

Strategi KBRI Kuala Lumpur dalam Meningkatkan Total Perdagangan Bilateral Indonesia-Malaysia Tahun 2021-2022

Syarifah Afra Novianty*, Nur Azizah

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

*syarifahaфра.n@gmail.com

Abstract

The Indonesian Embassy in Kuala Lumpur has a Trade Sector to carry out trade duties in Malaysia which is a representation of the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia (Kemendag). In 2020 there was a decrease in total trade between Indonesia and Malaysia when compared to 2019. However, in 2021-2022, total trade increased significantly. Therefore, this study aims to determine the strategy used by the Indonesian Embassy in Kuala Lumpur in increasing the total trade between Indonesia and Malaysia in 2021-2022. This research uses qualitative methods with primary and secondary data through literature with functional bilateral cooperation theory and diplomacy concepts. The findings of the strategies used in 2021-2022 by the Indonesian Embassy in Kuala Lumpur include: (1) Buying Mission; (2) Business Matching; and (3) Export Promotion under the Trade Attaché, Deden Muhammad F.S. This strategy is based on the implementing element of the Ministry of Trade, namely DJPEN. This strategy can increase Indonesia's trade surplus with export value in 2021 and 2022 gradually reaching US \$ 11.97 billion and US \$ 15.42 billion. So that this strategy is able to increase the total bilateral trade between Indonesia and Malaysia in 2021 and 2022 with achievements of US \$ 21.4 billion and US \$ 27.5 billion. Thus, trade between the two meets the parameters of Indonesia's economic welfare.

Keywords: : Indonesia; Malaysia; Strategy; Trade Department; Total Trade

Abstrak

KBRI Kuala Lumpur memiliki Bidang Perdagangan untuk menjalankan tugas perdagangan di Malaysia yang merupakan representasi dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag). Pada tahun 2020 terjadi penurunan total perdagangan Indonesia-Malaysia jika dibandingkan dengan tahun 2019. Namun, di tahun 2021-2022 total perdagangan naik signifikan. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan KBRI Kuala Lumpur dalam meningkatkan total perdagangan Indonesia-Malaysia tahun 2021-2022. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data primer dan sekunder melalui literatur dengan teori kerjasama bilateral fungsional dan konsep diplomasi. Hasil temuan strategi yang digunakan di tahun 2021-2022 oleh KBRI Kuala Lumpur meliputi: (1) *Buying Mission*; (2) *Business Matching*; dan (3) *Export Promotion* di bawah Atase Perdagangan, Deden Muhammad F.S. Strategi ini dilandasi pada unsur pelaksana Kemendag yaitu DJPEN. Strategi ini dapat meningkatkan surplus perdagangan Indonesia dengan nilai ekspor di tahun 2021 dan 2022 secara berangsur-angsur mencapai US\$11,97 miliar dan US\$15,42 miliar. Sehingga strategi tersebut mampu meningkatkan total perdagangan bilateral Indonesia-Malaysia di tahun 2021 dan 2022 dengan capaian US\$21,4 miliar dan US\$27,5 miliar. Dengan demikian, perdagangan antara keduanya memenuhi parameter kesejahteraan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci: Bidang Perdagangan; Indonesia; Malaysia; Strategi; Total Perdagangan

Pendahuluan

Indonesia dan Malaysia merupakan negara yang berada dalam satu kawasan (regional). Hubungan diplomatik diantara keduanya secara legitimasi terjalin sejak 31 Agustus 1957 ketika Malaysia mendeklarasikan kemerdekaannya. Indonesia kala itu menjadi salah satu negara yang pertama kali mengakui kemerdekaan Malaysia. Hubungan diplomatik dari kedua negara tersebut diwujudkan dengan keberadaan kantor Kedutaan Besar di masing-masing negara. Indonesia memiliki kantor Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur dan Malaysia memiliki kantor Kedutaan Besar Malaysia di Jakarta Selatan. Hubungan antara kedua negara ini mencakup tiga sektor utama, yaitu: (1) Perdagangan, seperti investasi dan ekspor impor; (2) Penerangan, sosial dan budaya; dan (3) Politik dan Keamanan, seperti konsultasi tahunan, *Eminent Persons Group* (EPG), dan *General Border Committee* (GBC).

Kedutaan Besar dipimpin oleh seorang duta besar (dubes) yang merupakan wakil diplomatik setingkat kepala negara dengan mandat mewakili suatu negara untuk tinggal dan melaksanakan tugas kenegaraan di negara penerima. Dalam Konvensi Wina 1961 dijelaskan bahwa fungsi duta besar meliputi representasi (*representing*), proteksi (*protecting*), negosiasi (*negotiating*), dan melaporkan (*reporting*). Adapun tugasnya meliputi upaya yang diambil dalam rangka memelihara hubungan diplomatik. Hubungan diplomatik ini mencakup persoalan publik, ketertiban dan keamanan dunia, perjanjian internasional, politik, ekonomi, perdagangan, pendidikan, teknologi dan tugas kenegaraan (Anis, 2017). Pada kasus ini hubungan diplomatik antara Indonesia dan Malaysia dalam sektor perdagangan diwakili dan dijalankan keberadaannya melalui bidang perdagangan yang dinaungi langsung oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) di dalam Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur.

