

Diplomasi Komersial Indonesia Melalui Peran INA-LAC dalam Menggarap Pasar Non- Tradisional

Rueben FM Pasaribu
Universitas Kristen Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri peran serta kontribusi INA-LAC Business Forum dalam memfasilitasi diplomasi ekonomi Indonesia di pasar non-tradisional di Amerika Latin dan Karibia (Amlatkar). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan menganalisis upaya Indonesia melalui INA-LAC Business Forum untuk melakukan penetrasi pasar di kawasan Amlatkar dari perspektif diplomasi komersial. Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa INA-LAC Business Forum memainkan peran penting dalam memperluas akses pasar, membentuk jaringan bisnis, investasi, membangun citra Indonesia, serta meningkatkan daya saing produk Indonesia. Langkah-langkah strategis ini diharapkan akan membuka peluang baru bagi Indonesia serta memperkuat kerjasama ekonomi dengan negara-negara di kawasan Amlatkar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan ketahanan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci: INA-LAC Business Forum, INA-ACCESS, diplomasi komersial, pasar non-internasional.

PENDAHULUAN

Di bawah pemerintahan Presiden Joko Widodo, Kementerian Luar Negeri Indonesia telah mengadopsi kebijakan luar negeri yang menekankan diplomasi ekonomi sebagai salah satu prioritas utama. Langkah-langkah kebijakan luar negeri yang diimplementasikan oleh pemerintahan Presiden Joko Widodo lebih menitikberatkan pada pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia (Delanova, 2017, p. 166). Hal ini tercermin dari upaya aktif Kementerian Luar Negeri dalam mempromosikan investasi, perdagangan, dan kerja sama ekonomi dengan negara-negara mitra, serta dalam

memperjuangkan kepentingan ekonomi Indonesia dalam forum-forum internasional.

Diplomasi ekonomi menjadi instrumen utama dalam upaya Indonesia untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Diplomasi ekonomi telah menjadi prioritas yang dijalankan dengan strategi yang jelas dan terorganisir. Langkah-langkah strategis telah ditetapkan untuk memandu upaya diplomasi ekonomi, dengan fokus pada identifikasi peluang yang ada dan memastikan bahwa Indonesia memanfaatkan keunggulan media diplomasi untuk membangun dan memperkuat

hubungan dengan negara-negara mitra. Tantangan utamanya adalah menjaga konsistensi dengan strategi ini seiring berjalannya waktu, serta memastikan bahwa kerangka hukum, termasuk perangkat hukum, memberikan kepastian dan legalitas bagi kerja sama perdagangan dan investasi Indonesia. Kebijakan hukum yang jelas dan komitmen yang saling menguntungkan penting untuk memastikan bahwa upaya diplomasi ekonomi Indonesia tidak hanya mempromosikan potensi negara, tetapi juga membangun kerja sama yang berkelanjutan dan berdaya guna dengan mitra-mitra internasional (Delanova, Mariane Olivia, 2019, p. 397).

Diplomasi ekonomi berkembang sebagai respons terhadap reformasi kebijakan luar negeri yang sebelumnya terlihat terfokus pada isu politik dan keamanan, sementara aspek ekonomi sering diabaikan. Pelaksanaan diplomasi ekonomi sangat terkait dengan dinamika politik suatu negara dan saling memengaruhi antara aspek kesejahteraan ekonomi (*business end*) dan stabilitas politik (*power play end*). Kegiatan diplomasi ekonomi didorong oleh tujuan strategis pemerintah dan pertimbangan matang terkait dengan biaya dan manfaat yang didasarkan pada logika politik (Hutabarat L. F., 2017, p. 4). Hasil studi yang dilakukan oleh Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan

(BPPK) yang saat ini bertransformasi menjadi Badan Strategi Kebijakan Luar Negeri (BSKLN) Kementerian Luar Negeri menunjukkan bahwa beberapa faktor mendorong pemerintah Indonesia untuk memprioritaskan diplomasi ekonomi. Faktor-faktor ini termasuk neraca perdagangan yang defisit, dorongan untuk memperluas pasar non-tradisional, dan antisipasi terhadap potensi dampak dari dinamika hubungan ASEAN-China (Nira, Lazuardi, & Putra, 2021, p. 728).

Salah satu strategi umum digunakan adalah diplomasi komersial, di mana negara-negara mendayagunakan instrumen diplomatik untuk memfasilitasi perdagangan dan investasi dengan negara-negara mitra. Indonesia mengambil langkah-langkah untuk melakukan diversifikasi pasar tujuan ekspor dari pasar utama dan tradisional ke pasar alternatif dan non-tradisional. Indonesia telah mengembangkan diplomasi komersial sebagai bagian dari strategi pengembangan pasar non-tradisional. Hal ini mencakup upaya aktif untuk mempromosikan produk dan layanan Indonesia di pasar-pasar yang belum terjamah sebelumnya, serta memperluas jaringan perdagangan dan investasi ke kawasan yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Melalui diplomasi komersial, Indonesia berusaha untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan negara-negara mitra baru dan

memperluas cakupan ekspor serta investasi. Dengan cara ini, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan pada pasar-pasar tradisional dan meningkatkan keragaman sumber daya ekonominya, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan dan inklusif. Salah satu pasar non-tradisional yang menjadi target Indonesia adalah kawasan Amlatkar.

Merujuk data *Trade-Map* 2024, dalam 5 tahun terakhir (2018-2023), total perdagangan Indonesia dengan Amlatkar selalu mengalami peningkatan, di mana pada tahun 2022 mencapai US\$ 13,1 miliar. Total perdagangan Indonesia dengan Amlatkar merepresentasikan 2,47% dari total perdagangan Indonesia dengan dunia. Di sisi lain, neraca perdagangan dengan Amlatkar cenderung memiliki tren negatif (desit perdagangan). Per 2022, Indonesia memiliki deficit hingga US\$ 1,58 miliar (Trade Map, 2024). Amlatkar menawarkan peluang yang signifikan bagi pertumbuhan bisnis dan investasi. Potensi pasar konsumen yang besar di Amlatkar menjadikannya target utama bagi perusahaan-perusahaan dari berbagai negara yang ingin memperluas operasi mereka dan memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi yang ada. Oleh karena itu, fokus pada Amlatkar sebagai pasar konsumen yang potensial dapat

menjadi strategi yang cerdas bagi Indonesia dalam upaya diversifikasi ekspor dan peningkatan kerja sama perdagangan. Forum penting yang memwadahi aktivitas untuk memperluas jaringan ini adalah *Indonesia-Latin America and the Caribbean Business Forum* (INA-LAC-BF). Melalui *INA-LAC Business Forum*, diharapkan dapat terjalin kerja sama yang lebih erat antara Indonesia dan negara-negara di Amlatkar dalam rangka meningkatkan kerja sama perdagangan dan investasi antara Indonesia dan wilayah tersebut (Angela & Suryadipura, 2023, p. 369).

Forum ini menjadi wadah bagi kedua belah pihak untuk meningkatkan pertukaran informasi, mempromosikan investasi dan perdagangan bilateral, serta menjalin kerja sama dalam berbagai bidang seperti pendidikan, budaya, dan lingkungan hidup. *INA-LAC Business Forum*, sebagai forum bisnis yang memfasilitasi kerja sama ekonomi antara Indonesia dengan kawasan Amlatkar, memberikan *platform* bagi perusahaan Indonesia untuk menjalin hubungan dagang dan bisnis yang lebih erat. Dengan potensi pasar yang besar di Amlatkar, diversifikasi pasar menjadi kunci dalam mengurangi ketergantungan pada pasar utama dan meningkatkan ketahanan ekonomi. Oleh karena itu, memanfaatkan diplomasi komersial ini dapat membuka peluang baru bagi ekspor Indonesia dan

meningkatkan kerja sama ekonomi dengan negara-negara di kawasan Amlatkar.

Pada 2022, Amlatkar mencatat rekor US\$ 224,579 miliar dalam penerimaan FDI di mana jumlah FDI tersebut adalah jumlah FDI tertinggi Amlatkar selama 10 tahun terakhir dengan peningkatan sebesar 55,2% lebih tinggi dibandingkan FDI 2021. Penerima FDI terbanyak di kawasan adalah Brasil (41%), Meksiko (17%), Chile (9%), Kolombia (8%), Argentina (7%), dan Peru (5%). Sedangkan, investor utama di kawasan adalah AS dan Uni Eropa dengan pengecualian Belanda dan Luksemburg (Antara News, 2023). Di sisi lain, realisasi penanaman modal Amlatkar di Indonesia berdasarkan jumlah proyek meningkat dua tahun berturut-turut. Namun, realisasi penanaman modal Amlatkar di Indonesia berdasarkan investasi meningkat pada tahun 2022 tetapi mengalami penurunan pada tahun 2023. Berikut tabel realisasi penanaman modal Amlatkar di Indonesia periode 2021-2023:

Tabel 2. Realisasi Penanaman Modal Amlatkar di Indonesia
Nilai: Juta US\$

KAWASAN	REALISASI PENANAMAN MODAL AMLATKAR DI INDONESIA					
	PROYEK			INVESTASI (USD)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Amlatkar	641	880	1.603	1.160,8	1.533,9	1.018,7
Dunia	27.271	32.681	70.898	31.093,1	45.605	50.267,5

Sumber: Kementerian Investasi/BKPM dan BPS, 2024

Tidak jauh berbeda dengan persentase perdagangan Indonesia dengan Amlatkar yang hanya berkisar 2,47% di tahun 2022, realisasi penanaman modal Amlatkar di Indonesia berdasarkan proyek pada periode 2021-2023 hanya berkisar antara 2,26%-2,69%. Realisasi penanaman modal Amlatkar di Indonesia berdasarkan investasi pada periode 2021-2023 juga tidak terlalu jauh berbeda di kisaran angka 2%-3,73%. FDI yang diterima Indonesia tidak didominasi dari negara-negara Amlatkar. Pada 2022, Indonesia menerima FDI sebesar US\$ 43 miliar di mana jumlah FDI tersebut adalah jumlah FDI tertinggi Indonesia selama 10 tahun terakhir dengan peningkatan sebesar 44% lebih tinggi dibandingkan FDI 2021. Lima investor asing terbesar di Indonesia terdiri dari Singapura (US\$ 13,3 miliar), RRT (US\$ 8,2 miliar), Hong Kong (US\$ 5,5 miliar), Jepang (US\$ 3,6 miliar), dan Malaysia (US\$ 3,3 miliar) (Medina, 2023).

