosiasi, diantaranya G-33, NAMA-11, dan G-20 (Putra and Geovanic 2024). Anggota-anggota di dalam koalisi tersebut pada dasarnya memiliki kepentingan yang serupa dengan Indonesia, yakni untuk mempermudah diskusi dan negosiasi di dalam WTO. Sehingga Indonesia dan negara-negara anggota yang lain saling berpartisipasi aktif dalam proses perumusan kebijakan bersama, dengan memprioritaskan pencapaian *development objectives* dari *Doha Development Agenda* (DDA) (Kementerian Keuangan RI 2022).

WTO memberikan perlakuan khusus bagi negara-negara berkembang, yang menjadikan daya tarik bagi para anggota, termasuk Indonesia. Perlakuan khusus terhadap negara-negara berkembang tersebut diatur di dalam segala persetujuan di dalam WTO, yakni dengan istilah *Special and Differential Treatment for developing countries*-S&D. Maksud dari kebijakan tersebut adalah untuk memudahkan para anggota WTO, khususnya bagi negara-negara berkembang untuk dapat melaksanakan persetujuan di dalam WTO. Selain itu, WTO juga memiliki beberapa prinsip yang mengatur aktivitas di dalam setiap tindakan atau persetujuan (Kurniawardhani 2021).

Sebagai salah satu upaya meningkatkan kinerja ekspor produk UMKM, pemerintah Indonesia di dalam WTO memanfaatkan fasilitasi perdagangan *Trade*

Facilitation Agreement (TFA). Sejak diberlakukan pada awal tahun 2017, TFA diproyeksikan untuk membantu peningkatan PDB negara anggota pelaku ekspor. Merespons banyaknya kendala di dalam proses administrasi ekspor-impor, TFA memiliki peran dalam membantu menghilangkan hambatan administratif, dengan melakukan percepatan pembersihan saat tahap transit (World Trade Organization, n.d.). Dalam hal ini, TFA memiliki manfaat yang sangat dibutuhkan bagi UMKM di Indonesia. Hal ini dikarenakan TFA memiliki fokus terhadap kelancaran mekanisme perdagangan internasional, sekaligus sebagai instrumen hukum yang kuat. Pada dasarnya, diberlakukannya TFA adalah sebagai strategi dalam pembangunan dan peningkatan perekonomian negara-negara anggota WTO secara komprehensif dan berkesinambungan (United States Agency for International Development 2021).

Untuk itu, Indonesia sebagai negara yang sedang berupaya untuk melakukan peningkatan ekspor UMKM, sangat diuntungkan oleh kehadiran TFA sebagai wadah untuk mempermudah ekspor barang. Fasilitas yang diberikan oleh TFA diantaranya transparansi ekspor, impor, prosedur administrasi, transit, bea masuk, pajak, hingga biaya lainnya yang berkaitan dengan perdagangan internasional. Selain itu, untuk percepatan aktivitas perdagangan internasional juga dibutuhkan transparansi oleh TFA dengan mengatur terkait pemeriksaan barang, pembatasan, penalti, validasi barang sebelum dikirim, hingga ketetapan khusus terhadap negara yang ingin melaksanakan perdagangan internasional (World Customs Organization, n.d.).

Sebagai instrumen untuk memberikan manfaat bagi UMKM, TFA diberlakukan di Indonesia dengan merujuk pada Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2017 tentang Pengesahan *Protocol Amending The Marrakesh Agreement Establishing The World Trade Organization* (Kementerian Hukum dan Ham RI 2020). Undang-undang tersebut berisi tentang berbagai macam prosedur, aturan, hingga biaya yang ditentukan dalam proses ekspor-impor. Dalam hal ini, ekspor UMKM dapat berkembang jika mampu memanfaatkan fasilitas TFA, dengan didorong beberapa aspek TFA sebagai landasan hukum agar ekspor UMKM dapat lebih efisien dan meningkat. Memberlakukan TFA berarti memberikan akses positif terhadap UMKM dalam kegiatan ekspor, mengingat di dalam TFA terdapat pengurangan biaya logistik dan perdagangan bagi para UMKM. Indonesia memiliki wadah untuk berpartisipasi dalam penataan serta transparansi hukum dan metode ekspor UMKM melalui TFA (World Trade Organization 2020)

Sementara itu, untuk memanfaatkan segudang fasilitas yang diberikan WTO di dalam TFA, pemerintah Indonesia melakukan ratifikasi terhadap TFA. Ratifikasi tersebut dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan tujuan untuk memaksimalkan adanya manfaat yang diberikan TFA guna mendongkrak ekspor Indonesia. Isi dari ratifikasi oleh pemerintah Indonesia diantaranya terkait permintaan transparansi mekanisme ekspor-impor, peningkatan akses ekspor UMKM, pengurangan biaya akomodasi pelaku usaha dalam proses ekspor, dan meningkatkan sekaligus memperlancar perdagangan para anggota di ranah internasional (Hakim 2022). Hingga saat ini, kontribusi Indonesia di dalam WTO masih sebatas anggota yang mengimplementasikan kebijakan-kebijakan yang ditujukan untuk anggotanya, termasuk melakukan ratifikasi terhadap TFA dan

kebijakan-kebijakan yang lain. Pada dasarnya, kontribusi Indonesia di dalam WTO disesuaikan dengan kepentingan Indonesia untuk memajukan ekspor UMKM Indonesia.

Dalam ruang lingkup regional, Indonesia dan negara-negara ASEAN memanfaatkan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) yang merupakan perjanjian perdagangan bebas. Di dalam RCEP, terdapat 10 negara ASEAN seperti Kamboja, Brunei, Laos, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Singapura, Vietnam, Filipina, dan Thailand. Sementara 6 negara yang menjadi mitra RCEP yakni Jepang, Tiongkok, Korea Selatan, Selandia Baru, Australia, dan India). Konsep dari perjanjian RCEP yakni sebagai strategi negara-negara berkembang di kawasan Asia Tenggara dan mitra untuk meningkatkan perdagangan internasional di kawasan regional (Tarigan et al. 2023).

Kesepakatan di dalam RCEP sangat dibutuhkan, guna memperluas akses pasar dan memberikan fasilitas terhadap perdagangan internasional melalui aturan atau regulasi yang jelas dan komprehensif. Terlebih, dengan bergabung ke RCEP memberikan berbagai manfaat yang didapatkan oleh negara-negara anggotanya, salah satunya penghapusan tarif sekitar 92% bagi barang yang diperdagangkan oleh para pihak RCEP. Oleh sebab itu, dengan Indonesia ke dalam RCEP diharapkan mampu menstimulasi ekspor barang Indonesia hingga mencapai 5,01 miliar dolar AS di tahun 2040 (FTA Center RCEP 2023).

Upaya diplomasi Indonesia dibuktikan dengan mengemban amanah sebagai Koordinator jalannya perundingan di dalam perjanjian RCEP. Peran tersebut didapatkan oleh Indonesia setelah mencetuskan inisiatif untuk

mengadakan perjanjian RCEP pada saat menjadi ketua ASEAN di tahun 2011. Indonesia juga memanfaatkan keanggotaannya di dalam RCEP untuk memaksimalkan upaya diplomasi di dalam Presidensi G20 Indonesia tahun 2022 agar dapat mendorong pemanfaatan RCEP sekaligus memperkuat posisi kepemimpinan Indonesia. Selain itu, upaya Indonesia juga dilakukan melalui UU Cipta Kerja yang berisi tentang kemudahan berusaha. Sehingga hal ini diharapkan mampu menarik para anggota RCEP untuk menjadi investor yang berorientasi ekspor (Kemenko Bidang Perekonomian RI 2021).

Beberapa manfaat yang didapatkan Indonesia sebagai anggota RCEP diantaranya adalah peningkatan akses ekspor Indonesia, meningkatnya daya saing di kawasan, meningkatkan aliran investasi langsung. Anggota dan mitra yang ada di dalam RCEP merupakan pangsa pasar terbesar bagi Indonesia yang mencapai angka 57% di tahun 2020, sementara aliran investasi asing dari negara anggota RCEP mencapai 66% (CNBC Indonesia 2020). Pada tahun 2021, total nilai perdagangan Indonesia dengan anggota RCEP mencapai 263,2 miliar dolar AS, sementara ekspornya sebesar 121,45 dolar AS (Suhayati 2022). Sementara pasca ditandatanganinya RCEP pada tahun 2020 lalu, nilai ekspor UMKM mengalami peningkatan. Pada triwulan 2021, nilai ekspor produk UMKM meningkat menjadi 22,71%, di mana triwulan 2020 hanya sebesar 17,24%. Hal ini tidak terlepas dari upaya optimalisasi ekspor yang dilakukan pemerintah Indonesia, khususnya di dalam RCEP untuk mendukung peningkatan ekspor UMKM. Didorong dengan upaya lain seperti fasilitasi standarisasi internasional bagi UMKM, sekolah ekspor, dan lain-lain (Universitas Gadjah Mada 2021).

Selain WTO dan RCEP, Indonesia melakukan upayanya untuk meningkatkan ekspor ekspor UMKM melalui kesepakatan *Indonesia - Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA). Kerja sama antara Indonesia dan Australia yang mulai diimplementasikan pada tahun 2020 tersebut, merupakan inisiasi antara kedua belah pihak untuk meningkatkan kekuatan kedua negara di kawasan, baik dari segi ekonomi maupun politik. Di dalam IA-CEPA, Australia mengeliminasi sebanyak 6.474 pos tarif atau keseluruhan (100%) pos tarif bagi produk Indonesia agar bebas masuk Australia. Sementara Indonesia memberlakukan eliminasi terhadap 10.229 (94%) dari total pos tarif terhadap produk asal Australia (FTA Center 2020).

Kesepakatan IA-CEPA memiliki beberapa manfaat yang diharapkan mampu memberikan stimulus terhadap perdagangan kedua negara, termasuk dalam konteks ekspor UMKM. Seperti memberikan perluasan akses pasar untuk meningkatkan daya saing bagi produk pertanian, industri, perikanan, serta kehutanan. IA-CEPA juga memfasilitasi kerja sama ekonomi yang berkelanjutan bagi kedua belah pihak agar dapat memanfaatkan perjanjian dengan lebih luas (Merdeka com 2022). Dalam memanfaatkan kesempatan kemitraan ini, pemerintah Indonesia melalui Badan Standardisasi Nasional (BSN) melakukan kerja sama dengan *Australian Standard* untuk melakukan komunikasi dan negosiasi terkait "*standard mapping".* Hal ini bertujuan agar produk asal Indonesia maupun Australia dapat diterima sesuai dengan standar nasional masing-masing negara, sehingga memungkinkan untuk menciptakan hubungan timbal balik yang baik (BSN RI 2020).

Selain itu, untuk meningkatkan popularitas produk UMKM Indonesia di Australia, pemerintah Indonesia bersama para pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman menghadiri pameran *Fine Food Australia* yang digelar pada September 2022 di Melbourne, Australia. Dalam pameran ini, produk asal Indonesia mampu mencatatkan transaksi hingga 3,1 juta US Dollar, atau setidaknya 46 miliar rupiah. Acara tersebut merupakan hasil upaya diplomasi Kementerian Perdagangan RI melalui *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) Sydney serta Konsulat Jenderal RI (KJRI) Melbourne (GAPMMI 2022). Pasca diberlakukannya IA-CEPA antara Indonesia dan Australia, ekspor produk makanan dan minuman asal Indonesia ke Australia meningkat. Sebelumnya pada tahun 2018, nilai ekspor produk makanan dan minuman olahan Indonesia ke Australia adalah sebesar 4 miliar US Dollar, sementara pada tahun 2022 menjadi 5,26 US Dollar (Kementerian Perdagangan RI 2023). Peningkatan tersebut tentu menjadi angin segar bagi para pelaku UMKM di mana sebagian besar ekspor yang terjalin merupakan hasil dari produk olahan UMKM.