Volume perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia pada sektor perdagangan barang tercatat mencapai US\$16,57 miliar pada 2019. Hal ini tentu menjadi representasi betapa besarnya intensitas perdagangan antara Indonesia dengan Malaysia. Meski demikian, jumlah transaksi perdagangan antar kedua negara tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan di tahun berikutnya. Pada tahun 2020 total perdagangan antar kedua negara hanya mencapai US\$ 15,03 miliar dengan selisih US\$1,54 miliar dari tahun sebelumnya. Faktor utama dari penurunan tersebut ialah melonjaknya angka kasus Covid-19 yang menyebabkan *effect dominoes* bagi deeskalasi perdagangan antara Indonesia dan Malaysia, bahkan dunia.

Pada tahun 2021, paska Covid-19, perekonomian Indonesia berangsur-angsur membaik. Hal ini dapat dilihat dari posisi Indonesia yang berada pada peringkat ke-4 dari negara-negara anggota G20 dengan peningkatan perekonomian tertinggi, mencapai 7,07%. Hal ini terhitung cukup tinggi jika dibandingkan dengan negara-negara anggota lainnya di tahun 2021 (Rusmini, et al., 2023). Meningkatnya perekonomian Indonesia di tahun 2021 ini juga turut melibatkan peningkatan perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia. Berdasarkan data di tahun 2021 total perdagangan bilateral kedua negara mencapai US\$ 21,42 miliar dan di tahun 2022 total perdagangan mencapai US\$27,50 miliar. Selisih diantara kedua tahun tersebut juga terhitung cukup tinggi.

Total perdagangan merupakan akumulasi atau jumlah antara nilai ekspor dan nilai impor dalam kurun waktu tertentu antara suatu negara dengan negara lainnya yang bekerjasama dalam sektor perdagangan. Adapun nilai ekspor dan impor tersebut berasal dari sektor migas dan non-migas. Di dalam total perdagangan terdapat neraca perdagangan yang menggambarkan perbandingan antara nilai barang dan jasa yang diekspor dengan nilai barang dan jasa yang diimpor. Pada sektor perdagangan neraca perdagangan itu sendiri dapat bersifat surplus atau defisit. Neraca perdagangan surplus berarti kondisi dimana nilai ekspor lebih tinggi dibandingkan dengan nilai impor.

Sedangkan neraca perdagangan defisit berarti kondisi dimana nilai ekspor lebih kecil dibandingkan dengan nilai impor. Neraca perdagangan surplus bersifat positif dan neraca perdagangan defisit bersifat negatif. Tak jarang neraca perdagangan surplus dijadikan sebagai parameter dari kesejahteraan perekonomian suatu negara (Ashari, 2015).

Berdasarkan data di atas, dimana total perdagangan tahun 2019 turun di tahun 2020 dan naik kembali secara drastis di tahun 2021 hingga 2022 menjadi landasan mengapa penelitian ini dilakukan pada periode tersebut. Peningkatan tersebut dihitung cukup signifikan bagi total perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia, serta berdampak bagi pertumbuhan perdagangan Indonesia. Di tahun tersebut pula terjadi transformasi atase atau kepemimpinan bidang perdagangan yang pada tahun 2021 hingga 2023 dipimpin oleh Deden Muhammad Fajar Shiddiq. Maka dengan demikian penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh bidang perdagangan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur dalam meningkatkan total perdagangan di tahun 2021 hingga 2022.

Kajian penelitian sebelumnya yang relevan dibutuhkan sebagai komparasi pada penelitian ini. Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Oplimalisasi Perdagangan Lintas Batas Indonesia-Malaysia untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan” ditemukan bahwa perdagangan di wilayah perbatasan antara Indonesia dengan Malaysia cenderung kontradiktif dengan kondisi ideal. Perdagangan di kabupaten Nunukan yang seharusnya maju, makmur, dan sejahtera malah dalam kondisi terbelakang, terisolir, bergantung dengan perekonomian negara tetangga, kelembagaan yang kurang terkoordinir, dan permasalahan sarana dan prasarana perdagangan lintas batas. Oleh karenanya, untuk mengoptimalkan perdagangan tersebut diadakanlah beberapa strategi yang meliputi: (1) Percepatan pembangunan sarana dan prasarana perdagangan lintas batas kabupaten Nunukan; (2) Peningkatan kinerja KK Sosek Malindo tingkat daerah; (3) Penyesuaian/revisi landasan hukum perdagangan Indonesia-Malaysia; dan (4) Peningkatan kualitas dan kuantitas aparat keamanan dan pertahanan kabupaten Nunukan (Kurnia, 2018).