Ini menunjukkan bahwa Indonesia sedang berusaha keras untuk mendiversifikasi dan memperluas basis investasi serta hubungan perdagangan internasionalnya, khususnya dengan kawasan Amlatkar. Rencana Indonesia untuk mengadakan *INA-LAC Business Forum 2024* di Lima, Peru, tampaknya dimaksudkan tidak hanya untuk mengeksplorasi peluang baru untuk ekspor

dan investasi, tetapi juga mengukuhkan komitmen dalam membangun jaringan diplomatik komersial yang lebih kuat di kawasan tersebut. Hal ini dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas dan kemitraan ekonomi antara Indonesia dan Amlatkar.

Kepala Badan Strategi Kebijakan Luar Negeri, Kementerian Luar Negeri, Dr. Yayan Ganda Hayat Mulyana saat membuka kegiatan *Road to INA-LAC Business Forum 2024: Roundtable Talks with Ambassadors from Latin America* menekankan pentingnya pemanfaatan potensi kawasan Amlatkar oleh Indonesia. Kegiatan tersebut menyepakati adanya potensi besar untuk kerja sama antara Indonesia dan negara-negara di Amlatkar di berbagai sektor strategis seperti energi, pangan, pendidikan, kesehatan, gastronomi, pertanian (terutama kopi dan perkebunan), perikanan, perdagangan, investasi, dan lingkungan. Dibahas juga cara mengatasi tantangan yang ada, termasuk dalam hal konektivitas regional (Kementerian Luar Negeri, 2024).

Pertanyaan penelitian yang akan menjadi fokus dan landasan pembahasan adalah: Bagaimana peran *INA-LAC Business Forum* dalam memfasilitasi diplomasi komersial Indonesia di pasar non-tradisional di Amerika Latin dan Karibia? Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi peran dan kontribusi *INA-LAC Business*

Forum dalam memfasilitasi diplomasi komersial Indonesia di pasar non-tradisional di Amlatkar.

KERANGKA KONSEP

Diplomasi Komersial

Diplomasi ekonomi telah menjadi prioritas utama dalam arah kebijakan luar negeri Indonesia. Fokus ini terlihat dari peningkatan perhatian terhadap kerja sama ekonomi dengan negara-negara mitra. Tujuan utamanya adalah untuk mengukuhkan pertumbuhan ekonomi dalam negeri serta memperjuangkan kepentingan nasional Indonesia (Fathun & Astuti, 2020, p. 59). Presiden Jokowi secara terus-menerus menyoroti pentingnya meningkatkan diplomasi ekonomi sebagai bagian integral dari kepentingan nasional Indonesia. Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi, juga telah menyampaikan kebijakan ini kepada para diplomat Indonesia di luar negeri, dengan tujuan untuk mendukung kepentingan nasional dalam ranah ekonomi (Yoshida & Kriswandwitanaya, 2023, p. 8). Dalam menerapkan kebijakan luar negeri Indonesia, berbagai praktik diplomasi ekonomi digunakan untuk mencapai tujuan ekonomi yang diinginkan.

Diplomasi biasanya melibatkan pengumpulan informasi, lobi, advokasi, dan representasi kepentingan dalam negosiasi. Diplomasi komersial melibatkan semua

aktivitas ini dan berfokus pada negosiasi seputar kesepakatan komersial. Ini adalah kegiatan multi-pemangku kepentingan yang melibatkan aktor-aktor publik dan swasta yang menegosiasikan kesepakatan bisnis yang kemungkinan besar akan melibatkan kepentingan komersial publik dan swasta (Ruël & Visser, 2013, p. 15). Mercier (2007, p. 25) mendefinisikan diplomasi komersial sebagai “seni, atau ilmu, untuk membantu perusahaan suatu negara melakukan perdagangan di luar negeri dan untuk meyakinkan orang asing mengenai keuntungan berinvestasi di negara asal mereka. Tugas ini biasanya dilakukan melalui jaringan aktor publik dan swasta yang mencakup staf pemerintah, pemimpin bisnis, kamar dagang dan asosiasi”.

Dalam kerangka ini penulis memaparkan diplomasi komersial berdasarkan pemahaman dan konteks yang relevan berdasarkan literatur yang ada. Lee menyatakan bahwa diplomasi komersial adalah ‘hasil kerja jaringan aktor publik dan swasta yang mengelola hubungan komersial menggunakan saluran dan proses diplomatik (Lee D. , 2004, p. 51). Bagi Yakop & Van Bergeijk (2009, pp. 8-9) memahami diplomasi komersial sebagai “penggunaan alat politik internasional untuk mencapai tujuan ekonomi”. Berkesinambungan dengan itu KostECKI & Naray (2007, p. 1) menyatakan bahwa diplomasi komersial

adalah layanan pemerintah kepada komunitas bisnis, yang bertujuan untuk pengembangan usaha bisnis internasional yang bermanfaat secara sosial, dan Menurut Berridge & James (2003); Lee (2004); Saner & Yu (2003), dalam Stadman & Ruël (2012, p. 185) “diplomasi komersial mencakup promosi investasi masuk dan keluar serta ekspor dalam perdagangan.” Maka diplomasi komersial dengan jelas memiliki karakteristik dalam hal promosi strategis kesejahteraan ekonomi suatu negara melalui program pendukung daya tarik investasi dan promosi perdagangan serta komunikasi dengan target audiens di luar negeri (Sevin & Dinnie, 2015, p. 268).

Berdasarkan definisi diplomasi komersial bervariasi dalam literatur yang sudah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan secara garis besar diplomasi komersial mencakup hubungan bisnis internasional yang menggabungkan aktivitas politik dan kewirausahaan di pasar global. Penulis berargumen bahwa diplomasi komersial merupakan komponen vital dalam strategi diplomasi Indonesia yang bertujuan untuk memperluas pasar non-tradisional. Melalui pendekatan investasi yang tepat dan strategi promosi perdagangan yang efektif, Indonesia dapat memaksimalkan potensi ekonominya dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan serta inklusif, sementara eksplorasi pasar non-tradisional diperlukan

untuk diversifikasi dan peningkatan daya saing global. Setiap negara memiliki cara sendiri dalam menjalankan diplomasi komersial, yang dipengaruhi oleh struktur politik, peraturan, dan kebijakan pemerintah masing-masing.

Dalam konteks perubahan dinamis dalam perekonomian global, seperti pergeseran kekuatan pasar dari Barat ke Timur ke Selatan dan penurunan kedaulatan kebijakan ekonomi nasional, pentingnya diplomasi komersial yang efektif semakin meningkat. Ini menekankan perlunya hubungan yang terintegrasi antara pejabat bisnis (tokoh politik yang memiliki latar belakang dan keterlibatan signifikan dalam dunia bisnis) dan diplomatik dalam negara. Dalam menghadapi tantangan pasar dan kebijakan ekonomi yang berubah, dibutuhkan eksplorasi praktik diplomasi komersial yang relevan dengan era kontemporer (Lee & Ruël, 2012, p. 3). Dengan mengadopsi definisi yang lebih inklusif, diplomasi komersial meliputi berbagai kegiatan seperti diplomasi perdagangan, negosiasi perdagangan multilateral, konsultasi perdagangan, dan penyelesaian sengketa (Lop, 2017, p. 369). Ini mencerminkan peran yang lebih holistik dalam mempromosikan dan melindungi kepentingan ekonomi suatu negara di tingkat internasional.

Tujuan pertama diplomasi komersial adalah meningkatkan impor, ekspor, dan perdagangan internasional. Namun dalam jangka panjang, tujuan utama dan tidak langsungnya adalah pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan (Lop, 2017, p. 370). Teori perdagangan liberal menekankan pentingnya persaingan bebas atau pasar bebas dalam perdagangan internasional. Ini berarti bahwa aliran barang dari satu negara ke negara lain harus tidak terhalang oleh hambatan-hambatan politik (Maiwan, 2015, p. 111). Dengan demikian, diplomasi komersial merujuk pada penggunaan alat diplomasi untuk memperkuat kegiatan komersial, termasuk pada memfasilitasi ekspor dan mempromosikan *Foreign Direct Investment* (FDI). Pendekatan ini mencakup upaya diplomatik untuk membuka pasar baru, memfasilitasi investasi lintas batas, serta menyelesaikan masalah dan hambatan perdagangan antarnegara (Reuvers & Ruël, 2012, p. 5).

Hal ini dapat tercapai dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia di negara asal, dengan tujuan untuk mencapai hasil seperti stabilitas ekonomi, kesejahteraan negara, dan keunggulan kompetitif nasional. Dengan demikian, diplomasi komersial menggabungkan fungsi dan kepentingan pemerintah dan bisnis. Keduanya saling mendorong dan memperkuat satu sama lain. Pemerintah

dapat memperkuat hubungan politik dengan mendukung perusahaan ke dan dari negara asal serta negara tuan rumah dan bisnis internasional lebih mungkin mendapatkan akses ke pasar luar negeri melalui pendirian misi luar negeri dengan fokus komersial di negara tuan rumah. Namun, penggunaan sumber daya haruslah dua arah paling tidak sebagai respon menanggapi kekhawatiran publik terkait penggunaan keuntungan publik untuk kepentingan swasta (Ruël & Visser, 2013, p. 1).

Logika kegiatan negara berjalan melalui logika sistem pasar, di mana pasar diperluas secara geografis dan kerja sama antara negara di berbagai aspek diperluas melalui mekanisme harga (Sudirman, 2016, p. 6). Dengan demikian, diplomasi komersial merupakan instrumen penting dalam memperluas dan memperkuat hubungan ekonomi antarnegara, sejalan dengan logika sistem pasar dalam ekonomi politik internasional. Diplomasi komersial memainkan peran kunci dalam membentuk dan memelihara lingkungan perdagangan internasional yang terbuka dan adil, yang memungkinkan negara-negara untuk saling mendukung dan berkolaborasi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan global.

Perdagangan Indonesia semakin intensif dilaksanakan, tujuan pasar ekspor Indonesia dikelompokkan menjadi dua

kategori utama: pasar tradisional dan pasar non-tradisional. Kategori ini mencerminkan perbedaan dalam tingkat pengembangan dan peluang yang tersedia di masing-masing pasar. Pasar tradisional adalah pasar ekspor yang sudah berkembang dan telah lama menjadi tujuan utama ekspor Indonesia. Sedangkan, pasar non-tradisional adalah pasar yang belum sepenuhnya digarap (untapped markets) atau yang baru mulai berkembang sebagai tujuan ekspor Indonesia (Sabaruddin S. S., 2016).