3.3 *Interest*

Setiap negara yang melakukan tindakan terhadap perumusan atau penetapan kebijakan ekonomi sejatinya dapat dipengaruhi oleh kepentingan domestik. Berbagai kepentingan domestik tersebut tidak hanya berasal dari lembaga negara, akan tetapi aktor-aktor non negara seperti serikat pekerja, industri, LSM, maupun berbagai kelompok lain dalam masyarakat. Sehingga adanya kepentingan-kepentingan tersebut mampu memberikan dampak terhadap proses pengambilan keputusan dan diplomasi ekonomi dengan

mempertimbangkan dukungan politik, stabilitas sosial, hingga kesejahteraan ekonomi nasional. Kepentingan dari berbagai pihak tersebut merupakan aspek utama yang melandasi tindakan suatu negara untuk melakukan negosiasi atau kerja sama internasional.

Harapannya, keputusan yang dihasilkan dari proses diplomasi lintas batas negara dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan timbal balik yang maksimal. Pada konsep kepentingan ini juga menjadikan negara menjadi lebih adaptif dalam mengikuti perubahan dan perkembangan pasar. Sehingga hal ini memunculkan kebijakan-kebijakan yang lebih efektif dan efisien untuk mendapatkan kepentingan nasional yang menguntungkan berbagai pihak (Bayne and Woolcock 2017). Dalam mengimplementasi konsep ini, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan untuk mencapai kepentingan nasional yang mampu memberikan keuntungan bagi pihak-pihak di dalamnya, terutama masyarakat Indonesia.

Sebagai salah satu negara berkembang yang terus melakukan perbaikan di bidang ekonomi, Indonesia memiliki kepentingan yang berhubungan dengan peningkatan ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat. Mengingat, per tahun 2015 sampai dengan tahun 2022 angka pertumbuhan ekonomi Indonesia rata-rata hanya bisa tumbuh di angka 5-6% (CNBC Indonesia 2024). Hal ini menggambarkan bahwa perlu nya peningkatan angka pertumbuhan ekonomi dengan berbagai upaya salah satu nya adalah peningkatan angka ekspor Indonesia khususnya di bidang UMKM. Peningkatan ekonomi ini ditujukan untuk menjadikan negara dengan kekuatan ekonomi yang kuat. Hal ini selaras dengan tujuan berkelanjutan

Indonesia yakni Indonesia Maju 2045 yang memiliki 4 pilar diantaranya pembangunan manusia serta penguasaan ilmu teknologi dan pengetahuan.

Selain itu tujuan lain dari Indonesia maju 2045 yakni pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, pemerataan pembangunan, hingga pemaksimalan ketahanan nasional dan tata kelola pemerintahan. Tujuan tersebut didasarkan pada isi Pancasila dan UUD 1945 guna menjadikan bangsa Indonesia sebagai negara yang mandiri, berdaulat, dan berkepribadian (Finaka and Nurhanisah, n.d.). Pada tahun 2045, Indonesia diperkirakan memiliki nilai pendapatan ekonomi sekitar 9 triliun US Dollar. Bahkan Indonesia berpeluang menjadi negara kekuatan ekonomi terbesar nomor 4 di dunia, dengan potensi SDM yang inovatif, adaptif, produktif, berkemampuan dalam melakukan transformasi ekonomi, hingga mampu menguasai berbagai kebaharuan teknologi (Kementerian Keuangan RI, n.d.).

Selain cita-cita sebagai negara raksasa ekonomi di 2045, di bidang politik Indonesia juga memiliki kepentingan untuk berperan sebagai negara *regional great power*. Yakni menjadi negara yang berpengaruh kuat di Asia Pasifik, sehingga perlu adanya peran sebagai *effective leadership* di ASEAN. Dengan pengaruh kuat Indonesia di kawasan, Indonesia diproyeksikan mampu berkontribusi terhadap isu-isu yang terjadi di kawasan maupun agenda internasional (Aristama 2022). Terlebih, Indonesia bercita-cita sebagai negara yang mengedepankan multilateralisme dan cenderung memperluas cakupan atau jaringan diplomatik. Adanya pengaruh Indonesia di kawasan dalam memanfaatkan struktur tata kelola di dalamnya, guna mencapai kepentingan bersama di kawasan. Memprioritaskan stabilitas di kawasan Asia Tenggara dan

Asia Pasifik sekaligus mendefinisikan serta mengagendakan pembahasan terkait isu keamanan, kemaritiman, hingga perdamaian secara signifikan (Sekretariat Kabinet RI 2023).

Untuk mewujudkan berbagai cita-cita Indonesia di masa depan, khususnya dalam meningkatkan kemakmuran dan menjadi negara maju di tahun 2045, dibutuhkan UMKM sebagai tonggak ekonomi. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan bagian penting dari ekonomi suatu negara, khususnya negara-negara berkembang seperti Indonesia. Terlebih, Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk terpadat di dunia yang mayoritas mata pencahariannya adalah sebagai pelaku UMKM. Peran UMKM sejauh ini dilihat sebagai penyumbang PDB terbesar, penyedia lapangan pekerjaan, solusi untuk masyarakat kelas menengah, hingga pengoperasiannya yang lebih fleksibel. Selain itu, UMKM juga berperan besar terhadap hal lain di bidang perekonomian, yakni dalam meningkatkan kreativitas SDM, menstimulasi pendapatan masyarakat dan ekonomi lokal, hingga berkontribusi besar terhadap pendapatan negara dan pajak (Sirait et al. 2024).

Sebagai langkah untuk mencapai kepentingan Indonesia dalam meningkatkan perekonomian negara dengan melakukan ekspor UMKM yang selaras dengan tujuan yang tercantum pada Indonesia Emas 2045, pemerintah Indonesia telah menerapkan sejumlah kebijakan guna mewujudkan hal tersebut. Salah satu upayanya adalah dengan mengeluarkan kebijakan UMKM *go digital* dan UMKM *go global*. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia melakukan kerja untuk meningkatkan penjualan produk UMKM ke berbagai negara dengan berbagai *startup* seperti Shopee dan Bukalapak. Melalui program Kreasi

Nusantara *From Local to Global* dan BukaGlobal, pemerintah Indonesia memperkuat kerja sama ekspor UMKM dengan berbagai negara di dunia, khususnya di kawasan Asia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI 2021).

Program Kreasi Nusantara *From Local to Global,* merupakan salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam mewujudkan kepentingannya untuk meningkatkan ekspor UMKM. Melalui kerja sama dengan platform perusahaan jual beli online "Shopee", pemerintah Indonesia berupaya untuk memperluas jangkauan ekspor produk-produk UMKM lokal, khususnya di bidang makanan dan minuman, fesyen, perlengkapan rumah tangga, kecantikan dan perawatan, dan lain-lain. Program yang diluncurkan tahun 2018 tersebut diinisiasikan oleh pemerintah Indonesia guna mencapai kepentingan sebagai *Digital Energy of Asia*. Harapannya, hal ini menjadi stimulus bagi para pelaku UMKM agar dapat memperluas jaringan ekspor sekaligus menciptakan kemandirian digital (Silalahi 2018).

Sejak diluncurkan, program Kreasi Nusantara diproyeksikan untuk dapat menjangkau pasar ekspor luar negeri Indonesia, terkhusus ke negara-negara yang terafiliasi Shopee seperti Singapura, Vietnam, Malaysia, Taiwan, hingga Filipina. Hingga tahun 2020, program Kreasi Nusantara melalui kanal *From Local to Global* telah mampu memberikan peningkatan terhadap transaksi harian produk UMKM hingga 8 kali lipat. Pada awal peluncurannya, Shopee telah meluncurkan sebanyak 5.000 dari 25.000 produk UMKM asal Indonesia yang telah dikurasi untuk melakukan ekspor ke Singapura dan Malaysia (Bisnis Tekno 2019). Selain itu, program lain dari Shopee yaitu Kampus Shopee, telah berkontribusi untuk

melakukan pembinaan terhadap pendekatan literasi digital bagi lebih dari 40.000 pelaku UMKM di seluruh penjuru nusantara (Kementerian Perdagangan RI 2020).

Selain Kreasi Nusantara dari Shopee, program lain yang ditujukan untuk mencapai kepentingan Indonesia di dalam ekspor UMKM adalah program/fitur BukaGlobal, yang diinisiasi oleh pemerintah Indonesia dan *startup* Bukalapak pada tahun 2019. Program yang ditujukan untuk meningkatkan devisa negara melalui ekspor ini telah berkolaborasi dengan para pelaku UMKM dan komunitasnya di lebih dari 100 kota. Fokus dari program BukaGlobal yaitu untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM dari warung-warung kecil yang ingin terjun ke *platform online marketplace*. Setidaknya terdapat sekitar empat negara Asia yang telah mampu dijangkau sebagai sasaran kerja sama ekspor Indonesia, yakni Singapura, Taiwan, Hongkong, dan Malaysia (Kominfo RI 2019).

Program BukaGlobal memfasilitasi sekitar 4 juta pelaku UMKM agar dapat terhubung dengan para pembeli di pasar global. Untuk itu, pemerintah Indonesia memberikan dukungan terhadap inisiatif tersebut melalui fasilitas pelatihan bisnis dan kewirausahaan, pembangunan infrastruktur internet secara menyeluruh, hingga program vokasi guna mempercepat pembangunan manusia dan ekspor UMKM. Program ini menargetkan agar pada akhir tahun 2019 sebanyak 8 juta pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan penjualan ke luar negeri. Hal ini merupakan strategi Indonesia untuk memanfaatkan peningkatan pertumbuhan pesat konsumen kelas menengah di Asia Tenggara tahun 2020, yang diperkirakan mencapai 350 juta jiwa (Media Indonesia 2019).

Selain upaya mewujudkan kepentingan dari pemerintah Indonesia, terdapat juga upaya dari beberapa kelompok UMKM. Diantaranya yakni Koperasi Cita Berdikari, Kelompok Tani Kopi Wanoja, serta para pelaku UMKM perikanan asal Kalimantan Selatan seperti Mutiara Biru, Cahaya Benur, dan Mandiri. Pada tahun 2020 lalu, Koperasi Cita Berdikari mampu melakukan ekspor ke Brunei Darussalam. Meskipun pada saat itu bertepatan dengan pandemi covid-19, namun kelompok UMKM tersebut berhasil mengekspor 2.650 ekor domba ke Brunei Darussalam. Keberhasilan dalam melewati berbagai kendala seperti kesulitan transportasi selama pandemi, hingga protokol dalam pelaksanaan ekspor yang semakin diperketat (Suara Surabaya Net 2020).

Selanjutnya upaya lain yang dilakukan adalah dari kelompok UMKM Tani Kopi Wanoja Bandung. Kelompok UMKM binaan Bank Indonesia tersebut sangat berperan terhadap ekspor produk pertanian, khususnya kopi. Melalui fasilitas yang diberikan oleh Bank Indonesia, kelompok Tani Wanoja mampu melewati masa sulit saat pandemi covid-19 menghantam (Detik 2021). Bahkan, pada tahun 2022 Kopi Wanoja telah bekerja sama dengan salah satu buyer asal Jepang, yakni dari Kopikalyan Jepang. Penandatanganan MoU antara Kopi Wanoja dengan pihak Kopikalyan turut disaksikan secara langsung oleh Bank Indonesia (Detik Jabar 2022).