Pada penelitian lainnya yang berjudul “Diplomasi Komersial Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching dalam Mengembangkan Perdagangan UMKM Industri Pengolahan Indonesia di Malaysia Periode 2018-2019” ditemukan bahwa diplomasi komersial tersebut dilakukan dalam beberapa hal. Hal tersebut terbagi dalam tiga poin utama, yaitu: (1) *Facilitation* (memfasilitasi); (2) *Advisory* (memberi masukan), hal ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisa data; dan (3) *Representation* (perwakilan), perwakilan yang dimaksud merujuk pada peran diplomat dalam mencapai kepentingan bisnis dibidang ekonomi. Ketiga poin utama dalam tersebut diwujudkan melalui beberapa bentuk kegiatan pameran, koordinasi antara Indonesia dan Sarawak, serta kerjasama kedua KJRI dari masing-masing negara (Rokhaniyah, Amalia, Susilowati, & Hidayat, 2022).

Kedua penelitian tersebut memiliki padanan pada bagian strategi guna meningkatkan atau mengoptimalkan perdagangan. Pada penelitian pertama terdapat rencana operasional membuka kesempatan investor dan pemberian kemudahan operasional. Pada penelitian kedua terdapat strategi *facilitation* (memfasilitasi). Kedua hal tersebut relevan dengan temuan penelitian ini terkait dengan isu strategi KBRI di Kuala Lumpur dalam meningkatkan total perdagangan. Namun meski memiliki beberapa strategi yang sama dengan penelitian terdahulu, fokus penelitian kali ini ialah objek strategi bidang perdagangan sebagai representasi dari KBRI Kuala Lumpur di tahun 2021 hingga 2022.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menemukan jawaban terkait strategi KBRI di Kuala Lumpur pada tahun 2021-2022 yang berimplikasi pada peningkatan total perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode umum yang digunakan dalam dunia ilmu sosial dan humaniora yang sulit diukur dengan angka-angka. Penelitian kualitatif bersumber dari pola pikir induktif yang didasari atas pengamatan objektif dari suatu gejala sosial yang meliputi masa lalu, masa kini, dan masa depan. Pengamatan ini meliputi objek hukum, ekonomi, budaya dan ilmu sosial lainnya. Data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh melalui: (1) Wawancara, dilakukan dengan narasumber terkait, guna memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Wawancara merupakan proses tanya jawab antara narasumber dengan pewawancara. Adapun proses wawancara ini dilakukan oleh Syarifah Afra Novianty selaku penulis dengan Atase Perdagangan, Deden Muhammad Fajar S. periode 2021-2023 beserta salah seorang staff bidang perdagangan pada tanggal 15 November 2023. Wawancara ini dilakukan setelah pelaksanaan magang di KBRI Kuala Lumpur selesai; (2) Observasi atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang dilakukan selama pelaksanaan magang di bidang perdagangan KBRI Kuala Lumpur selama satu bulan. Hasil dari observasi dapat mendukung hasil wawancara; dan (3) Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen atau arsip yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi ini diperoleh penulis melalui arsip laporan triwulan bidang perdagangan KBRI Kuala Lumpur tahun 2021-2022. Arsip ini diperoleh secara legal pada saat pelaksanaan magang berlangsung. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dengan cara mengumpulkan literatur dalam bentuk buku, jurnal ilmiah, dokumen yang diterbitkan oleh organisasi dan pemerintah, surat kabar dan artikel, serta berbagai sumber online termasuk situs resmi. Dalam menganalisis data, terdapat tiga cara yang dapat dilakukan: (1) Reduksi data; (2) Penyajian data; dan (3) Menarik kesimpulan. Sedangkan data visualisasi disajikan dalam bentuk diagram dan tabel. Data visualisasi sangat menunjang sebuah analisa sebab tanpa visualisasi yang baik dan tepat data akan sulit untuk dipahami.

Hasil dan Pembahasan

Bidang perdagangan di Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur merupakan perpanjangan tangan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag) untuk Malaysia. Adapun tugasnya ialah untuk menjalin kerjasama, memonitoring, dan meningkatkan perdagangan bilateral antara kedua negara. Kemendag menjelaskan bahwa landasan dari strategi yang dijalankan oleh bidang perdagangan ialah Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) yang merupakan unsur pelaksana di bawah Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag). Tugas dari DJPEN sendiri ialah merencanakan dan melaksanakan kebijakan pada sektor pengembangan ekspor nasional yang nantinya akan berimplikasi pada total perdagangan. Pada tahun 2021-2022 terjadi lonjakan total perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia yang cukup signifikan. Adapun beberapa strategi yang digunakan dalam rentan periode tersebut di bawah kepemimpinan atase perdagangan, Deden Muhammad Fajar Shiddiq.