Negara-negara yang merupakan pasar non-tradisional Indonesia terdiri atas lebih kurang 9 negara yang tersebar di berbagai kawasan, seperti negara-negara di kawasan Amerika Latin, Eropa Tengah dan Timur, Afrika, Asia Selatan dan Tengah dan Pasifik Selatan (Marhamah, 2020). Indonesia membuka peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan melakukan ekspansi ke pasar non-tradisional di Amlatkar. Hal ini tercermin dari langkah yang diambil Indonesia pada peningkatan diplomasi komersial Indonesia pada minyak kelapa sawit di Brasil. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi diplomasi komersial Indonesia ke Brasil adalah permintaan yang tinggi akan minyak kelapa sawit di Brasil. Pada tahun 2019, permintaan akan minyak kelapa sawit di Brasil mencapai 758.000 ton, lebih tinggi daripada tahun sebelumnya sebesar 710.000 ton (Angela & Suryadipura,

2023, p. 368). Pada tahun 2022, Brasil menjadi negara utama asal impor Indonesia dari Amlatkar (US\$ 3,9 miliar) dan diikuti oleh Argentina (US\$ 2,4 miliar), Meksiko (US\$ 338 juta), Chile (US\$ 229 juta), dan Ekuador (US\$ 163 juta). Mayoritas dari komposisi impor Indonesia dari Amlatkar terdiri dari ampas industri dan makanan sebesar (43,3%), serealialia (14,97%), dan gula (8,75%).

Sementara itu, pada tahun 2022 Meksiko merupakan negara tujuan ekspor utama Indonesia ke Amlatkar (US\$ 1,7 miliar) dan diikuti oleh Brasil (US\$ 1,4 miliar), Peru (US\$ 442 juta), Chile (US\$ 354 juta), Argentina (US\$ 310 juta), dan Kolombia (US\$ 259 juta). Mayoritas dari komposisi ekspor Indonesia ke Amlatkar di antaranya meliputi suku cadang mesin dan kendaraan bermotor (19,01%), lemak dan minyak nabati (14,69%), dan produk elektronik (10,34%).

Tabel 1. Top 5 Produk Impor dan Ekspor Indonesia dari Amlatkar

Top 5 Produk Impor Indonesia dari Amlatkar				
Nilai US\$ 000 (% terhadap Total)	2019	2020	2021	2022
Ampas industri makanan	1.647.262 (36,16%)	1.879.637 (36,85%)	2.515.719 (44,79%)	3.179.789 (43,3%)
Serealialia (bahan dasar gandum)	793.850 (17,43%)	791.617 (15,52%)	433.822 (7,72%)	1.099.141 (14,97%)
Gula	53 (0,00%)	537.927 (10,54%)	455.260 (8,10%)	642.788 (8,75%)
Kapas	404.470 (8,88%)	328.832 (6,45%)	359.657 (6,40%)	422.219 (5,75%)
Kakao	206.270 (4,53%)	241.494 (4,73%)	214.469 (3,82%)	209.334 (2,85%)

Top 5 Produk Ekspor Indonesia dari Amlatkar				
Nilai US\$ 000 (% terhadap Total)	2019	2020	2021	2022
Suku cadang mesin dan kendaraan bermotor	560.415 (17,13%)	499.379 (15,79%)	886.701 (17,97%)	1.094.786 (19,01%)
Lemak dan minyak nabati	328.443 (10,04%)	518.649 (16,40%)	927.405 (18,79%)	846.166 (14,69%)
Produk elektronik	301.242 (9,21%)	262.188 (8,29%)	531.538 (10,77%)	595.790 (10,34%)
Alas kaki	262.079 (8,01%)	222.883 (7,05%)	355.983 (7,21%)	494.869 (8,59%)
Produk karet	316.867 (9,68%)	247.696 (7,83%)	388.377 (7,87%)	395.202 (6,86%)

Sumber: Trade Map, 2024

Tabel di atas sedikit banyak mencerminkan upaya Indonesia dalam memperluas pasar non-tradisional melalui ekspor dan memperkuat hubungan ekonomi dengan negara-negara di kawasan Amlatkar. Sebagai perbandingan, dalam perdagangan antara kawasan Amlatkar dengan negara-negara anggota ASEAN, Indonesia selalu berada di peringkat kelima pada periode 2018-2022. Singapura dan Vietnam secara bergantian menempati posisi pertama dan kedua, diikuti oleh Thailand di posisi ketiga, dan Malaysia di posisi keempat.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif yang mendeskripsikan 'makna data' atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak bergantung pada kemampuan dan

ketajaman peneliti dalam menganalisisnya (Abdussamad & Sik, 2021, p. 31). Dalam penelitian dengan pertanyaan riset tersebut, fokus utama tertuju pada mendeskripsikan peran dan kontribusi *INA-LAC Business Forum* dalam memfasilitasi diplomasi komersial Indonesia di pasar non-tradisional di Amlatkar . Dalam hal ini, variabel yang diteliti adalah diplomasi komersial, dengan penekanan bagaimana *INA-LAC Business Forum* memfasilitasi diplomasi komersial Indonesia di kawasan Amlatkar yang dianggap pasar non-tradisional. Dalam proses penelitian, peneliti akan mencari pemahaman yang mendalam tentang upaya konkret yang dilakukan oleh *INA-LAC Business Forum* untuk mempromosikan perdagangan dan investasi Indonesia di kawasan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Diplomasi Komersial Indonesia: Membangun Kerja Sama dengan Amerika Latin dan Karibia

Pada tahun 1990-an, diplomasi ekonomi menjadi semakin dominan. Berdasarkan sebuah survei pada tahun 1998, Kementerian Luar Negeri di seluruh dunia mulai mengakui kembali pentingnya diplomasi ekonomi. Para diplomat dari banyak negara secara terbuka mengakui bahwa menjaga kepentingan komersial negara yang mereka wakili adalah tugas

utama mereka (Coolsaet, 2004, p. 61). Langkah awal yang krusial dalam diplomasi ekonomi Indonesia adalah mendirikan hubungan diplomatik dengan negara-negara lain, dengan tujuan mendapatkan bantuan pembangunan dan investasi guna memperkuat ekonomi nasional. Selain itu, Indonesia juga terlibat dalam organisasi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dan Gerakan Non-Blok untuk memperjuangkan kepentingan ekonomi dan politiknya di tingkat global. Pada tahun 1960-an dan 1970-an, diplomasi ekonomi Indonesia semakin terfokus pada upaya memperluas kerja sama perdagangan dan investasi dengan negara-negara di Asia Tenggara dan luar Asia Tenggara. Pemerintah Indonesia aktif dalam mempromosikan perdagangan dan investasi, serta mengembangkan kerja sama ekonomi regional seperti *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN).

Selama era reformasi pada tahun 1990-an, diplomasi ekonomi Indonesia mengalami perkembangan signifikan dengan pembukaan ekonomi dan peningkatan integrasi Indonesia dalam perekonomian global. Pemerintah Indonesia aktif dalam menarik investasi asing dan memperjuangkan kepentingan ekonomi nasional dalam perjanjian perdagangan internasional dan organisasi multilateral seperti WTO. Secara keseluruhan, sejarah

awal diplomasi ekonomi Indonesia mencerminkan upaya pemerintah Indonesia dalam membangun ekonomi nasional yang kuat dan memperjuangkan kepentingan ekonomi nasional di tingkat regional dan global.

Sebagai negara berkembang, investasi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Untuk itu, Indonesia telah mengambil langkah-langkah strategis dengan mengidentifikasi sektor-sektor investasi prioritas dan mengintegrasikannya dengan agenda pembangunan nasional. Pencapaian Indonesia dalam menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi dan memanfaatkannya sebagai alat diplomasi ekonomi di forum G20 tidak hanya menguntungkan bagi bangsa, tetapi juga memiliki potensi untuk membentuk arah kebijakan global (Prasetyo, 2023, p. 863). Dengan memanfaatkan pencapaian Indonesia dalam menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi sebagai alat diplomasi ekonomi di forum G20, Indonesia dapat memperdalam kerjasama dengan negara-negara di Amlatkar dan membentuk arah kebijakan global yang lebih progresif dan berdampak positif bagi kedua belah pihak.

Beberapa negara di Amerika Latin yang telah lama menjalin hubungan persahabatan dengan Indonesia antara lain

Brasil dan Meksiko (sejak tahun 1956), Argentina (1956), Venezuela (1959), Kuba (1960), Bolivia (1963), serta Chile dan Uruguay (1965). Bahkan sejak era Demokrasi Terpimpin (1959-1966), Pemerintah Indonesia telah membuka beberapa Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di kawasan Amlatkar, termasuk di Mexico City (Meksiko), Buenos Aires (Argentina), La Habana (Kuba), dan Rio de Janeiro (Brasil) (Sabaruddin S. S., 2017, p. 196). Hal ini menunjukkan komitmen Indonesia untuk memperkuat hubungan bilateral dengan negara-negara sahabat di Amlatkar selama bertahun-tahun. Sebagai langkah konkret untuk memperkuat hubungan dan melihat potensi dari Amlatkar sebagai pasar non-tradisional, Indonesia dapat melakukan beberapa langkah strategis. Salah satu langkah yang dapat dilakukan Indonesia adalah bergabung dengan *Forum for East Asia-Latin America Cooperation* (FEALAC).

Bergabung dengan FEALAC akan memberikan Indonesia akses langsung ke jaringan bisnis dan peluang investasi di seluruh Amerika Latin. Meskipun kepentingan Indonesia di bidang ekonomi dalam FEALAC sudah terlihat sejak tahun 2009, namun upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perdagangan masing kurang intensif karena FEALAC *outreach* program yang selama itu dilaksanakan masih sekedar

sosialisasi dan memperkenalkan kerjasama FEALAC kepada Pemerintah Daerah dan pengusaha yang masih terbatas (Tobing, Virgianita, & Yudono, 2022, p. 173).Melihat perkembangan dinamika global yang tidak stabil, terjadi transformasi orientasi pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia. Pemerintah mulai memperhatikan pasar-pasar non-tradisional sebagai tujuan pelaksanaan diplomasi komersial, dengan fokus khusus pada Amlatkar, serta memperhitungkan hubungan yang telah terjalin sebelumnya di kawasan tersebut (Darmastuti & Kurniawan, 2022, p. 40).