3.4 Institutions and Domestic Decision-Making

Pada variabel *institutions and domestic decision-making*, menjelaskan bahwa setiap tindakan yang dilakukan dalam proses negosiasi di luar batas negara, pada dasarnya dipengaruhi juga oleh institusi, lembaga, hingga aktor domestik

seperti perusahaan, kelompok masyarakat, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Aktor-aktor domestik tersebut umumnya sangat berkontribusi terhadap suatu keputusan dan perumusan kebijakan guna mendorong diplomasi ekonomi yang lebih efektif. Kontribusi antar lembaga dan institusi internal di ruang lingkup domestik maupun internasional sangat berpengaruh terhadap perumusan dan keberhasilan kebijakan pemerintah di sebuah negara.

Faktor keberhasilan suatu negara di dalam merumuskan dan implementasi kebijakan sangat dipengaruhi oleh adanya kontribusi lembaga-lembaga instansi di dalamnya. Oleh sebab itu, tiap-tiap lembaga maupun instansi domestik perlu melakukan kerja sama dan saling terkait satu sama lain. Tidak hanya terbatas pada lembaga pemerintah, faktor-faktor domestik seperti perusahaan, lembaga non pemerintah, hingga kelompok kecil di dalam masyarakat juga dapat berpengaruh (Bayne and Woolcock 2017).

Dapat dipahami bahwa upaya diplomasi pemerintah Indonesia dalam mengimplementasikan kerja sama dengan negara-negara mitra, dibutuhkan upaya serupa dari lembaga-lembaga pemerintahan nasional untuk berkolaborasi di dalam perumusan dan pengambilan kebijakan domestik. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan beberapa upaya domestik dalam menyukseskan agenda pemerintah guna mendongkrak kontribusi ekspor. Dalam studi kasus upaya peningkatan ekspor produk UMKM, variabel ini telah diimplementasikan oleh pemerintah Indonesia melalui berbagai lembaga, instansi, hingga kelompok non pemerintah yang memiliki kepentingan yang sama.

Selama periode 2015-2022, UMKM telah mengalami dinamika mengikuti kondisi ekonomi dan politik internasional, sehingga terdapat berbagai kebijakan

yang dikeluarkan pemerintah untuk meningkatkan ekspor UMKM. Kebijakan ekonomi Indonesia pada periode pertama presiden Joko Widodo, di bidang ekspor UMKM salah satunya adalah Paket Kebijakan Ekonomi Tahap XI. Pemerintah Indonesia di dalam kerangka kebijakan tersebut mengeluarkan kebijakan Kredit Usaha Rakyat Berbasis Ekspor (KURBE) (Kementerian Perhubungan Republik Indonesia 2016). KURBE direalisasikan oleh pemerintah Indonesia menyusul kurangnya penyaluran kredit terhadap para pelaku UMKM, yang seharusnya dapat menjadi keunggulan untuk mendongkrak perekonomian. Hal ini disebabkan oleh sulitnya akses UMKM terhadap lembaga pembiayaan, padahal UMKM sangat membutuhkan kredit sebagai langkah untuk mendorong nilai ekspor (Radio Republik Indonesia 2024).

Isi dari kebijakan KURBE yakni berupa bantuan pemerintah dalam memfasilitasi pembiayaan ekspor yang lengkap dan terpadu, untuk dimanfaatkan sebagai modal kerja para pelaku UMKM. Bantuan tersebut berupa Kredit Modal Kerja Ekspor/KMKE dan juga Kredit Investasi Ekspor/KIE (Rusastra 2018). Melalui Lembaga pembiayaan Ekspor Indonesia/LPEI, pemerintah Indonesia melakukan penyaluran pembiayaan terhadap UMKM yang berorientasi ekspor. Persentase Angsuran (p.a) suku bunga efektif tanpa subsidi ditetapkan oleh pemerintah sebesar 9 persen (tanpa subsidi).

Batas maksimal plafond pembiayaan yang diberikan terhadap para pelaku UMKM memiliki beberapa golongan, yakni 5 miliar rupiah untuk KURBE Mikro, 25 miliar rupiah untuk KURBE Kecil (dengan catatan maksimal KMKE sebesar 15 miliar rupiah), sementara KURBE menengah mendapatkan maksimal plafond dengan besaran 50 miliar rupiah (dengan ketentuan 25 miliar rupiah maksimal

KMKE). UMKM diberikan tenggat waktu KURBE paling lama 3 tahun untuk pemanfaatan KMKE, sementara KIE memiliki jangka waktu 5 tahun(Sekretariat Kabinet RI 2016).

Sementara pada periode kedua, pemerintah Indonesia juga memiliki kebijakan yang berfokus pada penguatan UMKM. Salah satu program pemerintah pada tahun 2020 yakni Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), yang bertujuan untuk memperkuat ekonomi Indonesia pasca masuknya pandemi *Covid-19* (Kemenkeu RI 2020). Pada dasarnya, program tersebut memberikan segudang manfaat bagi para pelaku UMKM untuk dapat bertahan di masa pandemi internasional tersebut. Diantaranya dengan memberikan subsidi pinjaman, pemberian jaminan modal kerja, restrukturisasi kredit, hingga insentif perpajakan. Tujuan diberikannya subsidi bunga kredit adalah untuk memperkuat modal para pelaku UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), penyaluran dana bergulir oleh Lembaga Pengelola dana Bergulir (LPDB) Kemenkop UKM, dan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) (Kemenkeu RI 2018).

Program ini dikembangkan oleh pemerintah Indonesia dengan menempatkan dana ke perbankan nasional, dengan tujuan restrukturisasi kredit UMKM. Selain itu, untuk membantu UMKM meningkatkan pendapatan usahanya, pemerintah memberikan jaminan modal kerja UMKM melalui PT Jamkrindo dan Askrindo (Persero) hingga 10 miliar rupiah pada tahun 2020. Untuk membantu mengurangi beban karyawan UMKM, pemerintah juga memberikan jaminan insentif Pajak Penghasilan (PPh Pasal 21) ditanggung oleh pemerintah. Sementara untuk para pelaku UMKM, pemerintah memberikan insentif PPh akhir dengan besaran 0,5 persen ditanggung pemerintah. Pemerintah

Indonesia melalui Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan Republik Indonesia (DJPb RI), juga memberikan akses dukungan pelatihan dan pemasaran bagi para pelaku UMKM melalui program Rumah UMi. Hal ini bertujuan untuk mendorong peningkatan daya saing, kualitas produk, hingga memperluas akses pasar produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM (Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kemenkeu RI 2023).

Merespon kebijakan KUR dan PEN yang diadakan oleh pemerintah, hingga tahun 2022 UMKM telah memanfaatkan kebijakan KUR sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas barang atau jasa yang dijual. Sejak mulai diimplementasikannya program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang memberikan subsidi bunga kredit, UMKM berhasil memanfaatkannya dengan baik. Terlebih, dengan bergabungnya Indonesia ke dalam kesepakatan-kesepakatan internasional dan mengeluarkan kebijakan domestik KURBE, pada tahun 2017 Indonesia telah berhasil mengalokasikan dana kepada para pelaku UMKM sebesar Rp 1 triliun melalui Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI). Sementara realisasi anggaran hingga November tahun 2017 telah mencapai angka Rp 281,9 miliar, atau sama dengan 28,1 persen dari total keseluruhan alokasi dana pembiayaan KURBE (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian 2017).

Secara umum, KUR telah berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi nasional dalam 7 tahun terakhir (2015-2022). Setidaknya sebesar Rp1.300 triliun dana digelontorkan pemerintah kepada para pelaku UMKM selama kurun waktu 7 tahun. Bahkan dalam periode satu tahun kalender, realisasi KUR tahun 2022 mencapai Rp348,47 triliun, di mana angka tersebut menyentuh

93,38 persen dari yang ditargetkan pada tahun 2022 sebesar Rp373,17 triliun. Dari jumlah tersebut, total debitur yang menerima fasilitas subsidi bunga kredit di tahun 2022 sejumlah 7,27 juta debitur (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2022). Sementara pada tahun yang sama ada 39 juta unit UMKM atau sekitar 50 persen dari jumlah total UMKM pada tahun tersebut telah memanfaatkan skema Kredit Usaha Rakyat Klaster. Sebagian besar kredit tersebut dilakukan oleh Lembaga Pengelolaan Dana Bergulir Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (LPDB KUMKM) kepada para pelaku UMKM (Kementerian Komunikasi dan Digital 2022).

Dengan adanya kebijakan pemerintah dalam pengembangan dan peningkatan kualitas produk UMKM, menjadikan nilai tambah bagi UMKM untuk menjangkau pasar ekspor. Dalam hal ini, lembaga pemerintah maupun instansi pemerintah berkolaborasi dan memiliki kaitan satu sama lain. Pemerintah Indonesia dengan kebijakannya mampu menyadarkan para pelaku UMKM untuk lebih mengenal pasar ekspor dan strategi agar produk-produk yang dihasilkan oleh para pemilik bisnis dapat dijangkau dari segi harga, kualitas, hingga pemahaman terkait dengan proses administrasi menuju ekspor. Upaya-upaya dari pemerintah Indonesia terhadap kebijakan domestik tersebut melibatkan lembaga maupun instansi pemerintahan untuk berkolaborasi satu sama lain dalam perumusan kebijakan hingga implementasi tiap-tiap kebijakan yang ada. Setidaknya terdapat beberapa instansi atau lembaga pemerintah seperti Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, LPEI, Kementerian Keuangan, LPDB UMKM, hingga Sekretariat Kabinet Republik Indonesia juga turut berkontribusi terhadap

perumusan hingga implementasi kebijakan-kebijakan dalam upaya meningkatkan ekspor UMKM (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia 2016).

Selain upaya lembaga atau instansi pemerintah dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan domestik, terdapat juga upaya diplomasi pemerintah Indonesia di dalam ruang-ruang internasional sebagai upaya untuk memaksimalkan kebijakan yang telah dirumuskan di dalam negeri. Salah satu upaya tersebut adalah kerja sama ekspor-impor produk halal dengan Uni Eropa yang dibahas pada pertemuan *The 6th Indonesia-Europe Union Joint Committee, Bali*. Berbagai kementerian yang terlibat dalam diskusi diplomatis tersebut diantaranya Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pertahanan, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, dan lain-lain (Kementerian Agama RI, 2022).

Melalui agenda tersebut, Indonesia dan Uni Eropa saling berbagi pandangan terkait dengan kerja sama ekspor produk halal. Dalam pembahasan terkait dengan kerja sama ekspor produk halal, Indonesia dipimpin oleh Kementerian agama yang melakukan komunikasi/negosiasi pihak Uni Eropa. Pada kerja sama produk halal yang dirumuskan kedua belah pihak, diperkuat dengan adanya *Partnership Cooperation Agreement* (PCA) yang menjadi prinsip dalam memperkuat ikatan kerja sama. Output yang dihasilkan dari pertemuan tersebut diantaranya adalah MoU perjanjian kerja sama Indonesia dengan para anggota Uni Eropa, agar dapat merumuskan sekaligus menandatangani *Mutual Recognition Agreement* (MRA) (Kementerian Agama RI, n.d.).