1. *Buying Mission*

Buying Mission atau misi perdagangan merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur guna meningkatkan ekspor Indonesia. Ekspedisi perdagangan ini melibatkan buyer atau importir dari sektor

perdagangan untuk berkumpul dan membeli atau memesan barang dari pasar atau negara tertentu. Buyer atau importir ini nantinya akan mengunjungi lokasi produksi atau pameran untuk membeli atau memesan produk atau jasa. Dalam wawancaranya, atase perdagangan, Deden Muhammad Fajar Shiddiq menyampaikan bahwa strategi bidang perdagangan ini melibatkan buyer potensial yang berasal dari Malaysia. Para usahawan dari Malaysia tersebut nantinya akan dibawa ke Indonesia untuk mengunjungi pameran-pameran yang ada, guna menemukan supplier dari Indonesia yang barang atau produknya siap untuk di ekspor ke Malaysia. Tidak hanya itu *buying mission* ini juga dapat berarti pameran Indonesia yang berada di Malaysia atau pameran Malaysia yang melibatkan kontribusi supplier dari Indonesia. Selama periode 2021 hingga 2022 terdapat beberapa *buying mission* yang pernah dilakukan seperti ke Manado, Probolinggo, Jawa Timur, Jawa Tengah dan lain-lain. Tujuan dari diadakannya strategi ini ialah untuk meningkatkan ekspor terutama di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) dan mempromosikan produk Indonesia melalui pameran serta meyakinkan buyer untuk memilih supplier Indonesia (Shiddiq, 2023).

Dalam *buying mission* Jawa Timur di Kuala Lumpur (*East Java Trade Mission and Investment*) pada 19 hingga 21 Desember 2022, tercatat jumlah komitmen transaksi mencapai Rp 48,68 miliar dari 3 transaksi produk UMKM. Produk komoditi tersebut mencakup rempah-rempah, garmen, kopi, kerupuk, sambel olahan, popcorn, mie kering, multi produk dan batik. Selain hal itu, pada *Malaysia International Halal Showcase* (MIHAS) atau even tahunan produk halal terbesar di Malaysia tahun 2022 produk halal Indonesia ikut serta dalam pameran tersebut. Keikutsertaan produk Indonesia dinaungi oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur, dimana bidang perdagangan ini turut serta dalam penyaluran informasi dan membantu produk Indonesia agar terdaftar di MIHAS 2022. Tercatat pavilion Indonesia berhasil membukukan transaksi sebesar US\$ 136,37 juta. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang besar dan cukup signifikan.

2. *Business Matching*

Business Matching ialah kegiatan mempertemukan dua pihak, antara pihak *buyer* atau importir (*user*) dengan pihak *supplier* atau pemasok. Tujuan dari pelaksanaan program ialah meningkatkan kolaborasi dan sinergitas antar sesama aktor yang bersangkutan dalam membangun ekosistem industri atau perdagangan. Deden Muhammad F.S. menyatakan bahwa tahun 2021 merupakan awal dibuka kembali perekonomian Malaysia sekaligus meningkatnya angka permintaan komoditi yang semakin melonjak di tahun 2022. Tahun 2021 juga tahun dimulainya *networking* oleh bidang perdagangan. *Networking* ini dilakukan secara *door to door* (kerja lapangan) dimana pihak bidang perdagangan, bahkan atase perdagangan turun langsung untuk menemui buyer Malaysia dan mulai menawarkan produk Indonesia. Hingga akhirnya berakhir pada *business matching*. Berdasarkan laporan triwulan III tahun 2021 bidang perdagangan, didapati bahwa *business matching* terjadi atas *inquiry* atau permintaan importir Malaysia yang masuk ke atase perdagangan terhadap produk Indonesia (*supplier*). Pertemuan kedua pihak antara penyedia produk atau jasa dan pembeli barang atau jasa ini dijembatani oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur. Tercatat pada triwulan III (Juni-September) 2021 terdapat 15 kali *business matching* yang dihadiri oleh atase perdagangan (Atase Perdagangan, 2021). Sedangkan jumlah *business matching* dari laporan triwulan sepanjang tahun 2022 mencapai 156 kali *business matching* (Atase Perdagangan, 2022). Paska *business matching* dilakukan, maka terjadilah transaksi perdagangan antara kedua belah pihak. Dalam kacamata konsepsi diplomasi ekonomi, ditemukan juga bahwa sebagai upaya peningkatan total perdagangan pasca pandemi di tahun 2021-2022, mayoritas dari *business matching* dilakukan secara virtual (Pambudi, 2021).

3. Export Promotion

Export Promotion atau promosi ekspor merujuk pada bagian fungsi dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN). Di bagian promosi ekspor ini terdapat lima program yang dijalankan. Program ini akan didukung pemenuhannya oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur. Adapun kelima program tersebut berupa: (1) *International Trade Fairs*; (2) *Trade Missions*; (3) *Trade Expo Indonesia*; (4) *Inaexport*; dan (5) *Permanent Trade Display*. Program *International Trade Fairs* diwujudkan melalui keikutsertaan produk Indonesia dalam MIHAS. Program *Trade Missions* diwujudkan melalui *Buying Mission* dan program *Trade Expo Indonesia (TEI)* diwujudkan melalui keikutsertaan bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur dalam program Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag) di Indonesia. Program *Inaexport* diwujudkan dalam pengisian database importir dan eksportir bilateral antara Indonesia dengan Malaysia. Serta program *Permanent Trade Display* diwujudkan melalui pengadaan display atau ruang pajangan produk-produk Indonesia (sampel produk) yang masuk ke atase perdagangan dalam ruang kerja bidang perdagangan di KBRI Kuala Lumpur. Program yang diberikan oleh DJPEN ini juga merupakan upaya pemulihan perekonomian yang diusung oleh Indonesia (Nofansya & Sidik, 2022).