Persepsi terhadap kawasan Amlatkar telah mengalami perubahan signifikan dalam pandangan kebijakan luar negeri Indonesia. Awalnya dianggap sebagai kawasan potensial untuk mendukung agenda pembangunan ekonomi Indonesia, kini Amlatkar dipandang sebagai pasar alternatif potensial yang memungkinkan diversifikasi portofolio ekspor Indonesia. Pada tahun 1997/98, pada masa pemerintahan Soeharto, terjadi Krisis Keuangan Asia. Hal ini terutama disebabkan oleh kondisi pasar yang jenuh atau bahkan resesi ekonomi di pasar-pasar tradisional seperti Amerika Serikat, Tiongkok, dan Jepang mengalami masa jenuh atau bahkan resesi ekonomi. Perubahan ini mencerminkan pergeseran dalam kebijakan luar negeri Indonesia terhadap kawasan Amlatkar, dari sikap 'tidak

tertarik sama sekali' menjadi 'kepentingan ekonomi marginal'. Indonesia kini mulai mengakui potensi ekonomi yang dimiliki oleh negara-negara di Amlatkar dan melihatnya sebagai peluang baru untuk meningkatkan perdagangan dan investasi. Diversifikasi portofolio ekspor ke pasar Amlatkar juga dianggap sebagai langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan pada pasar-pasar tradisional yang mungkin tidak lagi menawarkan pertumbuhan yang signifikan. Dengan demikian, perubahan pandangan terhadap Amlatkar menjadi cermin dari adaptasi kebijakan luar negeri Indonesia terhadap dinamika ekonomi global. Meskipun belum mencapai tingkat prioritas yang tinggi, kepentingan ekonomi di kawasan Amlatkar semakin diakui oleh Indonesia, dan langkah-langkah menuju kerja sama yang lebih erat (Sabaruddin S. S., 2015, p. 5576). Pengakuan terhadap kepentingan ekonomi di kawasan Amlatkar dan langkah-langkah menuju kerja sama yang lebih erat merupakan langkah-langkah penting dalam memperkuat hubungan antara Indonesia dan kawasan tersebut, serta membentuk arah kebijakan yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam diplomasi ekonomi Indonesia.

Strategi Diplomasi komersial Indonesia di Amerika Latin dan Karibia melalui INA-LAC Business Forum

INA-LAC Business Forum merupakan sebuah forum kerja sama antara Indonesia dengan Amerika Latin dan Karibia (Amlatkar). Sebagai bentuk konkret dari upaya penguatan hubungan antara Indonesia dan Amlatkar, Wakil Menteri Luar Negeri menyampaikan perlunya peninjauan pembentukan *INA-LAC Forum* yang terdiri dari tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial budaya, dan isu strategis. Forum ini akan difokuskan pada berbagai aspek penting dari hubungan kedua kawasan tersebut, seperti pangan, keamanan, mineral penting, perubahan iklim, dan diskriminasi perdagangan (Kementerian Luar Negeri, 2023). *INA-LAC Business Forum* bertujuan untuk meningkatkan hubungan dagang, investasi, dan kerja sama di berbagai bidang. Menurut Menteri Perdagangan, kawasan Amlatkar dianggap sebagai mitra yang paling menjanjikan bagi Indonesia. Maka dari itu, Indonesia meyakini bahwa memperkuat kerja sama dengan kawasan tersebut merupakan langkah terbaik bagi Indonesia untuk meraih manfaat dari liberalisasi perdagangan (Kementerian Perdagangan RI, 2020).

Melalui kerja sama yang diinisiasi melalui *INA-LAC Business Forum*, Indonesia dapat memperkuat hubungan dengan negara-negara di Amlatkar, yang pada gilirannya dapat membuka peluang baru untuk perdagangan dan investasi. *INA-LAC*

Business Forum menjadi langkah konkret sebagai respons terhadap instruksi dari Presiden Jokowi untuk terus mengembangkan inovasi baru dalam meningkatkan akses pasar di luar negeri, dengan tujuan meningkatkan ekspor produk-produk utama Indonesia (Ariesta A. , 2023). Selama lima tahun terakhir, perdagangan antara Indonesia dengan Amlatkar telah meningkat setelah *INA-LAC Business Forum*. Pada tahun 2019, total perdagangan mencapai US\$ 7,811 juta. Pada tahun 2020, angka ini meningkat menjadi US\$ 8,258 juta. Kemudian, pada tahun 2021, total perdagangan naik menjadi 10,541. Pada tahun 2022, angka tersebut mencapai US\$ 13,097 juta, dan pada tahun 2023, total perdagangan mencapai US\$ 13,105 juta. Dengan demikian, terjadi kenaikan sekitar US\$ 67.75% juta dalam total perdagangan dari tahun 2019 hingga 2023 (Kementerian Luar Negeri, 2024).

INA-LAC Business Forum menjadi *flagship event* Kementerian Luar Negeri RI, di tengah konektivitas tantangan jarak antara Indonesia dan Amlatkar meliputi beberapa aspek penting. Salah satu inovasi utamanya adalah peluncuran platform digital *INA-ACCESS*, yang dirancang untuk mempromosikan perdagangan, investasi, dan pariwisata, serta memfasilitasi koneksi dan interaksi bisnis secara lebih efisien. Forum ini juga inovasi baru dengan

mengadakan sesi *business matching* dan *pitching*, yang bertujuan mempertemukan pengusaha Indonesia dengan mitra potensial dari Amlatkar.

Selain itu, *INA-LAC Business Forum* berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan peluang kerja sama perdagangan dan memperluas ekspor produk Indonesia di kawasan tersebut. Dalam konteks pascapandemi, forum ini memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung agenda digital, termasuk yang digalakkan oleh Kolombia dan negara-negara lain di kawasan. Inovasi lainnya adalah fasilitasi kolaborasi multisektoral, termasuk di bidang keamanan, pertahanan, pariwisata, dan ekonomi kreatif, yang semuanya berkontribusi pada penguatan hubungan ekonomi antara Indonesia dan Amlatkar. Dimana menurut wakil Menteri Kemenlu RI, Pahala Mansuri, pertumbuhan teknologi digital berpotensi menghasilkan US\$ 1,7 triliun pada 2030 di Amlatkar dan US\$ 30 miliar pada 2023 di Indonesia (Ariesta M. , 2023).

INA-LAC Business Forum pertama kali diadakan pada tahun 2019 sebagai awal tonggak sejarah yang diprakarsai oleh Kementerian Luar Negeri RI. Langkah ini diambil untuk meningkatkan kesadaran publik dan melibatkan pemangku kepentingan dalam mengatasi tantangan seperti jarak geografis, konektivitas, serta

hambatan tarif dan non-tarif. Dengan demikian, diharapkan tercapai kerja sama ekonomi yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Penyelenggaraan forum ini juga sejalan dengan arahan dari Presiden Joko Widodo untuk memperkuat hubungan diplomatik dan kerja sama ekonomi antara Indonesia dan kawasan Amlatkar.

Pada *INA-LAC Business Forum 2019* mengusung tema *Optimizing Trade and Investment Opportunities in Indonesia-Latin American and the Caribbean*. Sebanyak 106 perusahaan dari Indonesia dan 75 perusahaan dari Amlatkar telah mendaftar untuk berpartisipasi. Tingkat partisipasi yang tinggi ini mencerminkan antusiasme kedua belah pihak dalam mengeksplorasi peluang bisnis dan kerja sama ekonomi (Antara News, 2019). Selanjutnya, pada 2020 di tengah pandemi, *INA-LAC Business Forum* kedua diselenggarakan dalam format *hybrid*. Acara ini berhasil menarik antusiasme yang lebih besar dengan lebih dari 500 pelaku usaha dan pemangku kepentingan yang berpartisipasi dari Indonesia dan Amlatkar.

Di tengah pandemi, acara tersebut telah menghasilkan kesepakatan bisnis sebesar US\$ 71,02 juta dan potensi kerja sama bisnis sebesar US\$ 14,36 juta. Nilai ini meningkat dua kali lipat dibandingkan kesepakatan bisnis tahun pertama (sekitar 33 juta). *INA-LAC Business Forum* tahun

2021 menghasilkan *business deal* sebesar US\$87,96 juta (IDR 1,23 triliun), terdiri dari kesepakatan bisnis yang ditandatangani sebesar US\$19,08 juta (IDR 268,74 miliar) dan komitmen bisnis sebesar US\$68,88 juta (IDR 969 miliar). Selain itu, telah diadakan 37 pertemuan bisnis sebagai fasilitasi *platform digital INA-ACCESS*. Pada *INA-LAC Business Forum* tahun 2021, Menteri Luar Negeri meluncurkan *platform* digital untuk meningkatkan ekspor dan investasi. *Platform* ini bertujuan menjembatani interaksi dan komunikasi bisnis melalui pameran tetap virtual yang menampilkan lebih dari 400 produk ekspor unggulan dari 800 peserta pameran, yang mana 50% di antaranya adalah usaha kecil dan menengah (UKM) (INA-Access, 2021). Melalui dalam *INA-LAC Business Forum*, Indonesia dapat memperjuangkan kepentingannya dalam perdagangan dan investasi dengan negara-negara Amlatkar. Hal ini mencakup upaya untuk mengurangi hambatan perdagangan, memperjuangkan kesepakatan perdagangan yang menguntungkan, serta melindungi kepentingan ekonomi Indonesia dari ancaman eksternal.

INA-ACCESS yang diharapkan dapat memfasilitasi mitra bisnis dari luar negeri untuk menjajaki peluang dan berinteraksi secara langsung dengan pengusaha Indonesia melalui jalur virtual. *INA-ACCESS* dapat diakses melalui situs web resminya di

(<https://ina-access.com>). Berdasarkan keterangan di website Kemenlu RI, *INA-ACCESS* akan menjadi *platform* yang mempermudah bagi pengguna untuk memperoleh informasi tentang pasar Indonesia dan berinteraksi langsung dengan pengusaha Indonesia di berbagai sektor industri tanpa dikenakan biaya apa pun (Kementerian Luar Negeri, 2020). *INA-ACCESS*, sebagai platform ekonomi digital, memiliki beberapa fitur utama yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna (Kementerian Luar Negeri, 2021), menyangkut:

- 1. Pameran Produk Online:** Memungkinkan pengguna untuk memamerkan produk mereka secara daring. Fitur ini dapat membantu meningkatkan eksposur dan aksesibilitas produk dari berbagai kategori bisnis, baik perusahaan besar maupun UKM, dari kedua kawasan (Indonesia dan mitra bisnis internasional).
- 2. Katalog Proyek Investasi Indonesia:** Menyediakan katalog proyek investasi Indonesia, yang memungkinkan mitra bisnis internasional untuk menjelajahi berbagai proyek investasi yang tersedia di Indonesia. Ini dapat membantu mendukung pertumbuhan ekonomi dan investasi Indonesia.
- 3. Destinasi Pariwisata Indonesia:** Menampilkan destinasi pariwisata

Indonesia yang menarik, memungkinkan pengguna untuk mengetahui lebih lanjut tentang potensi pariwisata Indonesia dan peluang investasi di sektor pariwisata.