Tabel 1. Peta Peran dan Kolaborasi Antar Lembaga dan Instansi

Lembaga/Instansi	Luaran/Peran	Kolaborasi Antar Lembaga/Instansi
Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian	Merumuskan dan menyusun kebijakan KURBE, termasuk saat kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)	Melakukan koordinasi dengan lembaga-lembaga atau instansi pemerintahan terkait skema dan implementasi KURBE, khususnya Kementerian Keuangan
Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI)	Melakukan pengelolaan terhadap penyaluran KURBE, meliputi Kredit Modal Kerja Ekspor dan Kredit Investasi Ekspor, termasuk saat implementasi program PEN	Melakukan koordinasi dengan Kementerian Keuangan dan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian terkait penyaluran KURBE, LPEI menjadi penyalur KURBE kepada para pelaku UMKM
Kementerian Keuangan	Menjadi fasilitator dalam alokasi dana sekaligus merumuskan regulasi dan kebijakan fiskal terkait pendanaan melalui KURBE dan program PEN	Melakukan penyaluran dana melalui LPEI untuk disalurkan kepada pelaku UMKM sekaligus melakukan koordinasi dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian terkait penyaluran dana KURBE
Kementerian Koperasi dan UKM	Melakukan pembinaan terhadap para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas dan berdaya saing ekspor global, termasuk memberikan fasilitas pembiayaan pada masa *Covid-19*, sesuai dengan program PEN	Melakukan koordinasi dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian dan LPEI terkait upaya peningkatan kualitas UMKM Indonesia melalui pelatihan dan akses pembiayaan
Lembaga Pengelolaan Dana	Menjadi penyalur dana bergulir kepada para pelaku UMKM	Bekerja sama langsung dengan Kementerian

Bergulir Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (LPDB KUMKM)	sesuai dengan skema KUR dan KURBE	Koperasi dan UKM terkait dengan penyaluran dana KURBE dan KUR kepada para pelaku UMKM

3.5 Ideational Factors

Variabel *ideational factors* merupakan faktor yang menggambarkan pandangan yang berasal dari pemerintah maupun masyarakat di negara menjadi dasar terbentuknya suatu kebijakan. Pandangan ini berkaitan dengan gagasan kolektif pemerintah dan masyarakatnya yang terwujud dari identitas nasional negara tersebut yang menjadi representasi nilai-nilai budayanya. Adanya faktor ini menjadi representasi akan tujuan pengangkatan nilai-nilai lokal dan daya tarik budaya unik pada strategi pemasaran internasional di berbagai kegiatan/skema diplomasi dan kebijakan luar negeri.

Pengangkatan nilai-nilai lokal/budaya atau identitas nasional suatu negara di berbagai instrumen kerja sama luar negeri, bertujuan untuk meningkatkan posisi tawar negaranya. Adanya peningkatan posisi tawar tersebut memungkinkan suatu negara untuk lebih mudah dalam melakukan tindakan negosiasi dan diplomasi di level internasional. Hal ini bisa diimplementasikan melalui pengenalan identitas, baik itu berupa ciri khas budaya suatu negara maupun produk di dalamnya. Dalam diplomasi ekonomi, nilai budaya dan keunggulan dari suatu negara dapat dimanfaatkan untuk melakukan tindakan negosiasi sekaligus promosi identitas suatu negara (Bayne and Woolcock 2017).

Pada studi kasus peningkatan ekspor UMKM, Indonesia membutuhkan kemudahan memperluas akses pasar melalui berbagai instrumen kerja sama yang

memberikan kebebasan dalam proses ekspor-impor. Kebebasan tersebut dapat berupa liberalisasi perdagangan yang ada pada berbagai instrumen kerja sama, seperti WTO, ACFTA, IJEPA, RCEP, dan berbagai kerja sama lain yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya. Dalam hal ini, konsep pemikiran yang menjadi dasar kerja sama Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk UMKM adalah liberal. Ditingkatkannya liberalisasi perdagangan oleh Indonesia, diharapkan dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan dan mampu menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi seluruh masyarakat Indonesia (UAD News 2024)

Selain melakukan liberalisasi perdagangan, Indonesia juga perlu mempertimbangkan faktor ideasional seperti mengangkat keunggulan budaya nasional di kancah internasional. Indonesia memanfaatkan keunggulan tersebut sebagai faktor ideasional untuk melakukan diplomasi ekonomi, khususnya di sektor UMKM. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk-produk unggulan yang memiliki nilai budaya dan tradisi yang kuat dari leluhur Indonesia. Tidak heran jika hal ini juga menjadikan produk UMKM Indonesia memiliki nilai budaya yang kuat dan berdaya tarik tinggi (Kemdikbud RI 2019).

Dalam memanfaatkan keunggulan tersebut, pemerintah Indonesia melakukan sejumlah upaya guna memperluas pasar produk-produk UMKM berdaya saing tinggi di level internasional. Salah satu produk unggulan Indonesia yang bernilai budaya sekaligus sebagai alat diplomasi budaya adalah batik (Antara News 2023). Batik Indonesia telah diakui oleh The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) sebagai Warisan Budaya Tak

Benda di tahun 2009. Batik juga telah diakui oleh dunia internasional sebagai kain bersejarah di dalam peradaban manusia (UNESCO, n.d.).

Sebagai upaya untuk memanfaatkan keunggulan batik di bidang ekspor UMKM, pemerintah Indonesia melalui KBRI Doha bekerja sama dengan beberapa kedutaan besar yang ada di Qatar memperkenalkan batik melalui gelaran "*Katara Celebrations During The World Cup 2022*". Pameran tersebut bertujuan untuk memasarkan batik asal Indonesia ke mancanegara, mengingat Piala Dunia merupakan ajang sepakbola paling bergengsi di dunia. Sehingga hal ini adalah inisiatif positif untuk memasarkan produk industri kreatif batik tanah air ke dunia internasional. Pada pameran tersebut, para pengunjung juga mendapatkan kesempatan untuk mencoba melakukan pembuatan batik menggunakan alat batik lukis dan batik cap. Bahkan untuk mempromosikan batik tersebut, para pengrajin batik juga mempersembahkan batik bertuliskan "FIFA World Cup Qatar 2022" (Liputan 6 2022).

Selain itu, pemerintah Indonesia juga sebelumnya telah melakukan upaya internasionalisasi batik melalui pameran yang digelar di Senegal. KBRI Dakar mengadakan pagelaran pameran batik yang dilakukan pada tahun 2016 lalu dengan konsep pameran budaya kuliner dan kerajinan batik sekaligus *fashion show.* Selain pameran dan *fashion show,* kontingen Indonesia juga turut mempersembahkan tarian-tarian khas Indonesia agar pameran batik dapat semakin menarik minat pengunjung (Antara 2016). Hal yang paling menarik dalam pameran tersebut adalah penggunaan batik oleh finalis *Miss Senegal* 2016 yang sekaligus menjadi pembuka acara pameran KBRI Dakar tersebut. Upaya tersebut

merupakan bentuk promosi keunikan batik sebagai *nation branding* Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO (Hakim 2018).

Dapat disimpulkan bahwa berbagai upaya diplomasi yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor UMKM relevan dengan pemikiran liberal. Sesuai dengan konsep pemikiran liberal menurut Adam Smith dalam bukunya *"The Wealth of Nations",* yang mengatakan bahwa adanya pasar bebas dan persaingan merupakan faktor utama untuk mendorong kemajuan ekonomi. Sebagai salah satu pemikir di dalam konsep pasar bebas, Adam Smith berpendapat bahwa masyarakat atau individu memiliki hak kebebasan dalam melakukan aktivitas ekonomi (Purba and Sihombing 2024).

Dalam diplomasi ekonomi, pelaku UMKM dan pemerintah Indonesia dalam melakukan ekspansi ekspor dan praktik kebebasan pasar bagi produk UMKM telah banyak dipengaruhi oleh pemikiran liberal. Di mana Indonesia semakin membuka peluang pasar untuk berbagai negara di dunia, mulai dari membahas agenda untuk memasarkan produk UMKM, hingga implementasi agenda/kebijakan yang dibangun. Hal ini dibuktikan melalui berbagai upaya dibukanya peluang kerja sama Indonesia dengan negara-negara mitra, seperti melakukan kerja sama dengan Senegal dan Qatar. Pemikiran liberal juga menekankan pentingnya memanfaatkan potensi dari sebuah negara, dalam hal ini UMKM memainkan peran tersebut (Anggraheni and Pratama 2021).

Batik menjadi produk yang dipilih oleh Indonesia untuk sebagai faktor ideasional untuk melakukan upaya diplomasi ekonomi dengan memasarkan UMKM sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia ke level internasional.

Dengan keunikan dan ciri khas yang telah melekat dengan Indonesia, ditambah dengan pengakuan oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia, batik memegang peranan penting dalam merepresentasikan citra Indonesia dimata dunia. Oleh karena itu, konsep pemikiran liberal menjadi sangat penting agar produk-produk UMKM asal Indonesia, khususnya batik dapat beredar luas di pasar luar negeri (UNESCO Permanent Delegation of Republic Indonesia 2017).

BAB 4

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Sebagai negara berkembang yang terus berupaya untuk menjadi negara maju, UMKM berperan penting dalam ekonomi Indonesia melalui kontribusinya yang mencapai 60 persen PDB tiap tahunnya. Selain itu, jumlah unit UMKM mencapai 60 juta unit dengan penyerapan tenaga kerja hingga rata-rata 100 juta orang per tahun di bidang perdagangan produk maupun jasa, mayoritas dari sektor pertanian dan kuliner. Meskipun demikian, UMKM masih belum menunjukkan nilai positif pada kontribusinya terhadap ekspor sejak 2015-2022, di mana kontribusi ekspor UMKM per tahun masih di bawah 20 persen dari total keseluruhan ekspor. Padahal Indonesia telah melakukan banyak tindakan kerja sama, diantaranya dengan tiga negara tujuan utama ekspor yakni Tiongkok, Amerika Serikat, dan Jepang, serta Malaysia

Dalam menjawab upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan ekspor UMKM, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock bertajuk *New Economic Diplomacy*. Teori yang dikembangkan oleh Bayne dan Woolcock tersebut terbagi menjadi 5 variabel, yakni *relative economic power*, *international regimes*, *interest*, *institutions and domestic decision-making*, serta *ideational factors*. Penulis menemukan kecocokan antara variabel penelitian dengan upaya diplomasi

Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk UMKM 2015-2022. Upaya-upaya telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2. Aplikasi Variabel pada Teori *New Economic Diplomacy*

Sub-bab	Variabel	Aplikasi
3.1	***Relative economic power*** Setiap negara di dunia memiliki kekuatan ekonomi relatif, yang berarti tidak hanya negara-negara dengan ekonomi yang kuat saja yang dapat memberikan pengaruhnya dalam proses diplomasi ekonomi, namun negara dengan ekonomi kecil juga dapat melakukan tindakan diplomasi dengan potensi atau peluang yang dimilikinya.	Kerja sama dengan negara-negara ekonomi maju yakni Tiongkok, Amerika Serikat, dan Jepang. 1. Tiongkok - Indonesia memanfaatkan kerangka ACFTA - Indonesia meningkatkan promosi di ajang pameran (Canton Fair) - Negosiasi prosedur administrasi terkait perizinan pasar untuk kemudahan ekspor kedua negara - Indonesia menawarkan para investor Tiongkok untuk berinvestasi di Indonesia 2. Amerika Serikat - Indonesia dan Amerika Serikat melakukan tindakan negosiasi terkait perpanjangan fasilitas GSP - Indonesia berupaya melakukan adaptasi terhadap kebijakan di dalam GSP - Indonesia dan AS memberikan pendampingan terhadap pelaku UMKM - Kolaborasi kedua negara dalam memberikan penyuluhan terkait sertifikasi internasional dan bantuan pembiayaan. 3. Jepang - Indonesia dan Jepang mengimplementasikan kerangka kerja sama IJEPA - Indonesia membentuk wadah promosi produk UMKM Indonesia dari kopi *"Indonesia House of Beans"* - Melalui *Indonesia House of Beans* UMKM diberi fasilitas pelatihan, pengadaan, hingga penyimpanan dan promosi produk UMKM kopi asal Indonesia. - Para pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk memasarkan produknya berbagai pameran di Jepang seperti *The 13th Hoteres Japan & The Foodex in Kansai*.