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) terutama bidang promosi ekspor didirikan guna meningkatkan intensifitas inovasi pasar, menjadi gerbang jaringan bagi hubungan dagang, memfasilitasi dunia usaha dalam kegiatan promosi dan pemasaran di luar negeri (Hapsari & Haqqi, 2015). Promosi ekspor di bawah DJPEN ini juga berimplikasi bagi kepentingan nasional berupa peningkatan total perdagangan bilateral antara Indonesia-Malaysia. Sebab adanya bidang promosi ekspor ini maka ketersediaan informasi dan kegiatan promosi pasar, fasilitas kerjasama perdagangan, *business intelengence* dan penetrasi pasar dapat terlaksana. Bidang ini juga menjadi jembatan hubungan dagang antara Indonesia dan Malaysia selain melalui bidang perdagangan yang dipimpin oleh atase perdagangan. Diketahui bahwa program TEI, *buying mission*, *trade mission* dan permanent trade display efektif dalam rangka mendorong ekspor Indonesia di Malaysia. Hal ini dapat dilihat dari total perdagangan atau neraca perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia yang meningkat di tahun 2021-2022 serta menghasilkan neraca perdagangan yang positif atau bersifat surplus (Fari, Murod, & Usni, 2020).



Gambar 1. Peningkatan Total Perdagangan Indonesia-Malaysia Tahun 2021-2022

Sumber: Kementerian Luar Negeri (2023)

Buying Mission, *Business matching* dan *Export Promotion* merupakan strategi yang digunakan sepanjang tahun 2021 hingga 2022. Di bawah kepemimpinan atase

perdagangan Deden Muhammad Fajar Shiddiq, total perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Dimana pada tahun sebelumnya yaitu 2020 dengan total US\$15,03 miliar, mengalami penurunan dari total perdagangan tahun 2019 dengan total US\$16,57 miliar. Selisih penurunan di tahun tersebut mencapai US\$1,54 miliar. Namun demikian di tahun 2021 total perdagangan naik hingga mencapai angka US\$21,42 miliar yang memiliki selisih dengan tahun 2020 mencapai US\$6,39 miliar. Di tahun 2022 total perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia kembali mengalami peningkatan yang cukup tinggi mencapai US\$27,50 miliar dengan neraca mencapai perdagangan surplus US\$3,35 miliar.

Tabel 1. Perdagangan Bilateral Indonesia dan Malaysia (US\$)

Uraian	2019	2020	2021	2022
Ekspor	8.801.815,0	8.098.764,4	11.971.043,2	15.429.602,8
Impor	7.775.273,8	6.933.023,8	9.451.030,5	12.071.975,4
Neraca Perdagangan	1.026,541,1	1.165.740,5	2.520.012,7	3.357.627,3

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Meski terjadi penurunan total perdagangan dari tahun 2019 ke tahun 2020. Neraca perdagangan tetap memperlihatkan nilai surplus atau positif dari tahun 2019 hingga tahun 2022, dimana nilai ekspor Indonesia ke Malaysia tetap lebih besar dibandingkan dengan nilai impor Malaysia ke Indonesia. Namun, berdasarkan data surplus terbesar tetap berada pada tahun 2021 dan tahun 2022. Total perdagangan Indonesia di tahun 2021 menempatkan neraca perdagangan surplus atau positif senilai US\$2,52 dan di tahun 2022 surplus perdagangan mencapai US\$3,35. Intensitas dari perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia ini berhasil menempatkan Malaysia sebagai negara tujuan ekspor terbesar kelima dari Indonesia dan negara asal impor terbesar keempat bagi Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian di atas ditemukan bahwa strategi yang dijalankan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur sejatinya berlandaskan pada Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DikjenPEN) di bawah naungan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag). Adapun strategi yang dijalankan oleh bidang perdagangan dalam meningkatkan total perdagangan antara Indonesia dan Malaysia pada tahun 2021-2022 ialah: (1) *Buying Mission*; (2) *Business Matching*; dan (3) *Export Promotion*. *Buying Mission* mengedepankan nilai-nilai promosi produk yang diharapkan dapat membangun ketertarikan buyer Malaysia untuk memilih produk Indonesia sebagai suppliernya. *Business Matching* merupakan kegiatan yang mempertemukan buyer dengan *inquiry* atau permintaan terhadap produk Indonesia pertemuan ini dijumpai oleh atase perdagangan guna membangun bisnis atau kerjasama antara buyer di Malaysia dengan supplier Indonesia. *Export Promotion* merupakan program tambahan yang ditujukan untuk mendukung program atau unsur pelaksana dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DikjenPEN). Program pendukung tersebut berupa pengisian database ekspor-impor, mengikuti TEI, berkontribusi dalam pameran internasional, dan lain-lain. Dalam wawancara sebelumnya juga yang telah dilaksanakan oleh dengan Atase Perdagangan, Deden Muhammad Fajar Shidig, diketahui bahwa anggaran yang dialokasikan untuk pelaksanaan strategi tersebut mencapai 2 sampai 3 miliar setiap tahunnya guna menunjang keberhasilan strategi. Hal ini juga menjadi refleksi dari dukungan Kemendag dan KBRI Kuala Lumpur terhadap bidang perdagangan yang berupaya untuk meningkatkan total perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia.