4. **Pertemuan Bisnis Virtual 1-on-1:** Memfasilitasi pertemuan bisnis virtual satu lawan satu antara pengguna platform. Fitur ini memungkinkan pengusaha untuk menjalin hubungan dan melakukan negosiasi dengan mitra bisnis potensial secara langsung melalui obrolan langsung dan fitur janji temu.

Online Product Showcase pada *INA-ACCESS* memiliki fitur-fitur sebagai berikut:

1. **Melayani Berbagai Kategori Perusahaan Bisnis & UKM dari Kedua Kawasan:** *Platform* ini menyediakan ruang bagi berbagai kategori perusahaan bisnis dan UKM dari Indonesia serta mitra bisnis internasional. Hal ini memungkinkan pelaku usaha dari berbagai sektor untuk memamerkan produk mereka secara *online*.
2. **Memfasilitasi Tampilan Katalog untuk Setiap Eksibitor dengan Navigasi yang Ramah Pengguna:** Setiap peserta pameran diberikan kemudahan dalam menampilkan katalog produk mereka dengan tata letak yang ramah pengguna. Fitur ini memudahkan pengunjung untuk menjelajahi berbagai produk yang ditawarkan oleh setiap peserta.

3. **Mengaktifkan Interaksi Virtual antara Pameran dan Mitra Potensial melalui Fitur Obrolan Langsung dan Jadwal Janji Temu:** *INA-ACCESS* memungkinkan para pengunjung untuk berinteraksi secara langsung dengan peserta pameran melalui obrolan langsung, serta membuat janji temu secara *online*. Hal ini mempermudah terjadinya komunikasi antara pelaku usaha dan mitra potensial, sehingga memfasilitasi terjadinya kerjasama bisnis yang lebih efektif.

Dengan memanfaatkan teknologi digital, *INA-ACCESS* membuka akses yang lebih mudah bagi pelaku usaha Indonesia untuk menjajaki peluang bisnis di pasar non tradisional seperti Amlatkar. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mengembangkan pasar baru dan mengurangi ketergantungan pada pasar-pasar tradisional. Selain itu, *INA-ACCESS* juga memperkuat diplomasi komersial dengan memperluas jaringan dan kerja sama ekonomi antara Indonesia dan negara-negara di Amlatkar. Dengan cara ini, *platform* tersebut tidak hanya memperluas potensi ekspor dan investasi Indonesia, tetapi juga memperkuat hubungan ekonomi antar negara dan meningkatkan daya saing Indonesia di pasar internasional.

INA-LAC Business Forum merupakan salah satu langkah konkret dari Kementerian Luar Negeri dalam mendorong peningkatan akses pasar, menggali potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, serta meningkatkan keterlibatan dengan berbagai pemangku kepentingan terkait di Indonesia dan kawasan Amlatkar (Kementerian Luar Negeri, 2024). Dengan menyelenggarakan forum ini, pemerintah Indonesia bertujuan untuk memperluas jaringan bisnis, mempromosikan produk dan layanan Indonesia, serta memfasilitasi kerja sama ekonomi yang lebih erat antara kedua kawasan. Salah satu indikator keberhasilan diplomasi komersial melalui pelaksanaan *INA-LAC Business Forum* bisa dilihat pada 16-18 Oktober 2023. Forum ini menghasilkan total transaksi bisnis senilai US\$ 407.345.737,95, terdiri dari potensi transaksi bisnis senilai US\$ 388.594.300 dan transaksi bisnis konkrit senilai US\$ 18.751.437,95. *Business deal* terjadi pada sektor otomotif, CPO dan turunannya, briket arang, makanan dan minuman, furniture dan *home decor*, farmasi, busana, kesehatan dan kecantikan. Pencapaian ini salah satunya dihasilkan dari difasilitasi oleh 57 pertemuan *business matching* dalam *INA-LAC Business Forum*. Selain itu, telah berhasil ditandatangani 9 naskah kerja sama pada saat kegiatan dan 1 kesepakatan bisnis menjelang *INA-LAC Business Forum* (Kementrian Luar Negeri, 2023).

Dengan *INA-LAC Business Forum* yang menerapkan *business matching* memiliki dampak langsung dalam menghasilkan kesepakatan bisnis dan perluasan jejaring koneksi (Annef, Darmastuti, & Kurniawan, 2022, p. 53). Diplomasi komersial mengacu pada aktivitas yang berkaitan dengan dukungan dan promosi bisnis. Dengan kata lain, proses diplomasi dipraktikkan untuk memberikan layanan komersial yang bermanfaat bagi komunitas bisnis nasional. Melalui *INA-LAC Business Forum* dan konektivitas digital melalui *platform INA-ACSSSES*, Indonesia dapat memperluas jaringan ekonominya dengan mengakses pasar-pasar baru di berbagai belahan dunia. Hal ini memungkinkan Indonesia untuk diversifikasi perdagangan dan investasi, serta mengurangi ketergantungannya pada pasar-pasar tradisional. *INA-LAC Business Forum* merupakan alat dalam instrument diplomasi komersial yang efektif dalam memperluas dan meningkatkan perdagangan, investasi, dan kerjasama ekonomi lainnya dengan negara-negara di kawasan Amlatkar. Ada lima aktivitas utama diplomasi, yaitu promosi perdagangan, promosi penanaman modal asing, kerja sama di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, promosi pariwisata, dan advokasi komunitas bisnis komersial (Boromisa & Ležaić, 2014, p. 174).

Dalam rangka pelaksanaan diplomasi komersial, Kementerian Luar Negeri dan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) telah menyelenggarakan *Road to Indonesia - Latin America and the Caribbean (INA-LAC) 2023*. Acara tersebut bertujuan untuk mempromosikan potensi perdagangan, pariwisata, dan investasi NTB kepada negara-negara Amlatkar (Kementerian Luar Negeri RI, 2023). Upaya ini tidak hanya memperkenalkan potensi NTB kepada pasar global tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai mitra dagang yang aktif. Diplomasi komersial, sebagai instrumen milik pemerintah, berfungsi untuk membantu para pelaku bisnis untuk menjalin bisnis dengan mitranya di luar negeri (Kosters, 2013, p. 9). Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pelaku bisnis termasuk dari kalangan UKM Indonesia dapat lebih mudah menembus pasar global dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada di luar negeri (Reuvers & Ruël, 2012, p. 75). Partisipasi UKM memang sangat didorong pada *INA-LAC Business Forum*. Kementerian Luar Negeri sengaja menyediakan porsi *exhibitor* untuk UMKM Indonesia sebanyak 60 persen untuk melakukan penetrasi pasar ke kawasan Amlatkar (Utami, 2022). Pemerintah menunjukkan komitmen untuk memanfaatkan diplomasi komersial sebagai alat untuk mendukung ekspansi internasional UMKM.

***INA-LAC Business Forum* dalam Diplomasi Komersial Indonesia di Amerika Latin dan Karibia**

Ekonomi Indonesia pada saat ini diibaratkan sebagai sebuah kendaraan yang memiliki empat motor penggerak yang sangat vital untuk mencapai pertumbuhan yang lebih tinggi, terutama di tengah kondisi eksternal yang melemah. Keempat motor penggerak tersebut meliputi konsumsi berkelanjutan, perbaikan belanja pemerintah, perluasan pasar dan komoditas ekspor, serta peningkatan investasi swasta. Pertama, konsumsi berkelanjutan menunjukkan pentingnya stabilitas dan ketahanan daya beli masyarakat yang menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Kedua, perbaikan belanja pemerintah di sektor infrastruktur, kesehatan, dan pendidikan turut memberikan dorongan signifikan bagi pertumbuhan ekonomi. Sementara itu, perluasan pasar dan komoditas ekspor menjadi kunci penting dalam mengurangi risiko ekonomi yang terkait dengan fluktuasi pasar global. Terakhir, peningkatan investasi swasta akan membuka peluang baru dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan produktivitas sektor-sektor ekonomi yang strategis. Dengan keempat motor penggerak ini bekerja secara sinergis, diharapkan ekonomi Indonesia dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan lebih tangguh di tengah berbagai

tantangan eksternal yang ada (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Pemerintahan Jokowi telah mendorong penguatan hubungan dengan mitra non-tradisional, termasuk dari kawasan Amlatkar, melalui berbagai langkah strategis. Ini mencakup penyelenggaraan forum-forum bisnis, pertemuan tingkat tinggi antar-negara, dan perjanjian perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memperluas jaringan perdagangan dan investasi Indonesia serta memperkenalkan produk-produk unggulan Indonesia ke pasar-pasar baru di Amlatkar.

Diplomasi komersial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap arus perdagangan dan investasi antarnegara. Diplomasi komersial membantu Indonesia dalam memperluas akses pasar, dengan menjalin hubungan baik dengan Amlatkar. Indonesia dapat memperoleh akses lebih besar di pasar non-tradisional dan meningkatkan ekspor dan pertumbuhan ekonomi. Melalui pertemuan bisnis, *business matching*, dan diskusi panel, Indonesia dapat menarik minat investor asing untuk berinvestasi di sektor-sektor yang strategis di Indonesia. Peluang ini memperbesar jaringan bisnis di kawasan Amlatkar. Melalui interaksi dengan pelaku bisnis dari berbagai negara dalam *INA-LAC Business Forum*,

Indonesia dapat menjalin kemitraan strategis dan kerja sama yang saling menguntungkan.

Kementerian Luar Negeri RI telah menginstruksikan perwakilan Indonesia di luar negeri untuk menjadi pelaksana diplomasi ekonomi, berperan sebagai pemasar dan pencari peluang dalam perdagangan, pariwisata, dan infrastruktur. Oleh karena itu, perwakilan Indonesia di luar negeri memiliki tanggung jawab untuk menganalisis peluang apa yang bisa dimanfaatkan dan mempromosikan potensi Indonesia untuk menjalin hubungan serta kerjasama dengan mitra strategis tertentu. Selain itu, peran diplomat sebagai perwakilan Indonesia juga menuntut kemampuan dalam *market intelligence* dan *trade policy intelligence* (Marhamah, 2020).