Sub-bab	Variabel	Aplikasi
		4. Malaysia - Indonesia melakukan konsolidasi di dalam ASEAN - Indonesia Berperan dalam perumusan kebijakan dan strategi ASEAN - Indonesia berperan dalam RCEP - Ekspor Indonesia 2022 meningkat menjadi sebesar 15 miliar USD - Indonesia mengikuti berbagai pameran UMKM di Malaysia - Indonesia mengirim UMKM untuk mengadakan matchmaking di Malaysia
3.2	***International Regimes*** Upaya diplomasi ekonomi di ruang lingkup internasional memerlukan rezim-rezim internasional untuk meningkatkan keberhasilan dan kesempatan perluasan pasar bagi para negara anggotanya.	1. WTO - Indonesia memanfaatkan kerangka kerja sama di WTO - Melalui fasilitas *Trade Facilitation Agreement* (TFA) di WTO, Indonesia bertekad untuk mempermudah akses pasar UMKM di level internasional - Indonesia berkontribusi dalam ratifikasi TFA untuk mendukung kemudahan ekspor 2. IA-CEPA - Indonesia memanfaatkan kerangka IA-CEPA - Penyesuaian standar antara Indonesia dan Australia melalui *standard mapping* - UMKM Indonesia difasilitasi pemerintah untuk menghadiri pameran *Fine Food Australia* 3. RCEP - Indonesia membuka peluang pasar ASEAN dan mitra RCEP - Indonesia menjadi koordinator perundingan - Indonesia mendorong pemanfaatan RCEP di dalam forum G20 - Indonesia memberlakukan UU Cipta Kerja untuk menarik investor RCEP - Indonesia melakukan standarisasi UMKM
3.3	***Interest*** Setiap negara memiliki kepentingannya	Kepentingan Indonesia yang mendasari ekspor UMKM - Menjadi negara dengan indeks pembangunan manusia yang tinggi

Sub-bab	Variabel	Aplikasi
	masing-masing dalam melakukan kerja sama internasional yang dipengaruhi oleh aktor-aktor seperti LSM, industri, kelompok masyarakat, hingga serikat pekerja dan lain-lain.	- Menjadi negara maju 2045 - Menjadi negara dengan kemampuan teknologi yang mutakhir - Menjadi negara 4 besar kekuatan ekonomi dunia - Menjadi *regional great leadership* di ASEAN - Lembaga/kelompok UMKM non pemerintah mempengaruhi kebijakan - Lembaga UMKM yang mempengaruhi diantaranya Koperasi Cita Berdikari dan Kelompok Tani Wanoja
3.4	***Institutions and Domestic Decision Making*** Setiap negara yang melakukan proses diplomasi sejatinya membutuhkan langkah domestik, baik dari lembaga pemerintah maupun LSM dan lembaga non pemerintah lainnya.	Lembaga-lembaga/instansi yang pemerintah yang berkolaborasi dalam perumusan dan implementasi kebijakan ekspor KURBE dan PEN bagi UMKM: - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian - Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia - Kementerian Keuangan - Kemennterian Koperasi dan UKM - Lembaga Pengelolaan Dana Bergulir Koperasi dan UMKM - Kementerian Agama bekerja sama dengan Uni Eropa dalam ekspor produk halal - Kemenag melakukan perundingan terkait MoU kedua belah pihak
3.5	***Ideational Factors*** Faktor ideasional adalah representasi pandangan dari pemerintah maupun masyarakatnya yang biasanya menjadi nilai jual berupa nilai budaya maupun daya tarik lokal	Pemerintah Indonesia menjadikan batik sebagai daya tarik di level internasional - Ide/gagasan Indonesia dalam melakukan ekspor didasari oleh pemikiran liberal - Berbagai kerja sama Indonesia di dunia mencerminkan kebebasan/liberal - Penggunaan batik dalam *event* bergengsi Piala Dunia 2022 "*Katara Celebrations During The World Cup 2022*" - Pameran batik dalam *event* budaya kuliner dan kerajinan sekaligus *fashion show* pada gelaran *Grand Final Miss Senegal 2016* - UMKM batik mengaplikasikan kebebasan pasar dalam teori liberal. - Upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia berdasar pada pemikiran liberal

4.2 Rekomendasi

Tentu dengan dilakukannya penelitian ini, masih terdapat keterbatasan yang nantinya dapat menjadi rujukan untuk dilakukan evaluasi bagi penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan ruang lingkup penelitian dengan rentang waktu dan spesifikasi negara tujuan ekspor UMKM yang sangat luas. Untuk itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih berfokus pada 1 negara tujuan atau regional tertentu.
2. Tidak ada data spesifik terhadap kendala-kendala yang melatarbelakangi kurangnya ekspor UMKM. Maka dari itu, penelitian selanjutnya sangat direkomendasikan untuk melakukan riset lebih dalam terkait kendala-kendala ekspor UMKM
3. Kurangnya informasi terkait peran dari organisasi regional dalam menyelesaikan permasalahan ekspor UMKM. Sehingga diharapkan kedepannya dapat memasukkan kontribusi organisasi regional dalam menyelesaikan permasalahan anggota di dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Agro Farm. 2024. "RI Genjot Ekspor Produk Mamin ke Arab Saudi melalui Penjajakan Bisnis – Agrofarm." 2024. July 1, 2024. https://www.agrofarm.co.id/2024/04/ri-genjot-ekspor-produk-mamin-ke-arab-saudi-melalui-penjajakan-bisnis/.

Ahmad, Dr Norwan. 2022. "UKM harus berinovasi dan tekanan global." NST Online. February 3, 2022. https://www.nst.com.my/opinion/columnists/2022/02/768264/smes-must-innovate-and-aim-global.

Antaranews. 2019. "Teten Usulkan 'One Gate Policy' Untuk Majukan UMKM Di Indonesia." Antara News. November 16, 2019. https://www.antaranews.com/berita/1166648/teten-usulkan-one-gate-policy-untuk-majukan-umkm-di-indonesia.

Antaranews. 2022. "Perusahaan China tampung produk unggulan 30 UMKM Indonesia." Antara News. September 28, 2022. https://www.antaranews.com/berita/3144993/perusahaan-china-tampung-produk-unggulan-30-umkm-indonesia.

Antaranews. 2022. "Sri Mulyani: Kontribusi kehutanan terhadap ekonomi hanya 0,66 persen." Antara News. June 28, 2022. https://www.antaranews.com/berita/2965045/sri-mulyani-kontribusi-kehutanan-terhadap-ekonomi-hanya-066-persen.

Antaranews. 2022. "UMKM Uleen ubah limbah jadi produk ekspor ke empat negara." Antara News. July 24, 2022. https://www.antaranews.com/berita/3015333/umkm-uleen-ubah-limbah-jadi-produk-ekspor-ke-empat-negara.

Antaranews. 2023. "Ekspor Indonesia ke China meningkat 25,4 persen." Antara News. February 2, 2023. https://www.antaranews.com/berita/3377355/ekspor-indonesia-ke-china-meningkat-254-persen.

Antaranews. 2024. "Menperin: Kontribusi manufaktur Indonesia di atas rata-rata dunia." Antara News. February 13, 2024. https://www.antaranews.com/berita/3962169/menperin-kontribusi-manufaktur-indonesia-di-atas-rata-rata-dunia.

Antara. 2016. "Miss Senegal peragakan batik Indonesia di Dakar." https://www.antaranews.com/berita/594500/miss-senegal-peragakan-batik-indonesia-di-dakar.

Antara News. 2022. "KBRI Tokyo bentuk "Indonesia House of Beans", perkuat ekspor kopi." ANTARA News. https://www.antaranews.com/berita/2962673/kbri-tokyo-bentuk-indonesia-house-of-beans-perkuat-ekspor-kopi.

Antara News. 2023. "Wamenparekraf: Batik berperan sebagai alat diplomasi budaya." ANTARA News. https://www.antaranews.com/berita/3561471/wamenparekraf-batik-berperan-sebagai-alat-diplomasi-budaya.

Aptika, Admin. 2022. "Digitalisasi 4.0 Cara Efisien Tingkatkan Pasar Ekspor UMKM." *Ditjen Aptika* (blog). October 12, 2022.

https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/digitalisasi-4-0-cara-efisien-tingkatkan-pasar-ekspor-umkm/.

Arbar, Thea Fathanah. n.d. "Trump Bermurah Hati RI Dapat GSP, Ini Ternyata Manfaatnya." CNBC Indonesia. Accessed December 9, 2024. https://www.cnbcindonesia.com/news/20201102195136-4-198793/trump-bermurah-hati-ri-dapat-gsp-ini-ternyata-manfaatnya.

Ariseplus. 2022. "Bersama Membangun Perdagangan Jasa Untuk Kesejahteraan Rakyat Indonesia | ARISE+ Indonesia." 2024. June 26, 2024. https://ariseplus-indonesia.org/id/kegiatan/perspektif/bersama-membangun-perdagangan-jasa-untuk-kesejahteraan-rakyat-indonesia.html.

Aristama, Ferga. 2022. "Emerging Middle Power dan Tantangan Perwujudan Visi Indonesia 2045 di Asia Pasifik: Systematic Review." *Piolitica* 13 (11). https://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/download/3427/1097.

Asean Briefing. 2020. "US Extends GSP Status for Indonesia." 2020. ASEAN Business News. November 25, 2020. https://www.aseanbriefing.com/news/us-extends-gsp-status-for-indonesia/.

Badan Standarisasi Nasional. 2023. "Peluang Ekspor Besar, UKM Diminta Kuasai Standar." https://www.bsn.go.id/main/berita/detail/17528/peluang-ekspor-besar-ukm-diminta-kuasai-standar-.

Badan Standarisasi Nasional. 2021. "SNI Tingkatkan Kesempatan UMKM Tembus Pasar Global," 2021.

Bayne, Nicholas, and Stephen Woolcock. 2007. *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Ashgate Publishing, Ltd.

Bea Cukai. 2023. "Ini Hasil Kerja Sama Bea Cukai, Kemenkeu Perwakilan Banten, Dan LPEI Dalam Pemberdayaan UMKM." January 2, 2023. https://www.beacukai.go.id/berita/ini-hasil-kerja-sama-bea-cukai-kemenkeu-perwakilan-banten-dan-lpei-dalam-pemberdayaan-umkm.html.

Bea Cukai. 2023. "Official Website Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai." 2024. July 1, 2024. https://www.beacukai.go.id/berita/ik-cepa-resmi-diimplementasikan-pahami-ketentuan-bea-masuk-barang-dari-korea.html.

Binus University Research Interest Group. 2024. "Perkembangan UMKM sebagai Penunjang Utama Ekonomi." Small Medium Enterprise, Entrepreneurship and Innovation Digital. https://research.binus.ac.id/smeei/2024/03/27/umkm-penunjang-ekonomi/#:~:text=UMKM%20termasuk%20sebagai%20salah%20satu,mayoritas%20tenaga%20kerja%20di%20Indonesia.

Black, I. B., and C. Mytilineou. 1975. "Transsynaptic Regulation of the Development of End-Organ Innervation by the Superior Cervical Ganglion (SCG)." *Transactions of the American Neurological Association* 100:95–98.

BPS. 2024. "Neraca Perdagangan Indonesia April 2022 Mengalami Surplus." 2022. https://www.bps.go.id/news/2022/05/17/510/neraca-perdagangan-indonesia-april-2022-mengalami-surplus.html.

BPS. 2024 “BPS Kabupaten Bangka Tengah.” 2024. June 26, 2024. https://bangkatengahkab.bps.go.id/subject/10/pertambangan.html.

BPS. 2024 “Badan Pusat Statistik.” 2024. June 26, 2024. https://ppukab.bps.go.id/subject/9/industri.html.