Total perdagangan bilateral antara Indonesia dengan Malaysia ini masih dapat terus bertumbuh jika terus dilakukannya perbaikan dan peningkatan kinerja melalui

strategi-strategi baru yang diterapkan. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui beberapa langkah baru berupa peningkatan fasilitas, kemudahan akses pasar, perijinan serta peningkatan sarana dan prasarana penunjang lainnya (Ragimun, Handoko, Rosjadi, Mutaqin, & Yasin, 2022). Peningkatan total perdagangan ini juga dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk Indonesia yang akan di ekspor ke Malaysia agar berbanding lurus dengan produk-produk dari negara lain yang diperdagangkan secara global. Hal ini nantinya juga akan meningkatkan daya saing produk Indonesia di Malaysia (Ichvani & Sasana, 2019). Peningkatan perdagangan bilateral Indonesia dan Malaysia juga dapat dilakukan dengan perumusan perjanjian baru di antara kedua negara dan pengoptimalan perjanjian atau MoU yang telah disepakati sebelumnya (Ardiyanti, 2015). Penguatan prosedur strategi, kelembagaan, efisiensi tenaga kerja, serta peningkatan faktor tentang produktivitas, pertukaran barang dan jasa, ekspor impor dan hal terkait lainnya juga sudah sepatutnya untuk diperhitungkan dan dirumuskan lebih lanjut (Maulana, Putro, & Darmayuda, 2015). Hal ini dapat dilakukan oleh KBRI di Kuala Lumpur dalam penerapan strategi inovatif lainnya guna meningkatkan total perdagangan bilateral Indonesia dan Malaysia di tahun-tahun selanjutnya.

4. Analisa Kerjasama Bilateral Fungsional dan Diplomasi Ekonomi Pada Strategi KBRI Kuala Lumpur dalam Meningkatkan Total Perdagangan Bilateral Indonesia-Malaysia

Analisa terhadap penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan teori kerjasama bilateral fungsional dan konsep diplomasi ekonomi sebab relevansinya dengan hasil dan arah diskusi. Kedua kerangka tersebut dinilai relevan dengan penelitian karena mampu menjelaskan strategi yang digunakan oleh bidang KBRI di Kuala Lumpur dalam meningkatkan total perdagangan Indonesia-Malaysia pada tahun 2021-2022. Teori kerjasama bilateral fungsional merupakan sebuah teori hubungan bilateral yang menggambarkan hubungan timbal balik antar dua negara dengan tujuan tertentu yang dilandasi pada kepentingan fundamental dari masing-masing pelaku yang kemudian bekerjasama demi kepentingan dan tujuan tersebut. James E. Dougherty dan Robert L. Pfaltzgraff mengemukakan bahwa kerjasama atau *corporation* lahir atas kesepakatan masing-masing pelaku atau aktor terhadap kesejahteraan bersama atau sebagai akibat dari kepentingan masing-masing. Kerjasama fungsional bilateral umumnya diimplementasikan melalui empat hal, satu diantaranya yaitu: Pengalokasian bantuan non-teknis yang direalisasikan melalui program non-fisik seperti *campaign* (kampanye), promosi ataupun edukasi kepada entitas dalam masyarakat. Kerjasama fungsional secara umum menargetkan bidang-bidang yang lebih spesifik, bersifat sektoral, bilateral dan teknis serta non-teknis (Hidayat, 2019). Kerjasama fungsional (*functional co-operation*) biasanya diwujudkan dalam sektor ekonomi, perdagangan dan sosial (Rudy, 1993). Dalam kasus ini kerjasama bilateral terjalin antara Indonesia dengan Malaysia guna memperoleh kepentingan negaranya masing-masing. Adapun kerjasama fungsional ini terjalin pada sektor perdagangan yang diimplementasikan melalui pengalokasian bantuan non-teknis dalam bentuk program non-fisik. Total perdagangan Indonesia-Malaysia pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan teori kerjasama bilateral fungsional antara Indonesia dengan Malaysia dalam sektor perdagangan tersebut tentu terdapat program-program tertentu yang dirancang guna meningkatkan total perdagangan.

Kerjasama bilateral merupakan kerjasama yang terjalin antara dua negara. Kerjasama ini dibangun pada sektor yang dibutuhkan (fungsional). Kerjasama ini mengedepankan kepentingan masing-masing pelaku atau aktor atau negara terkait (Avivi & Siagian, 2020). Dalam hal ini Indonesia dan Malaysia memiliki kerjasama bilateral

dalam bidang fungsional perdagangan sebab diperlukan guna mencapai kepentingan. Adapun kepentingan tersebut berupa peningkatan total perdagangan Indonesia yang juga secara langsung berimplikasi pada surplus perdagangan yang bersifat positif.