Semakin banyak pemimpin politik yang menyadari nilai diplomasi komersial akan semakin memperbesar kemungkinan untuk mengutamakan upaya pelaksanaan misi perdagangan. Langkah ini dapat menguatkan kerja sama ekonomi antarnegara, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan menyokong stabilitas global. Seorang diplomat komersial membutuhkan pengalaman manajerial dan komersial yang mendalam, bersama dengan keterampilan interpersonal dan analitis yang kuat, serta jaringan yang luas.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh MJ Kosters (2013, p. 40) responden yang diwawancarai memprediksi bahwa negara-negara akan cenderung menggunakan lebih banyak staf lokal untuk terlibat dalam kegiatan diplomasi komersial. Hal ini disebabkan oleh potensi penghematan biaya yang signifikan dan keahlian yang setara atau bahkan lebih tinggi dari staf lokal dibandingkan dengan diplomat. Meskipun demikian, ada kekhawatiran terkait konflik kepentingan karena karyawan yang terlibat secara lokal mungkin tidak berasal dari negara yang mereka wakili. Namun, efisiensi menjadi semakin penting, terutama mengingat biaya yang mahal untuk mengirim diplomat ke luar negeri. Ini akan mendorong negara-negara untuk mempertimbangkan untuk mempekerjakan lebih banyak staf lokal dalam diplomasi komersial mereka. Di negara-negara di mana pemerintah memiliki pengaruh besar dalam bisnis, diplomasi komersial dapat membantu perusahaan dalam memahami dan menavigasi regulasi dan kebijakan pemerintah yang kompleks. Mereka dapat memberikan wawasan tentang aturan bisnis lokal, prosedur perizinan, dan kebijakan perdagangan yang relevan, serta membantu perusahaan memperoleh akses ke pemangku kepentingan kunci di pemerintah (Lop, 2017, p. 371).

Pada *INA-LAC Business Forum 2021* yang berlangsung pada 14-15 Oktober 2021 menghadirkan panel dan sesi diskusi yang membahas isu-isu ekonomi pasca pandemi, termasuk kemitraan pemulihan ekonomi, perdagangan internasional dan rantai pasok global, inovasi dan teknologi, bisnis, dan investasi (Kementerian Luar Negeri, 2023). Dalam panel-panel tersebut, para peserta membahas berbagai strategi dan langkah-langkah untuk mengatasi dampak ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19 dan mempercepat pemulihan ekonomi di Indonesia dan kawasan Amlatkar. Dengan demikian, *INA-LAC Business Forum* menjadi *platform* penting untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan kerjasama antar negara-negara dalam menghadapi tantangan ekonomi pasca pandemi.

INA-LAC Business Forum 2023 memfokuskan perhatiannya pada tiga awasa utama, yaitu awasann/dekorasi rumah, suku cadang otomotif, dan produk kesehatan. Berbagai kegiatan yang diselenggarakan dalam forum ini termasuk sesi *business matching*, *business pitching*, diskusi panel, dan *INA-LAC Business Network* (Kementerian Luar Negeri, 2023). Rencana penyelenggaraan *INA-LAC Business Forum 2024* di Lima, Peru bagi Indonesia untuk meningkatkan akses pasar ke kawasan Amlatkar. *INA-LAC Business Forum* di Peru merupakan *Indonesian solo*

business mission ke pawasan Amlatkar. Kegiatan ini pertama kalinya diselenggarakan di luar Indonesia. Duta Besar Peru untuk Indonesia, Luis Tsuboyama menegaskan komitmen negaranya untuk mendukung dan memastikan keberhasilan acara tersebut (Kementerian Luar Negeri, 2024). *INA-LAC Business Forum 2024* diharapkan dapat menjadi *platform* yang efektif untuk memperkuat hubungan perdagangan antara Indonesia dan negara-negara di kawasan Amlatkar. Melalui dialog, kerja sama teknis, dan komitmen bersama, kedua belah pihak dapat mencapai kemajuan yang signifikan dalam meningkatkan perdagangan dan investasi, serta memperkuat kemitraan ekonomi di masa depan.

Ekspansi Pasar Melalui Diplomasi Komersial *INA-LAC Business Forum*

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Hutabarat L. F (2017, p. 14) kawasan Amlatkar menawarkan sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk memperkuat hubungannya. Pertama, dengan infrastruktur yang semakin membaik, seperti proyek infrastruktur *Bioceanic* dan *Trans-Andean Railways*, Indonesia memiliki kesempatan untuk meningkatkan konektivitas dan perdagangan dengan kawasan tersebut melalui jalur transportasi yang lebih efisien dan terintegrasi. Kedua, pasar di Amlatkar masih

belum dikelola dengan baik, sehingga Indonesia memiliki potensi besar untuk memperluas penetrasi pasar dan meningkatkan ekspornya ke kawasan tersebut. Selain itu, adanya berbagai forum dan organisasi ekonomi di kawasan, seperti *Caricom*, *Mercosur*, dan *Pacific Alliance*, menjadi *platform* yang dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk mempromosikan perdagangan dan investasi serta memperkuat hubungan ekonomi Indonesia dengan negara-negara di Amlatkar. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, Indonesia diharapkan dapat memperkuat posisi Indonesia di pasar Amlatkar dan meningkatkan kontribusi ekspor serta investasinya dalam upaya untuk diversifikasi pasar dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Tujuan diplomasi komersial berdasarkan pandangan Lop (2017) terkait dengan meningkatkan impor, ekspor, dan perdagangan internasional. Namun, tujuan ini juga membawa dampak jangka panjang yang lebih luas, terutama terkait dengan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. *INA-LAC Business Forum* memberikan platform bagi perusahaan Indonesia untuk memperluas akses pasar ke negara-negara di Amlatkar. Dengan memfasilitasi pertemuan bisnis, negosiasi kontrak, dan penandatanganan kesepakatan perdagangan, forum ini membantu

meningkatkan volume ekspor dan impor antara Indonesia dan negara-negara di kawasan Amlatkar. Memperluas penetrasi produk ekspor unggulan ke pasar non-tradisional di Amlatkar juga dapat membantu meningkatkan daya saing produk Indonesia secara global. Melalui eksposur yang lebih luas terhadap pasar internasional, produk-produk Indonesia dapat menjadi lebih dikenal dan dihargai di tingkat global.

INA-LAC Business Forum menghasilkan berbagai output yang dapat memperkuat aktivitas perdagangan Indonesia di Amlatkar. Forum ini membuka banyak kesempatan untuk memperluas pasar bagi beberapa komoditas utama Indonesia, seperti suku cadang mesin dan kendaraan bermotor, lemak dan minyak nabati, produk elektronik, alas kaki, dan produk karet. Diplomasi komersial Indonesia terhadap Amlatkar bertujuan untuk meningkatkan nilai kompetitif produk Indonesia di pasar Amlatkar. Kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan besar dari upaya ini, yang cenderung menghasilkan kinerja perdagangan yang lebih baik. Melalui *INA-LAC Business Forum*, perusahaan Indonesia memiliki akses lebih besar ke pasar Amlatkar, sementara perusahaan dari kawasan tersebut juga dapat memperluas pasar mereka ke Indonesia. Ini membuka pintu bagi produk-produk lokal untuk dijual ke pasar

internasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di kedua belah pihak. *Network activities* melalui *INA-LAC Business Forum*, khususnya pada tahun 2021, telah menghasilkan transaksi bisnis penandatanganan kerja sama ekonomi khususnya yang berkaitan dengan peningkatan ekspor minyak kelapa sawit, yaitu Pernyataan Kehendak Jejaring Bisnis antara Indonesia dengan Amlatkar di mana pernyataan tersebut sudah ditandatangani oleh enam asosiasi pengusaha yang berasal dari kawasan Amlatkar (Angela & Suryadipura, 2023, pp. 371-372).

Dalam *INA-LAC Business Forum* diselenggarakan *trade expo* di mana kelompok bisnis Indonesia dapat memanfaatkan kesempatan untuk menampilkan produk mereka. Untuk menampilkan keunggulan kompetitif, kualitas, dan inovasi dari produk-produk mereka. Upaya promosi ini tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan pasar terhadap produk-produk Indonesia, tetapi juga memperkuat reputasi merek di pasar global. Agenda *business matching* dalam *INA-LAC Business Forum* memungkinkan mitra potensial dari Amlatkar untuk bertemu dan berdiskusi langsung, menciptakan peluang untuk menjalin kerjasama, menandatangani kesepakatan bisnis, dan membangun jaringan yang bermanfaat untuk

ekspansi pasar. *Pitching session* memberikan platform bagi pengusaha Indonesia untuk mempresentasikan ide bisnis, produk, dan proyek mereka kepada investor dan mitra bisnis potensial, menarik investasi dan dukungan yang diperlukan untuk memperluas operasi dan memasuki pasar baru. Penandatanganan kerja sama untuk pembentukan *Trading House* (Pos Dagang) dan menjadi *trading house* pertama Indonesia di kawasan Amlatkar. Memungkinkan produk makanan dan minuman Indonesia masuk ke pasar Amlatkar melalui Brasil (Muhammad Fakhri Aziz, 2022, p. 64). Indonesia dan Suriname juga melakukan transaksi perdagangan melalui pertemuan bisnis virtual. Pada forum 2019, kesepakatan senilai US\$ 3 juta tercapai, mencakup produk seperti furniture, kain batik, baju muslim, jamu, serta makanan dan minuman. Kerjasama bisnis juga terjadi di bidang konstruksi dan perbankan (Muhammad Fakhri Aziz, 2022, p. 68). Selain itu pada kesepakatan *INA-LAC Business Forum 2023*, PT Pindad melakukan *business matching* dengan beberapa calon pembeli potensial. Kesepakatan kerja sama akhirnya dapat dicapai dengan *Black Horse Development S.A.S*, perusahaan swasta Kolombia yang bergerak di bidang keamanan dan pertahanan. *Black Horse* tertarik dengan produk senjata dan kendaraan khusus PT Pindad. Kedua belah pihak sepakat untuk menjalin kerja sama

dalam pemasaran dan penjualan produk pertahanan dan keamanan di Amlatkar. MoU yang ditandatangani memiliki masa berlaku dua tahun (PT. Pindad, 2023). Selain itu, melalui upaya seperti Platform *INA-ACCESS*, yang menampilkan 4.355 produk siap ekspor dari 800 perusahaan, yang separuh di antaranya adalah UMKM, serta 133 proyek investasi dari 11 sektor yang telah dikurasi oleh pemerintah Indonesia (Antara News, 2023). Indonesia dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk mendukung ekspansi pasar, investasi dan kerjasama dalam sektor pariwisata. Ini mencakup penggunaan platform kolaboratif, pemasaran digital, analisis data, dan pengembangan aplikasi pariwisata untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi pariwisata Indonesia.