Candra, Dian Kurniati, Sapto Andika. 2024. “Indonesia Dorong AS Otorisasi Pembaharuan Fasilitas GSP.” Berita Pajak Terkini, Terpercaya di Indonesia dan Internasional. June 30, 2024. https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1800994/indonesia-dorong-as-otorisasi-pembaharuan-fasilitas-gsp.

Ciputra. 2017. “Mengenal Industri Perhotelan: Dasar-Dasar Dan Tren Terkini.” 2017. *Hotel & Tourism Business Creative & Digital Tourism* (blog). September 25, 2017. https://www.ciputra.ac.id/htb/htb/mengenal-industri-perhotelan-dasar-dasar-dan-tren-terkini/.

Coburn, J. A., B. D. Ripley, and A. S. Chau. 1976. “Analysis of Pesticide Residues by Chemical Derivatization. II. N-Methylcarbamates in Natural Water and Soils.” *Journal - Association of Official Analytical Chemists* 59 (1): 188–96.

Customs Trade Academy. 2024. “Mengapa Barang dari China Murah? - Customs Trade Academy.” Custom Trade Academy. https://customstradeacademy.id/cta/mengapa-barang-dari-china-murah/.

CNBC Indonesia. 2020. “Resmi! AS Perpanjang Fasilitas GSP Kepada Indonesia.” https://www.cnbcindonesia.com/news/20201101140528-4-198402/resmi-as-perpanjang-fasilitas-gsp-kepada-indonesia.

CNBC Indonesia. 2024. “Belajar dari China: Ini Cara Jadikan UMKM Jadi Raksasa.” CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/research/20240307153434-128-520469/belajar-dari-china-ini-cara-jadikan-umkm-jadi-raksasa.

CNBC Indonesia. 2024. “Gagal Meroket, Ekonomi Era Jokowi Malah Gini-Gini Aja.” n.d. Accessed December 24, 2024. https://www.cnbcindonesia.com/research/20240813045137-128-562487/gagal-meroket-ekonomi-era-jokowi-malah-gini-gini-aja.

Data Industri Research. 2024. “Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 - 2024.” 2024. June 27, 2024. https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/.

Databoks. 2023. “Indonesia Ekspor Besi Senilai US$ 18,97 Juta Ribu Ke Cina | Databoks.” n.d. Accessed December 13, 2024. https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/f24fb164385b677/indonesia-ekspor-besi-senilai-us-18-97-juta-ribu-ke-cina.

Direktorat Jenderal Bina Konstruksi Kementerian PU. 2023. “Dirjen Bina Konstruksi; Harus Dapat Beradaptasi Terhadap Perubahan Regulasi Dan Peraturan Konstruksi Demi Pembinaan Konstruksi Yang Inovatif - Direktorat Jenderal Bina Konstruksi.” 2023. June 20, 2023. https://binakonstruksi.pu.go.id/informasi-terkini/sekretariat-direktorat-jenderal/dirjen-bina-konstruksi-harus-dapat-beradaptasi-terhadap-perubahan-re

gulasi-dan-peraturan-konstruksi-demi-pembinaan-konstruksi-yang-inovatif/.

Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kemenkeu RI. 2023. "UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat." DJPb. https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html.

EITI Indonesia. 2024. "EITI Indonesia." 2024. June 27, 2024. https://www.portaldataekstraktif.id/portal-data/5-pengeluaran-sosial-dan-ekonomi/kontribusi-ekonomi?category=eyJpdiI6ImtLMnBISk1hbk5YejFBMzE4Y1BDR2c9PSIsInZhbHVlIjoiZUZoVDFUNGoxL3RtZFlkaVJOdC9Edz09IiwibWFjIjoiY2YxOTQ4ZGYxYmRjY2VjODA3NWI5MWNiNjNkNTc1ZGI1MmE4OTliZDQ5MWZhZGFiZTYzNjEwMzg5ZTZjMGUwOCIsInRhZyI6IiJ9.

EU SME Centre. 2023. "SMEs in China: 2023 Policy Environment Report." EU SME Centre. https://www.eusmecentre.org.cn/publications/smes-in-china-2023-policy-environment-report/.

Faaizah, Noor. 2023. "Ekonomi Makro Adalah: Pengertian, Tujuan, Ruang Lingkup dan Contohnya." https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6906069/ekonomi-makro-adalah-pengertian-tujuan-ruang-lingkup-dan-contohnya.

Finaka, Andrean W., and Yuli Nurhanisah. n.d. "4 Pilar Visi Indonesia 2045." Indonesia Baik. Accessed November 20, 2024. https://indonesiabaik.id/infografis/4-pilar-visi-indonesia-2045.

Firmansyah, Amrie, and Amardianto Arham. 2021. "Strategi Peningkatan Ekspor UMKM Indonesia Selama Pandemi Covid19." *Media Mahardhika* 20 (September):50–68. https://doi.org/10.29062/mahardika.v20i1.300.

Free Trade Agreement Center. 2022. "Di Sela KTT G20, RI–Tiongkok Tanda Tangani Perjanjian BETC, Mendag Zulkifli Hasan: Babak Baru Peningkatan Kerja Sama Bilateral." FTA Center. https://ftacenter.kemendag.go.id/di-sela-ktt-g20-ritiongkok-tanda-tangani-perjanjian-betc-mendag-zulkifli-hasan-babak-baru-peningkatan-kerja-sama-bilateral.

FTA Center Kementerian Perdagangan. 2018. "Indonesia - Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)." 2018. https://ftacenter.kemendag.go.id/cfind/source/files/ijepa/ijepa-3.pdf.

FTA CENTER. 2020. "IA-CEPA." n.d. Accessed December 13, 2024. http://ftacenter.kemendag.go.id/ia-cepa.

Free Trade Agreement Center. 2019. "ACFTA." FTA Center. https://ftacenter.kemendag.go.id/acfta.

GAPMMI. 2022. "GAPMMI | Pameran Fine Food Australia: Paviliun Indonesia Tembus Transaksi USD 3,1 Juta." n.d. Accessed December 13, 2024. https://gapmmi.id/article/read/7775/pameran-fine-food-australia-paviliun-indonesia-tembus-transaksi-usd-3-1-juta.

Hakim, Luqman. 2022. "Implementasi Trade Facilitation Agreement Sebagai Reformasi Perekonomian Di Indonesia." 7 (2).

Hakim, Lutfi M. 2018. "Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia." *Journal of International Studies* 1 (1).

Hamdani, and Haikal. 2017. *Seluk Beluk Perdagangan Ekspor-Impor Jilid 1*. N.p.: Bushindo. https://books.google.co.id/books?id=iDtBEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA68&dq=indonesia+memanfaatkan+gsp&hl=en&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=indonesia%20memanfaatkan%20gsp&f=false.

Hastiadi, Fithra Faisal. 2020a. "Mengapa perpanjangan GSP dari Amerika Serikat penting untuk ekonomi Indonesia." The Conversation. November 25, 2020. http://theconversation.com/mengapa-perpanjangan-gsp-dari-amerika-serikat-penting-untuk-ekonomi-indonesia-150481.

Hidayat, Octaviania M., and M. S. Zahidi. 2023. "Kepentingan Indonesia dalam Kerja Sama Bilateral dengan Jepang (IJEPA) dalam Perdagangan Industri Otomotif 2008-2014." 5 (1). https://ijgd.unram.ac.id/index.php/ijgd/article/download/88/41/1035.

Hidayah, Ibtihal, Yulhendri, and Nora Susanti. 2022. "Peran Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Negara Maju Dan Negara Berkembang : Sebuah Kajian Literatur" 1 (1).

Home, Terkini, Top News, Terpopuler, Nusantara, Nasional, Jawa Tengah, et al. 2021. "Kerajinan Wayang Asal Solo Tembus China, Prancis, Hingga AS." Antara Jateng. April 23, 2021. https://jateng.antaranews.com/berita/377850/kerajinan-wayang-asal-solo-tembus-china-prancis-hingga-as.

Humas Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2015. "Tiga Menteri Sepakati Kemudahan Izin Usaha Mikro Kecil." Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. January 30, 2015. https://setkab.go.id/tiga-menteri-sepakati-kemudahan-izin-usaha-mikro-kecil/.

Irianto, Heru, and Endang Siti Rahayu. 2021. "Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pangan." *Surakarta: CV. Indotama Solo*.

Isma. 2019. "Mendag Enggar Lobi Tiongkok Bahas Hambatan Perdagangan." https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/361011/mendag-enggar-lobi-tiongkok-bahas-hambatan-perdagangan.

Jayani, Dwi Hadya. 2021. "Nilai Ekspor Dari UMKM Capai Rp 339,2 Triliun Pada 2019 | Databoks." Agustus 2021. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/nilai-ekspor-dari-umkm-capai-rp-3392-triliun-pada-2019.

JNews. 2020. "Mau Tembus Pasar Amerika, UMKM Bisa Manfaatkan GSP - JNEWS Online." 2020. November 14, 2020. https://jnewsonline.com/mau-tembus-pasar-amerika-umkm-bisa-manfaatkan-gsp/.

Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2006. "MOFA: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (Join Press Statement)." Ministry of Foreign Affairs of Japan. https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/joint0611-2.html.

Muntaha, Dian A., Dadang Suganda, and M. S. Hadian. 2020. "Aspek Keselamatan dan Kenyamanan Yang Perlu Diperhatikan oleh Entrepreneur

dalam Pembuatan Agrowisata Berbasis Wisata Peternakan." *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research* 2, no. 3 (9).

Nurlina. 2018. "Analisis Keterkaitan Sub Sektor Perikanan Dengan Sektor Lain Pada Perekonomian Di Provinsi Aceh." *JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA*, 2, no. 1 (04).

The Observatory of Economic Complexity. 2023. "Data Historis Ekspor Indonesia." https://oec.world/en/profile/country/idn?yearSelector1=2022&yearlyTradeFlowSelector=flow0.

Tropical Rainforest International Certification. 2021. "Manfaat IK-CEPA, UMKM Bisa Ekspor ke Korsel dengan Tarif Nol Persen." TRIC Indonesia. https://tric-indonesia.com/berita/sylk/manfaat-ik-cepa-umkm-bisa-ekspor-ke-korsel-dengan-tarif-nol-persen/.

Sukanto, Intan F. 2023. "Indonesia – Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA)." UKMINDONESIA.ID. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/indonesia-japan-economic-partnership-agreement-ijepa.

Juwitasari, Amelya. 2024. "Mau Ekspor Kopi ke Amerika Serikat? Inilah Daftar Perusahaan Importir yang Bisa Kamu Ajak Kerjasama." UKMINDONESIA.ID. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/mau-ekspor-kopi-ke-amerika-serikat-inilah-daftar-perusahaan-importir-yang-bisa-kamu-ajak-kerjasama

Kabupaten Sidoarjo. 2023. "Portal Website Pemerintah Kabupaten Sidoarjo - Berita." n.d. Accessed July 5, 2024. https://www.sidoarjokab.go.id/berita/detail/1690881337/0.

Kadin Indonesia. 2022. " 2022. March 3, 2022. https://msadvisory.com/trends-and-growth-of-smes-china/.

Kementerian Keuangan RI. 2022. "Gugatan Uni Eropa di World Trade Organization (WTO) Mengancam Hilirisasi Industri Pertambangan di Indonesia." https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-kalbar/baca-artikel/15503/Gugatan-Uni-Eropa-di-World-Trade-Organization-WTO-Mengancam-Hilirisasi-Industri-Pertambangan-di-Indonesia.html#:~:text=Keterlibatan%20Indonesia%20dalam%20WTO%20dilatarbelakangi,Indonesia%20be.

Kementerian Keuangan RI. 2023. "Sebagai Bagian dari Keketuaan Indonesia untuk ASEAN 2023, Kemenkeu Selenggarakan The 2nd ACFTA WG-CPTF." Kementerian Keuangan. https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/The-2nd-ACFTA-WG-CPTF.