Seerti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa salah satu bentuk implementasi dari kerjasama bilateral fungsional ialah pengalokasian bantuan non-teknis melalui program kampanye atau promosi. Pada strategi bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur, *buying mission*, terdapat program promosi produk atau barang Indonesia melalui pameran yang nantinya akan didatangi atau dikunjungi oleh buyer Malaysia. Salah satu wujudnya ialah kontribusi bidang perdagangan yang mendatangkan *buyer* potensial Malaysia ke Indonesia dalam even terbesar kementerian Perdagangan yaitu *Trade Expo Indonesia*. Eksposure yang diberikan terhadap barang atau jasa Indonesia dalam pameran terbukti mampu meningkatkan nilai jual atau meningkatkan peluang ekspor sebab terjadinya perluasan market, transfer informasi, informasi pasar yang lebih spesifik, jejaring distribusi, dan identifikasi pelanggan atau barang selama pameran berlangsung sehingga memungkinkan untuk terjadinya transaksi dalam jumlah tertentu.

Sedangkan konsep diplomasi ekonomi dikenal bersifat sensitif terhadap perkembangan dan perubahan pasar yang terjadi di ranah global dan domestik. Dalam diplomasi ekonomi sektor privat (non-negara) berperan cukup besar terhadap proses negosiasi dan formulasi kebijakan yang nantinya akan diambil atau ditetapkan. Kebijakan tersebut berkaitan erat dengan aktivitas produksi, pertukaran barang, jasa, tenaga kerja dan investasi di negara lain yang memiliki kerjasama. Berdasarkan hal tersebut diplomasi ekonomi berperan penting bagi negara dalam mengelola relasi ekonomi dengan dunia internasional sebab relasi ekonomi internasional tidak terjadi dalam ruang kosong yang hanya bergantung pada kekuatan pasar seperti asumsi ekonom neo-klasik (Killian, 2012). Diplomasi ekonomi juga dipahami sebagai sarana politik dalam negosiasi internasional. Hal ini ditujukan untuk kepentingan nasional berupa kemakmuran ekonomi nasional dan peningkatan stabilitas politik negara. Tingkatan diplomasinya pun mencakup tingkatan bilateral, regional, plurilateral dan multilateral. Terdapat empat tahapan yang dilaksanakan oleh negara dalam menerapkan diplomasi ekonomi. Keempat tahapan tersebut berupa: (1) *Economic Salesmanship*, tahapan ini diimplementasikan melalui promosi di sektor ekspor dan mobilisasi FDI (*Foreign Direct Investment*) yang dilakukan oleh duta besar dan diplomat; (2) *Networking*, tahapan ini dilalui ketika sebuah negara sudah melibatkan aktor privat atau non-negara sebagai mitra dalam aktivitas diplomasi ekonominya; (3) *Image Building/Image Promotion*, merupakan promosi nama baik atau citra negara dengan mengikutsertakan kemitraan publik swasta; dan (4) *Regulation Management*, tahapan ini merupakan perencanaan dan negosiasi untuk mencapai regulasi perdagangan sekaligus berdiplomasi dalam tingkat tertentu guna membentuk kelompok dan kesepakatan baru dalam bekerjasama secara inovatif (Nabilla, 2021).

Pada kasus ini, bidang perdagangan memang menyesuaikan regulasi yang diambil dengan keadaan pasar. Bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur juga berinteraksi dan berhubungan langsung dengan pemilik sektor privat atau perusahaan swasta tertentu di Malaysia dan supplier yang berasal dari Indonesia sebagai perantara hubungan kerjasama antara keduanya. Adapun strategi yang digunakan dalam bidang perdagangan mengacu pada konsep ini mencakup empat tahapan dalam diplomasi ekonomi. Kerjasama yang terjalin antara sektor privat Malaysia dengan supplier Indonesia juga terkait dengan aktivitas perdagangan seperti produksi dan pertukaran barang.

Relevansi strategi bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur dengan konsep diplomasi ekonomi ialah diplomasi ekonomi melibatkan privat sektor atau dalam kasus ini merupakan para pelaku usaha atau buyer dari Malaysia yang hendak melakukan pertukaran barang atau produksi dengan supplier Indonesia. Dalam perdagangan

internasional suatu negara akan berupaya untuk memenuhi kepentingannya. Adapun kepentingan tersebut berupa capaian neraca perdagangan surplus atau positif dengan melakukan ekspor setinggi-tingginya dan membatasi aktifitas impor seminimal mungkin agar memperoleh devisa sebesar-besarnya. Hal ini merupakan parameter kesejahteraan suatu negara (surplus) (Sabaruddin, 2017). Maka dalam kasus ini peningkatan neraca perdagangan surplus di tahun 2021 dan 2022 yang cukup signifikan merupakan sebuah capaian kepentingan diplomasi ekonomi Indonesia yang cukup tinggi. Peningkatan ekspor berpengaruh signifikan terhadap perekonomian Indonesia dimana peningkatan ini turut memberikan efek bagi nilai tukar Rupiah dan daya beli masyarakat Indonesia, serta kurs Indonesia. Sedangkan impor tidak mempengaruhi pertumbuhan perekonomian Indonesia secara signifikan. Namun jika nilai impor dari Malaysia ke Indonesia lebih besar dibandingkan nilai ekspor maka Indonesia akan mengalami defisit perdagangan atau neraca defisit yang menyebabkan turunnya perekonomian Indonesia. Hal ini menyebabkan parameter kesejahteraan perekonomian, yaitu surplus tidak terpenuhi (Ngatikoh & Faqih, 2020).