KESIMPULAN

Melalui forum dan upaya diplomasi komersial seperti *INA-LAC Business Forum*, Indonesia dapat mempromosikan produknya dan membangun kemitraan dengan pelaku bisnis di kawasan Amlatkar. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan volume ekspor, tetapi juga memperluas jangkauan pasar bagi produk unggulan Indonesia. *INA-LAC Business Forum* berfungsi sebagai platform untuk memfasilitasi pertemuan bisnis, mempromosikan ekspor dan investasi, serta memperluas jaringan

kerjasama antara pelaku usaha Indonesia dan Amlatkar. Diplomasi komersial memainkan peran kunci dalam meningkatkan akses pasar, diversifikasi produk ekspor, dan memperluas penetrasi pasar non-tradisional di Amlatkar yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk Indonesia secara global.

INA-LAC Business Forum tidak hanya membahas aspek ekonomi, tetapi juga meningkatkan hubungan dan kerja sama antara Indonesia dan negara-negara Amlatkar secara keseluruhan. Hal ini dapat membantu memperkuat kerja sama politik dan diplomatik antara kedua belah pihak. Indonesia juga dapat meningkatkan citra Indonesia di mata negara-negara Amlatkar. Ini dapat membantu dalam memperkuat reputasi Indonesia sebagai mitra dagang yang dapat diandalkan dan berpengaruh. Selain itu *INA-ACCESS* dapat menjadi sebuah *platform* kolaboratif yang memungkinkan untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menjalin kerjasama. *INA-ACCESS* dapat menawarkan solusi pemasaran digital yang canggih untuk mempromosikan kerja sama antara Indonesia dan negara-negara Amlatkar. *INA-ACCESS* dapat mengembangkan strategi pemasaran digital yang terarah untuk mempromosikan kerja sama ekonomi, investasi, dan pariwisata antara kedua kawasan. Ini mencakup identifikasi target

pasar, penentuan pesan yang tepat, dan penempatan yang strategis di platform digital yang relevan.

INA-LAC Business Forum memberikan kesempatan berharga untuk membangun jaringan dan kemitraan dengan perusahaan-perusahaan lokal maupun internasional di Amlatkar. Dengan diselenggarakannya *INA-LAC Business Forum*, dapat meningkatkan visibilitas dan perhatian terhadap *INA-LAC Business Forum* di kalangan pemimpin dan pelaku bisnis dari Indonesia dan Amlatkar. *INA-LAC Business Forum 2024* berpeluang untuk meningkatkan jaringan, memahami dinamika langsung kawasan Amlatkar, serta memperluas pasar ke kawasan baru menjadi lebih terbuka. Selain itu, adanya fokus khusus pada Amlatkar dalam penyesuaian pasar dan ketersediaan *booth* pameran gratis merupakan nilai tambah yang signifikan.

Pelaku bisnis dan UMKM juga dapat mendapatkan pengetahuan dan pelatihan terkait proses ekspor, regulasi perdagangan internasional, serta kebutuhan pasar di Amlatkar. Ini tidak hanya membantu mereka memahami pasar yang mereka tuju, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif dalam konteks global. Selain itu, mengadakan lomba start-up digital bersama antara Indonesia dan negara-negara Amlatkar dapat menjadi langkah yang sangat efektif untuk

membangun hubungan yang kuat dan saling percaya di bidang teknologi dan bisnis. Kriteria penilaian dapat mencakup tingkat inovasi, potensi pasar, dan keberlanjutan bisnis.

REFERENSI

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). (P. Rapanna, Ed.) CV. Syakir Media Press,. Retrieved May 12, 2024
- Angela, F. K., & Suryadipura, D. (2023). Diplomasi Komersial Indonesia ke Brasil untuk Meningkatkan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Tahun 2019-2021. *Jurnal Hubungan Internasional*, 16, 359-380. doi:10.20473/jhi.v16i2.45244
- Annef, A. B., Darmastuti, S., & Kurniawan, A. (2022). Aplikasi Model Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Brasil dalam Meningkatkan Ekspor Minyak Nabati Periode 2017-2021. *Indonesian Perspective*, 35-56. doi:http://dx.doi.org/10.14710/ip.v7i1.48184
- Antara News. (2019, September 25). Indonesia selenggarakan forum bisnis dengan Amerika Latin, Karibia. Retrieved March 16, 2024, from Antaranews.com: <https://www.antaraneews.com/berita/1081056/indonesia-selenggarakan-forum-bisnis-dengan-amerika-latin-karibia>
- Antara News. (2023, July 11). Amerika Latin catat kenaikan investasi asing langsung pada 2022. Retrieved July 1, 2024, from Antaranews.com: <https://www.antaraneews.com/berita/3628884/amerika-latin-catat-kenaikan-investasi-asing-langsung-pada-2022>
- Antara News. (2023, October 18). Forum Bisnis INA-LAC 2023 hasilkan transaksi dagang Rp6,4 triliun. Retrieved March 3, 2024, from Antaranews.com: <https://www.antaraneews.com/berita/3778776/forum-bisnis-ina-lac-2023-hasilkan-transaksi-dagang-rp64-triliun>
- Ariesta, A. (2023, September 18). Cari Potensi Pasar Amerika Latin dan Karibia, Kemenlu Gelar INA-LAC Business Forum 2023. Retrieved May 16, 2024, from Idxchannel.com: <https://www.idxchannel.com/news/cari-potensi-pasar-amerika-latin-dan-karibia-kemenlu-gelar-ina-lac-business-forum-2023>
- Ariesta, M. (2023, Oktober 16). Medcom.id. Retrieved May 16, 2024, from Wamenlu Beberkan 3 Fokus Kerja Sama RI-Amerika Latin dan Karibia, Apa Saja?: <https://www.medcom.id/internasional/asean/IKY84VAk-wamenlu-beberkan-3-fokus-kerja-sama-ri-amerika-latin-dan-karibia-apa-saja>
- Boromisa, A.-M., & Ležaić, A. R. (2014). Croatian commercial diplomacy—stepping stone toward economic recovery? *International Journal of Diplomacy and Economy*, 172-184. doi:https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2014.064798
- Coolsaet, R. (2004). Trade and diplomacy: The Belgian case." *International Studies Perspectives*. *International Studies Perspectives*, 5, 61-65. doi:https://doi.org/10.1111/j.1528-3577.2004.00156.x
- Darmastuti, S., & Kurniawan, A. (2022). Aplikasi Model Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Brasil dalam Meningkatkan Ekspor Minyak Nabati Periode 2017-2021. *Indonesian*

- Perspective, 7, 35-56.
doi:<https://doi.org/10.14710/ip.v7i1.48594>
- Delanova, M. O. (2017, April 11). Politik Luar Negeri Indonesia Pada Masa Pemerintahan Presiden Joko Widodo melalui Penguatan Diplomasi Ekonomi. *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 2, 154-172. doi:<https://doi.org/10.36859/jdg.v2i02.40>
- Delanova, Mariane Olivia. (2019). Analisis Kebijakan Diplomasi Ekonomi Indonesia Terhadap Pasar Non Tradisional. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 382-402. doi:<https://doi.org/10.36859/jdg.v4i02.140>
- Fathun, L. M., & Astuti, W. R. (2020). Diplomasi Ekonomi Indonesia di dalam Rezim Ekonomi G20 pada Masa Pemerintahan Joko Widodo. *Intermestic: Journal of International Studies*, 5, 47-68. doi:[doi:10.24198/intermestic.v5n1.4](https://doi.org/10.24198/intermestic.v5n1.4)
- Hutabarat, L. F. (2017). Pasar Prospektif di Amerika Latin. *Jurnal Hubungan Luar Negeri*, 1-20. Retrieved March 11, 2024, from <http://repository.uki.ac.id/6305/>
- Hutabarat, L. F. (2017). Peluang dan Tantangan Kerja Sama Perdagangan di Kawasan Amerika Latin. Jakarta Pusat: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, Kementerian Luar Negeri. Retrieved March 11, 2024
- INA-Access. (2021, September). Profil. Retrieved May 16, 2024, from INA-LAC Business Forum is the first ever milestone initiated by Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia: <https://ina-access.com/ina-lac>
- INA-LAC ACCESS. (2021). INA-LAC Business Forum is the first ever milestone initiated by Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia. Retrieved March 16, 2024, from Ina-access.com: <https://ina-access.com/ina-lac>
- Indonesia Support Business. (2023, October 17). Foreign Ministry holds Indonesia-Europe and Latin American business forum. Retrieved March 3, 2024, from indonesiabusinesspost.com/lobby/foreign-ministry-holds-indonesia-europe-and-latin-american-business-forum/
- Kementerian Investasi/BKPM dan BPS. (2024, March 1). Realisasi Investasi Penanaman Modal Luar Negeri Menurut Negara (Juta US\$), 2021-2023. www.bps.go.id. Retrieved July 1, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg0MyMy/realisasi-investasi-penanaman-modal-luar-negeri-menurut-negara--juta-us--.html>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2023, January 18). Diplomasi Ekonomi untuk Kemajuan Perekonomian Indonesia. Retrieved March 26, 2024, from <https://ekon.go.id/unduh/publikasi/2181/diplomasi-ekonomi-untuk-kemajuan-perekonomian-indonesia>
- Kementerian Luar Negeri. (2020). INA-ACCESS Platform. Retrieved March 16, 2024, from [Kemlu.go.id/: https://www.kemlu.go.id/buenosaires/en/pages/platform_ina-access/1530/about-service](https://www.kemlu.go.id/buenosaires/en/pages/platform_ina-access/1530/about-service)