Kementerian Keuangan RI. n.d. "Indonesia Maju 2045: Kenyataan atau Fatamorgana." Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. Accessed November 20, 2024. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13781/Indonesia-Maju-2045-Kenyataan-atau-Fatamorgana.html.

Kementerian Komunikasi dan Digital. 2022. "KUR Klaster Perkuat UMKM untuk Jaga Pertumbuhan Ekonomi." https://www.kominfo.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/kur-klaster-perkuat-umkm-untuk-jaga-pertumbuhan-ekonomi.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2022. "Bertemu Menteri Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (MAFF) Jepang, Menko Airlangga Meminta Akses Pasar dan Menyelesaikan Kendala Ekspor Produk Perikanan dan Pertanian Indonesia ke Jepang." Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. https://ekon.go.id/publikasi/detail/4386/bertemu-menteri-pertanian-kehutanan-dan-perikanan-maff-jepang-menko-airlangga-meminta-akses-pasar-dan-menyelesaikan-kendala-ekspor-produk-perikanan-dan-pertanian-indonesia-ke-jepang.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2022. "KUR Klaster Targetkan Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Dalam Negeri." https://ekon.go.id/publikasi/detail/4824/kur-klaster-targetkan-peningkatan-daya-saing-produk-umkm-dalam-negeri.

Kemendag. 2019. Indonesia, Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan. 2024a. "Kemendag Dukung UMKM Tembus Pasar Global - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia." June 25, 2024. https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/kemendag-dukung-umkm-tembus-pasar-global.

Kemendag. 2023. "Pelepasan Ekspor Produk Makanan Olahan UMKM ke Jeddah, Arab Saudi - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia." July 1, 2024. https://www.kemendag.go.id/berita/foto/pelepasan-ekspor-produk-makanan-olahan-umkm-ke-jeddah-arab-saudi.

Kemendag. 2020. "Indonesia Kembali Dorong AS Selesaikan GSP - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia." Accessed December 4, 2024. https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/indonesia-kembali-dorong-as-selesaikan-gsp.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. 2023. "Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi." Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2022. "Penandatanganan Kesepakatan Bersama Pembentukan House of Beans di Tokyo." https://www.kemendag.go.id/berita/foto/penandatanganan-kesepakatan-bersama-pembentukan-house-of-beans-di-tokyo.

Kementerian Perdagangan RI. 2021. "Sebanyak 21 UMKM Berhasil Tembus Pameran Terbesar se-Asia di Jepang." https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/sebanyak-21-umkm-berhasil-tembus-pameran-terbesar-se-asia-di-jepang.

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. 2016. "Paket Kebijakan Ekonomi XI." https://dephub.go.id/post/read/paket-kebijakan-ekonomi-xi.

Kemenkeu RI. 2018. "PEMBIAYAAN ULTRA MIKRO." Kementerian Keuangan. https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/kemenkeu-menjawab/pembiayaan-ultra-mikro.

Kemenkeu RI. 2020. “Penyertaan Modal Negara, Pemulihan Ekonomi Nasional Untuk BUMN.” Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13145/Penyertaan-Modal-Negara-Pemulihan-Ekonomi-Nasional-Untuk-BUMN.html.

Kemenko Bidang Perekonomian RI. 2017. “Tingkatkan Daya Saing UMKM Ekspor Melalui Fasilitasi KURBE.” https://ekon.go.id/unduh/publikasi/1871/tingkatkan-daya-saing-umkm-ekspor-melalui-fasilitasi-kurbe.

Kementerian Hukum dan Ham RI. 2020. “Undang-Undang No. 17 Tahun 2017 - Protokol Perubahan Persetujuan Marrakesh Mengenai Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia.” https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/80/t/undangundang+no+17+tahun+2017++protokol+perubahan+persetujuan+marrakesh+mengenai+pembentukan+organisasi+perdagangan+dunia.

Kementerian Koperasi dan UKM. n.d. “KUMKM Dalam Angka.” https://www.kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?omX5UmZc2EmqhoxfyP6GlruQlikO2W2pW3dNdnj829uRE9QHEH.

Kementerian Perdagangan RI. 2020. “Indonesia Tetap Mendapatkan Fasilitas GSP Amerika Serikat.” https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/indonesia-tetap-mendapatkan-fasilitas-gsp-amerika-serikat.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. 2021. “Dukungan Pemerintah untuk Mendorong UMKM Go Digital dan Go Global - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” n.d. Accessed December 24, 2024. https://ekon.go.id/publikasi/detail/3180/dukungan-pemerintah-untuk-mendorong-umkm-go-digital-dan-go-global.

Kemlu RI. “Kedutaan Besar Republik Indonesia di Bandar Seri Begawan, Brunei Darussalam.” n.d. Kementerian Luar Negeri Repulik Indonesia. Accessed July 5, 2024. https://kemlu.go.id/bandarseribegawan/id.

Kemenko Bidang Perekonomian. 2024. “Miliki Kontribusi Signifikan bagi Perekonomian Nasional, Menko Airlangga Berharap Sektor Retail Jadi Tulang Punggung di Tengah Ketidakpastian - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” 2024. June 27, 2024. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5715/miliki-kontribusi-signifikan-bagi-perekonomian-nasional-menko-airlangga-berharap-sektor-retail-jadi-tulang-punggung-di-tengah-ketidakpastian.

Kehutanan Desa Buahan Bali. 2023. “Kehutanan”. Desa Buahan Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. June 27, 2024. https://buahan.desa.id/artikel/2023/2/14/kehutanan.

Kemenko Perekonomian. 2022. “Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” Oktober 2022. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah.

Kemenko Bidang Perekonomian. 2023. “Fasilitasi UMKM Go Export, Pemerintah Permudah Akses Pembiayaan hingga Pelatihan - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” February 17, 2023. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4933/fasilitasi-umkm-go-export-pemerintah-permudah-akses-pembiayaan-hingga-pelatihan.

Kemenparekraf. 2023. .” n.d.-b. Kemenparekraf/Baparekraf RI. Accessed July 5, 2024. https://www.kemenparekraf.go.id/berita/menparekraf-tenaga-kerja-sektor-ekonomi-kreatif-terbukti-lebih-cepat-pulih-dari-pandemi.

Kompas. 2022. “Mi Telur Sidoarjo Diekspor ke Arab Saudi.” kompas.id. September 5, 2022. https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/09/05/mie-telur-sidoarjo-diekspor-ke-arab-saudi.

Koran Tempo. 2023. “Pengertian Impor dan Ekspor, Tujuan, serta Contohnya di Indonesia.” Koran TEMPO. https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/484916/pengertian-impor-dan-ekspor-tujuan-serta-contohnya-di-indonesia.

Kurniawardhani, Arriza B. 2021. “SEJARAH ORGANISASI EKONOMI INTERNASIONAL : WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO).” *Jurnal Widya Winayata: Jurnal Pendidikan Sejarah* 9, no. 1 (04).

Kemenperin. 2016. “Kemenperin: Kontribusi UMKM Naik.” 2016. https://www.kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik.

Kominfo. 2022. “Kementerian Komunikasi Dan Informatika.” n.d. Accessed October 30, 2024. https://www.kominfo.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/kur-klaster-perkuat-umkm-untuk-jaga-pertumbuhan-ekonomi.

Kementerian Sekretariat. 2022. “Presiden Jokowi Luncurkan Gerakan Kemitraan Inklusif Untuk UMKM Naik Kelas | Sekretariat Negara.” Oktober 2022. https://www.setneg.go.id/baca/index/presiden_jokowi_luncurkan_gerakan_kemitraan_inklusif_untuk_umkm_naik_kelas.

Khasanah, Siti Mi’ratul, Steven Raja Ingot, and Aziza Rahmaniar Salam. 2022. “STRATEGI PENINGKATAN EKSPOR INDONESIA KE PASAR PROSPEKTIF MELALUI KERJA SAMA PERDAGANGAN ASEAN-EURASIAN ECONOMIC UNION (EAEU) FTA.” *Trade Policy Journal* 1.

Klabusay, L., and F. Heinz. 1976. “[Viral pneumonias].” *Vnitrni Lekarstvi* 22 (3): 209–15.

Kompas Cyber Media. 2022. “Tahun 2024, Pemerintah Targetkan Kontribusi Ekspor Produk UMKM Tembus 17 Persen Halaman all.” KOMPAS.com. December 17, 2022. https://umkm.kompas.com/read/2022/12/17/090000283/tahun-2024-pemerintah-targetkan-kontribusi-ekspor-produk-umkm-tembus-17-persen.

Kemenkeu. 2022. “Kondisi Industri Pengolahan Makanan Dan Minuman Di Indonesia.” 2024. June 27, 2024. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html.

Kemlu RI. "Konsulat RI Tawau Dorong Ekspor UMKM Indonesia Ke Sabah Melalui Indonesian Corner | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia." 2024. June 28, 2024. https://kemlu.go.id/portal/id/read/5789/berita/Konsulat%20RI%20Tawau%20Dorong%20Ekspor%20UMKM%20Indonesia%20ke%20Sabah%20Melalui%20Indonesian%20Corner.

Kemenparekraf RI. 2023. "Siaran Pers: Menparekraf: Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Terbukti Lebih Cepat Pulih dari Pandemi." n.d.-a. Kemenparekraf/Baparekraf RI. Accessed July 5, 2024. https://www.kemenparekraf.go.id/berita/menparekraf-tenaga-kerja-sektor-ekonomi-kreatif-terbukti-lebih-cepat-pulih-dari-pandemi.

Kementerian LHK. 2012 "Kontribusi Kehutanan Pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tertinggi Di Dunia Setelah Cina." 2024. June 27, 2024. https://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/3040/kontribusi-kehutanan-pada-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tertinggi-di-dunia-setelah-cina.

Lea, R. 1976. "Separation of Pesticide Residues from Lipids Prior to Gas-Liquid Chromatographic Analysis." *Journal - Association of Official Analytical Chemists* 59 (1): 224–25.

Liputan 6. 2022. "Piala Dunia 2022 Jadi Ajang Promosi Budaya Indonesia di Qatar Via Pameran Batik." https://www.liputan6.com/global/read/5151443/piala-dunia-2022-jadi-ajang-promosi-budaya-indonesia-di-qatar-via-pameran-batik?page=3.

Lemhanas RI. 2019. "Lemhannas Diskusikan Penguatan UMKM di Tengah Geoekonomi Global." https://www.lemhannas.go.id/index.php/berita/berita-utama/622-lemhannas-diskusikan-penguatan-umkm-di-tengah-geoekonomi-global.

Maarif, Syamsul Dwi. 2023. "Jenis-jenis Usaha Industri Kuliner dan Penjelasannya." tirto.id. August 12, 2023. https://tirto.id/jenis-jenis-industri-kuliner-dan-penjelasannya-gNYd.

MEA "Masyarakat Ekonomi ASEAN." n.d. *Ketua Dewan MEA Indonesia* (blog). Accessed December 9, 2024. https://meaindonesia.ekon.go.id/mea/.

Media, Kompas Cyber. 2023. "Pengertian Ekonomi Mikro, Tujuan, dan Contohnya Halaman all." KOMPAS.com. January 18, 2023. https://money.kompas.com/read/2022/01/17/161100926/pengertian-ekonomi-mikro-tujuan-dan-contohnya.

Ministry of Trade RI. 2021. "Partisipasi pada FOODEX Japan in Kansai 2021." https://itpc.or.jp/news/partisipasi-pada-foodex-japan-in-kansai-2021/.

MOFA. 2006. "MOFA: Perjanjian Kemitraan Ekonomi Indonesia-Jepang (Bergabung Dengan Pernyataan Pers)." n.d. Accessed November 12, 2024. https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/indonesia/joint0611-2.html.

Munizu, Musran, Rosaline Tandiono, Endyastuti Pravitasari, M. Afdhal Chatra P, Ni Luh Kardini, Ermanuri, Henky Hendrawan, Triasesiarta Nur, Agus Siswanto, and Ida Bagus Kerthyayana Manuaba. 2023. *UMKM : Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Murwanti, Asri. 2023. "Membedah Pameran Internasional di China." https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/membedah-pameran-internasional-di-china.

Mutmainah, Dinda A. 2016. “Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih dari 60 Persen.” https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen.

Nawawi. 2010. “ASEAN-CHINA FREE TRADE AGREEMENT (ACFTA) DAN REALITAS KESIAPAN SUMBER DAYA MANUSIA INDONESIA.” *Jurnal Masyarakat Indonesia* 36 (2): 25-26. https://jmi.ipsk.lipi.go.id/index.php/jmiipsk/article/download/636/428.

The Observatory of Economic Complexity. 2023. “Indonesia Export Destination.” https://oec.world/en/profile/country/idn.

Primawanti, Henike, Azizah Tisnakusumahnita, and Diyat Nurrahman. 2023. *DIPLOMASI KOPI INDONESIA TERHADAP AMERIKA SERIKAT MELALUI CUPTING KOPI INDONESIA*. N.p.: UNIKOM.

Rusastra, I. W., ed. 2018. *Paket kebijakan ekonomi dan akuntansi keuangan: perspektif pengembangan UMKM dan promosi ekspor*. N.p.: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Saphira, Karina, R. Widya S. Sumadinata, and Dina Yulianti. 2022. “Kerja Sama Pertanian Indonesia dengan Tiongkok dalam Kerangka ACFTA.” *Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)* 4, no. 2 (08).

Sefriani. 1994. “BENANG MERAH ANTARA GSP, KONDISI PERBURUHAN, DAN POLITIK LUAR NEGERI INDONESIA.” *JURNAL HUKUM No. 1 Vol. 11994* 1 (1).

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. 2016. “Inilah Pokok-pokok Paket Kebijakan Ekonomi Tahap XI.” https://setkab.go.id/inilah-pokok-pokok-paket-kebijakan-ekonomi-tahap-xi/.

Sekretariat Kabinet RI. 2023. “Keketuaan ASEAN dann Visi Politik Luar Negeri Indonesia.” https://setkab.go.id/keketuaan-asean-dan-visi-politik-luar-negeri-indonesia/.

Sirait, Evi, Bagus H. Sugiharto, Jenal Abidin, Nely S. Padang, and Johni E. Putra. 2024. “Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* 5 (7).

Sukanto, Intan F. 2022. “Potensi Ekspor ke Jepang.” UKMINDONESIA.ID. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-ke-jepang.

UNESCO. n.d. “Cultural Selection: "Batik for the World" Exhibition at UNESCO | Silk Roads Programme.” UNESCO. Accessed November 20, 2024. https://en.unesco.org/silkroad/content/cultural-selection-batik-world-exhibition-unesco.

United States Agency for International Development. 2021. “THE TRADE FACILITATION AGREEMENT: A WORLD OF OPPORTUNITIES FOR MSMEs.”

World Trade Organization. 2020. “Trade Facilitation Agreement.” https://www.wto.org/english/tratop_e/tradfa_e/tradfa_e.htm.

Yuliestiana, Arivia Tri D. 2018. *Transnasionalisme: peran aktor non negara dalam hubungan internasional*. Edited by Ani Soetjipto. N.p.: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Press Release Kontan. 2019. “Pertemuan Bilateral Indonesia-China,Tingkatkan Ekspor Produk Potensial ke China.” https://pressrelease.kontan.co.id/release/pertemuan-bilateral-indonesia-chinatingkatkan-ekspor-produk-potensial-ke-china.

Prov.NTB, Disnakkeswan. 2020. “Peran Perunggasan Dalam Membentengi Jebakan Pendapatan Kelas Menengah – Dinas Peternakan & Kesehatan Hewan Provinsi Nusa Tenggara Barat.” October 7, 2020. https://disnakkeswan.ntbprov.go.id/peran-perunggasan-dalam-membentengi-jebakan-pendapatan-kelas-menengah/.

Purwanto, Anto. 2024. “DAMPAK IMPLEMENTASI IK-CEPA TERHADAP PERDAGANGAN BARANG DAN JASA INDONESIA-KOREA SELATAN.” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 2, 2024* 7 (2): 3794–98.

Putra, Gede R., and David G. Geovanic. 2024. “ANALISIS YURIDIS GUGATAN UNI EROPA KE WORLD TRADE ORGANIZATION TERHADAP INDONESIA AKIBAT REGULASI DAN KEBIJAKAN PEMBATASAN EKSPOR BIJIH NIKEL.” *Setara: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 1 (06): 9-10.

Rabbani, Deden R. 2021. “Telaah Kritis TFA WTO: Analisis Terhadap implementasi Kebijakan Pedagangan Internasional di Indonesia.” *Jurnal Hukum Lex Generalis* 2, no. 1 (01). https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/download/2/4.

Radio Republik Indonesia. 2024. “Terkendala Pembiayaan, Kontribusi UMKM pada Ekspor Masih Kecil.” https://www.rri.co.id/bisnis/584802/terkendala-pembiayaan-kontribusi-umkm-pada-ekspor-masih-kecil.

Rasbin. 2019. “STRATEGI MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK-PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH INDONESIA: STUDI KASUS DI KABUPATEN SLEMAN DAN KOTA SURABAYA.” *Kajian* 24 (3): 149–58.

Republika. 2020. “Kemenkop Ajak UMKM Manfaatkan Fasilitas GSP Ekspor ke AS.” 2020. Republika Online. November 2, 2020. https://republika.co.id/share/qj5xmk423.

REDAKSI. 2024. “Ekspor Kopi Indonesia Meningkat Tajam 35,71%.” *Majalah HORTUS Archipelago* (blog). January 2, 2024. https://news.majalahhortus.com/ekspor-kopi-indonesia-meningkat-tajam-3571/.

Rosyda. n.d. “Pengertian Ekonomi Mikro: Ruang Lingkup, Teori dan Perbedaannya dengan Ekonomi Makro - Gramedia Literasi.” Accessed July 5, 2024. https://gramedia.com/literasi/ekonomi-mikro/.

Rizki. 2023. “Produk UMKM Binaan Bank Indonesia diminati 15 Buyer Cina.” https://suron.co/2023/02/25/produk-umkm-binaan-bi-diminati-15-buyer-china/.

Sari, Rafika. n.d. “KEBIJAKAN KURBE UNTUK PENINGKATAN KONTRIBUSI EKSPOR SEKTOR UMKM.”

Sekretariat Kabinet RI. 2020. “Amerika Serikat Resmi Perpanjang Fasilitas GSP untuk Indonesia.” Sekretariat Kabinet.

https://setkab.go.id/amerika-serikat-resmi-perpanjang-fasilitas-gsp-untuk-indonesia/.
S.E.M.M, Dr Indra Bastian Tahir Raja Hardiansyah S. E. M. E. Armansyah. 2022. *Ekonomi Makro*. Cv. Azka Pustaka.
Shaid, Nur Jamal, and Akhdi Martin Pratama. 2023. "Pengertian Ekonomi Mikro, Tujuan, Dan Contohnya," January 18, 2023. https://money.kompas.com/read/2022/01/17/161100926/pengertian-ekonomi-mikro-tujuan-dan-contohnya?page=all.
Shalomita Agustina, Astri Astuti, Annisa Cahya Kusumawati, Siti Maulidur Rohma, Nur Aini, Dian Oktaviani, Muhammad Ivan Noor Salim, et al. 2022. "PENGARUH EKSPOR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 1 (1): 113–26. https://doi.org/10.59024/jumek.v1i1.31.
Subianto, Agus. 2012. *KEBIJAKAN PUBLIK Tinjauan Perencanaan, Implementasi Dan Evaluasi*. Surabaya: Briliant.
SUGANDHI, HENDRA. 2022. "Mendongkrak Kontribusi PDB Perikanan." kompas.id. July 27, 2022. https://www.kompas.id/baca/opini/2022/07/25/mendongkrak-kontribusi-pdb-perikanan.
Tempo. 1993. "Hak Asasi Manusia, Indonesia, dan AS." https://www.tempo.co/kolom/hak-asasi-manusia-indonesia-dan-as-1033374.
The OEC. 2024. "Indonesia (IDN) Exports, Imports, and Trade Partners." n.d. The Observatory of Economic Complexity. Accessed August 13, 2024. https://oec.world/en/profile/country/idn.
Tric Indonesia. 2021. "Manfaat IK-CEPA, UMKM Bisa Ekspor Ke Korsel Dengan Tarif Nol Persen." TRIC Indonesia. September 20, 2021. https://tric-indonesia.com/berita/svlk/manfaat-ik-cepa-umkm-bisa-ekspor-ke-korsel-dengan-tarif-nol-persen/.
Tambunan, Tulus. 2020. *Pasar Tradisional Dan Peran UMKM*. Cetakan 1. Bogor, Indonesia: Penerbit IPB Press.
User, Super. 2019. "Lemhannas Diskusikan Penguatan UMKM di Tengah Geoekonomi Global." May 16, 2019. https://www.lemhannas.go.id/index.php/berita/berita-utama/622-lemhannas-diskusikan-penguatan-umkm-di-tengah-geoekonomi-global.
UNESCO. "Seleksi Budaya: Pameran 'Batik Untuk Dunia' Di UNESCO | Program Jalur Sutra." n.d. Accessed November 20, 2024. https://en.unesco.org/silkroad/content/cultural-selection-batik-world-exhibition-unesco.
Uniair Cargo. 2023 "5 Produk Dari Indonesia Yang Paling Banyak Diekspor Ke China | Uniair Cargo." n.d. Accessed August 5, 2024. https://www.uniaircargo.co.id/blog/5-produk-dari-indonesia-yang-paling-banyak-diekspor-ke-china-427.
Warta Ekonomi. 2024. "Capaian Menakjubkan KemenKopUKM Terhadap Ekonomi RI Lima Tahun Kepemimpinan Jokowi." https://wartaekonomi.co.id/read547470/capaian-menakjubkan-kemenkopukm-terhadap-ekonomi-ri-lima-tahun-kepemimpinan-jokowi.

World Customs Organization. n.d. “WTO Trade Facilitation Agreement.” https://www.wcoomd.org/en/topics/wco-implementing-the-wto-atf/wto-agreement-on-trade-facilitation.aspx.

World Trade Organization. n.d. “WTO | legal texts - Agreement on Trade Facilitation.” World Trade Organization. Accessed December 4, 2024. https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/tfa_e.htm.

Wardah, Fathiyah. 2020. “Amerika Perpanjang Pembebasan Tarif Bea Masuk Ekspor Indonesia.” VOA Indonesia. November 1, 2020. https://www.voaindonesia.com/a/amerika-perpanjang-pemberian-bebas-tarif-bea-masuk-ekspor-indonesia/5643994.html.

Warsono. 2017. “Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).” *STIE GANESHA PRESS* 1 (2): 114.

WCO. “World Customs Organization.” n.d. Accessed December 4, 2024. https://www.wcoomd.org/en/topics/wco-implementing-the-wto-atf/wto-agreement-on-trade-facilitation.aspx.

WTO. “WTO | Trade Facilitation.” n.d. Accessed November 19, 2024. https://www.wto.org/english/tratop_e/tradfa_e/tradfa_e.htm.

Zhou, Mimpi. 2022. “Trends and Growth of SMEs in China.” MS Advisory. https://msadvisory.com/trends-and-growth-of-smes-china/.