- Kementerian Luar Negeri. (2021). Indonesia - Latin America & The Caribbean Business Forum. Kemenlu.go.id. Retrieved March 26, 2024, from <https://kemlu.go.id/download/L1NpdGVbc3NldHMvTGZzdHMvTmV3cy9BbGxJdGVtcy9JTkEtTEFDJTlwMjAyMSUyMEJvb2tsZXQIMjAoRU5HKS5wZGY=>
- Kementerian Luar Negeri. (2023, October 16). INA-LAC Business Forum 2023: A Major Breakthrough to Strengthen Business Ties Between Indonesia - Latin America and the Caribbean. Retrieved March 16, 2024, from Kemlu.go.id/: <https://www.kemlu.go.id/portal/en/read/5381/berita/ina-lac-business-forum-2023-a-major-breakthrough-to-strengthen-business-ties-between-indonesia-latin-america-and-the-caribbean>
- Kementerian Luar Negeri. (2023, October 16). INA-LAC Business Forum 2023: Terobosan Besar Meningkatkan Konektivitas Bisnis RI-Amerika Latin dan Karibia. Retrieved March 16, 2024, from Kemlu.go.id: <https://www.kemlu.go.id/buenosaires/id/news/26713/ina-lac-business-forum-2023-terobosan-besar-meningkatkan-konektivitas-bisnis-ri-amerika-latin-dan-karibia>
- Kementerian Luar Negeri. (2024, April 22). Perkuat Kemitraan Bisnis dengan Amerika Latin dan Karibia, Indonesia Sambut The 5th INA-LAC Business Forum. Retrieved June 30, 2024, from kemlu.go.id: <https://drive.google.com/file/d/1z4xCv7hxACuqGbqLX--MKTyCbfLBdjR/view>
- Kementerian Luar Negeri. (2024, March 28). Road to INA-LAC 2024: Roundtable Talks with Latin American Ambassadors. Kemlu.go.id. Retrieved March 18, 2024, from <https://www.kemlu.go.id/portal/en/read/5848/view/road-to-ina-lac-2024-roundtable-talks-with-latin-american-ambassadors>
- Kementerian Luar Negeri RI. (2023, Juni 21). Kemlu.go.id. Retrieved March 26, 2024, from Road to INA-LAC 2023: Memperkenalkan NTB ke Pasar Potensial Amerika Latin dan Karibia: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/4866/berita/forum-bisnis-ina-lac-2023-memperkenalkan-ntb-ke-pasar-potensial-amerika-latin-dan-karibia>
- Kementerian Perdagangan RI. (2020, October 10). Gencarkan Ekspor di Tengah Pandemi, Kemendag, Kemenlu, dan BKPM Sinergi Luncurkan Platform Digital Forum Bisnis INA-LAC. Jakarta: Kemendag.go.id. Retrieved March 26, 2024, from <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/gencarkan-ekspor-di-tengah-pandemi-kemendag-kemenlu-dan-bkpm-sinergi-luncurkan-platform-digital-forum-bisnis-ina-lac>
- Kementerian Perdagangan RI. (2020, November 09). MENDAG RI PADA INA-LAC BUSINESS FORUM 2020. Kemendag.go.id. Retrieved March 16, 2024, from <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/mendag-ri-pada-ina-lac-business-forum-2020>
- Kementerian Perdagangan RI. (2020, October 9). Peluncuran Awal Platform Digital Forum Bisnis Indonesia-Amerika Latin dan Karibia. Retrieved March 16, 2024, from Kemendag.go.id: <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/peluncuran-awal-platform-digital->

forum-bisnis-indonesia-amerika-latin-dan-karibia

- Kementrian Luar Negeri. (2023, October 17). Forum Bisnis Indonesia dengan Amerika Latin, Karibia dan Eropa Hasilkan Business Deals dan Kemitraan Yang Lebih Erat. Retrieved Juni 13, 2024, from Kemlu.go.id: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/5387/berita/forum-bisnis-indonesia-dengan-amerika-latin-karibia-dan-eropa-hasilkan-business-deals-dan-kemitraan-yang-lebih-erat>
- Kostecki, M., & Naray, O. (2007). Commercial diplomacy and international business. Netherlands Institute of International Relations' Clingendael, 1-42. Retrieved March 16, 2024, from https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kostecki_naray.pdf
- Kosters, M. J. (2013). The future of commercial diplomacy. University of Twente, Business Administration. Essay Utwente NL. Retrieved March 12, 2024, from <https://purl.utwente.nl/essays/63705>
- Lee, D. (2004). The Growing Influence of Business in U.K. Diplomacy. *International Studies Perspectives*, 50-54. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1528-3577.2004.00154.x>
- Lee, D., & Ruël, H. (2012). Introduction: Commercial Diplomacy and International Business: Merging International Business and International Relations. Emerald Group Publishing Limited. doi:[http://dx.doi.org/10.1108/S1877-6361\(2012\)0000009004](http://dx.doi.org/10.1108/S1877-6361(2012)0000009004)
- Lop, G. V. (2017). Commercial diplomacy in a globalized world', *Przegląd Strategiczny. Przegląd Strategiczny*, 367-382. Retrieved March 12, 2024, from <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=594263>
- Maiwan, M. (2015). Teori-Teori Ekonomi Politik Internasional dalam Perbincangan: Aliran dan Pandangan. *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi*, 15(1), 109-123. doi:<https://doi.org/10.21009/jimd.v15i1.9114>
- Marhamah, R. N. (2020). Peran Lembaga Dana Kerjasama Pembangunan Internasional (LDKPI) Terhadap Kebijakan Diplomasi Ekonomi Indonesia Pada Pasar Non Tradisional. Retrieved March 12, 2024, from [Ldkpi.kemenkeu.go.id: https://ldkpi.kemenkeu.go.id/post/peran-lembaga-dana-kerjasama-pembangunan-internasional-%28ldkpi%29-terhadap-kebijakan-diplomasi-ekonomi-indonesia-pada-pasar-non-tradisional](https://ldkpi.kemenkeu.go.id/post/peran-lembaga-dana-kerjasama-pembangunan-internasional-%28ldkpi%29-terhadap-kebijakan-diplomasi-ekonomi-indonesia-pada-pasar-non-tradisional)
- Medina, A. F. (2023, February 28). Indonesia's Breakthrough Year for Foreign Investment in 2022. ASEAN Briefing. Retrieved July 1, 2024, from <https://www.aseanbriefing.com/news/indonesias-breakthrough-year-for-foreign-investment-in-2022/>
- Mercier, A. (2007). Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK and the. *Clingendael Discussion Papers in Diplomacy*, 1-51. Retrieved March 12, 2024, from https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070900_cdsp_diplomacy_mercier.pdf
- Muhammad Fakhri Aziz, M. F. (2022). Diplomasi Perdagangan Indonesia Dalam Ina-Lac Business Forum Tahun 2019-2021 (Studi Kasus: Brazil Dan

- Suriname). Jakarta: Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta. Retrieved March 23, 2024, from <https://repository.umj.ac.id/17401/>
- Nira, F. P., Lazuardi, F., & Putra, F. A. (2021). "INDONESIA'S ECONOMY DIPLOMACY: STRATEGIC OPPORTUNITY IN PPE PRODUCTION IN PANDEMIC ERA." PROCEEDING ICTESS. Internasional Conference on Technology, Education and Social Sciences, 722-742. Retrieved March 11, 2024, from <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/pr oictss/article/view/5083>
- Prasetyo, B. (2023). Indonesia's Strategic Engagement in G20: The Role of Economic Diplomacy in Advancing National Interests and Fostering Inclusive Global Economic Growth. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11, 859–866. doi:<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11 i3.2166>
- PT. Pindad. (2023). Pindad.com. Retrieved May 18, 2024, from Pindad Tandatangani MOU Dengan Black Horse pada INA-LAC Business Forum 2023: <https://pindad.com/pindad-tandatangani-mou-dengan-black-horse-pada-inalac-business-forum-2023>
- Reuvers, S., & Ruël, H. (2012). Chapter 1 Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications. *Commercial diplomacy and international business: a conceptual and empirical exploration*,. Emerald Group Publishing Limited, 9, 1-27. doi:[https://doi.org/10.1108/S1877-6361\(2012\)0000009005](https://doi.org/10.1108/S1877-6361(2012)0000009005)
- Ruël, H. D., & Visser, R. (2013). *Commercial diplomacy and international business: inseparable twins*. AIB Insights, 13, 14-17. Retrieved March 14, 2024, from https://documents.aib.msu.edu/publications/insights/v13n1/v13n1_Article3.pdf
- Sabaruddin, S. S. (2015). The Potential Political Economy Impact of the Proposed Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement. *Asian Journal of Latin American Studies*, 5575-5594. Retrieved March 14, 2024, from https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fserialsjournals.com%2Fabstract%2F15190_5575-5594.pdf&psig=AOvVaw2VC_Ti4cqNZH69INly6CtD&ust=1712598515071000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAcQrpoMahcKEwilzbCS07CFaxUAAAAAHQAAAAAQBA
- Sabaruddin, S. S. (2016). Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 205-2019. doi:<https://doi.org/10.26593/jihi.v12i2.2654.205-219>
- Sabaruddin, S. S. (2017). Yang mempengaruhi perdagangan Indonesia di kawasan Amerika Latin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1, 196-210. doi:10.22236/agregat_vol1/is2pp195-226
- Satu Data Kemendag RI. (n.d.). Neraca Perdagangan Dengan Mitra Dagang. Jakarta, Indonesia: [Satudata.kemendag.go.id](http://satudata.kemendag.go.id). Retrieved June 30, 2024, from [Satudata.kemendag.go.id](http://satudata.kemendag.go.id): <https://satudata.kemendag.go.id/data-informasi/perdagangan-luar-negeri/neraca-perdagangan-dengan-mitra-dagang>

- Sevin, E., & Dinnie, K. (2015). Digital channels and technologies for commercial diplomacy: conceptualisation and future research propositions. *International Journal of Diplomacy and Economy*, 2, 266-177. doi:<https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2015.073932>
- Stadman, A., & Ruël, H. (2012). Chapter 7 Competitors or Collaborators: A Comparison of Commercial Diplomacy Policies and Practices of EU Member States. *Commercial diplomacy and international business: A conceptual and empirical exploration*, 183-225. Retrieved March 16, 2024, from [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1877-6361\(2012\)0000009011/full/html](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1877-6361(2012)0000009011/full/html)
- Sudirman, F. A. (2016). *Ekonomi Politik Internasional: Transformasi Isu dan Teori*. Yogyakarta: Yogyakarta Leutikaprio. Retrieved March 14, 2024
- Tobing, F. B., Virgianita, A., & Yudono, R. M. (2022). Diplomasi Ekonomi Indonesia di Kawasan Amerika Latin: Merangkul Mitra Baru (Chili, Meksiko, Peru). Department of International Relations, 167-180. Retrieved March 12, 2024, from <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/diplomasi-ekonomi-indonesia-di-kawasan-amerika-latin-merangkul-mi-2>
- Trade Map. (2024). Retrieved July 1, 2024, from https://www.trademap.org/Bilateral_MQ_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c%7c15%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c3%7c1%7c1%7c%7c1
- Utami, L. D. (2022, September 16). *Tribunnews.com*. Retrieved March 14, 2024, from *Kemenlu Ajak UMKM Ekspor Produk ke Amerika Latin dan Karibia Lewat Forum INA-LAC 2022*: <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/09/16/kemlu-ajak-umkm-indonesia-ekspor-produk-ke-amerika-latin-dan-karibia-lewat-forum-ina-lac-2022>
- Yoshida, Y. H., & Kriswandwitanaya, M. F. (2023). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Memajukan Pembangunan Ekonomi Nasional Melalui Kepemimpinan Indonesia Dalam Forum G-20 Tahun 2022. *Global Mind*, 5, 1-12. doi:<https://doi.org/10.53675/jgm.v5i1.1063>