Meski demikian capaian neraca perdagangan surplus tersebut tidak lepas dari strategi yang dijalankan dalam proses perdagangan. Berdasarkan pada nilai-nilai dalam diplomasi ekonomi terpadat empat tahapan untuk merealisasikan diplomasi ekonomi yang ideal: (1) Promosi di sektor ekspor, yang dalam kasus ini diwujudkan melalui strategi *buying mission*; (2) *Networking*, yang diwujudkan melalui *business matching door to door* guna membangun jaringan antara sektor privat dengan bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur; (3) Promosi atau *branding* nama baik, yang diwujudkan melalui keikutsertaan barang Indonesia dalam pameran halal terbesar Malaysia (MIHAS); dan (4) Kesepakatan baru, yang merupakan tahap paska *business matching*, yaitu kesepakatan yang dibangun antara buyer Malaysia dengan supplier dari Indonesia.

Maka dengan demikian seluruh strategi bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur yang digunakan guna meningkatkan total perdagangan Indonesia Malaysia pada tahun 2021 hingga 2022 sangat relevan dengan teori kerjasama liberal fungsional dan konsep diplomasi ekonomi. Hal ini dikarenakan nilai-nilai yang terkandung di dalam teori dan konsep tersebut mampu dianalogikan dan dipenuhi nilainya melalui fakta lapangan strategi yang diterapkan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur. Berdasarkan data yang ada pula jelas bahwa ketiga strategi yang digunakan tersebut mampu meningkatkan total perdagangan dan neraca perdagangan surplus Indonesia. Hal ini secara tidak langsung berimplikasi pada kesejahteraan perekonomian Indonesia. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dijalankan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur merupakan salah satu strategi yang tepat mengingat angka total perdagangan dan ekspor yang meningkat pesat setelah penerapannya di bawah atase perdagangan, Deden Muhammad Fajar Shiddiq. Keberadaan dari seorang Atase Perdagangan (Atdag) juga memberikan pengaruh bagi peningkatan perdagangan yang didukung dengan besaran anggaran (*budget*) yang dialokasikan dengan baik bagi keberlangsungan perdagangan (Saputri & Ardiyanti, 2016). Selain berimplikasi pada total perdagangan, strategi yang digunakan oleh KBRI di Kuala Lumpur ini juga berhasil memenuhi misi dan tujuan dari Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tahun 2020-2024. Adapun misi tersebut berupa: (1) Meningkatkan Kinerja Perdagangan Luar Negeri; dan (2) Meningkatkan Kinerja Perdagangan Dalam Negeri. Serta misi yang dipenuhi mencakup peningkatan ekspor (Oktaviani, 2015).

Berdasarkan penelitian sebelumnya pula dengan judul “Strategi Optimalisasi Perdagangan Lintas Batas Indonesia-Malaysia untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan” dan “Diplomasi Komersial Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching dalam Mengembangkan Perdagangan UMKM

Industri Pengolahan Indonesia di Malaysia Periode 2018-2019” ditemukan bahwa strategi yang digunakan guna mengoptimalkan dan mengembangkan perdagangan dari kedua penelitian tersebut berbeda dengan strategi yang digunakan oleh KBRI Kuala Lumpur dalam meningkatkan total perdagangan bilateral Indonesia dengan Malaysia pada tahun 2021-2022 yang telah dipaparkan. Adapun teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian juga berbeda, dimana dalam tulisan ini teori yang digunakan ialah teori kerjasama bilateral fungsional dan konsep diplomasi ekonomi. Kesamaan dalam kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini hanya meliputi implikasi dari penelitian yang mengedepankan atau bertujuan untuk memajukan sektor perdagangan. Namun, meski memiliki perbedaan strategi yang digunakan, terdapat beberapa persamaan dalam pandangan umum terkait dengan pelaksanaan strategi. Pandangan umum ini hanya berupa persamaan perspektif saja, namun dalam eksekusi program dan bentuk program berbeda dengan penelitian Strategi KBRI di Kuala Lumpur dalam Meningkatkan Total Perdagangan Bilateral Indonesia-Malaysia Tahun 2021-2022.

Kesimpulan

Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur memiliki bidang perdagangan dalam kedutaannya yang merupakan representasi dari dubes RI di Malaysia pada sektor perdagangan. Pada tahun 2019 tercatat total perdagangan bilateral antara Indonesia dan Malaysia mencapai US\$16,57 miliar dan turun di tahun 2020 dengan nilai US\$15,03 miliar. Penurunan ini memiliki selisih senilai US\$1,54 miliar dan terjadi sebab adanya Covid-19 yang menyebabkan kelumpuhan ekonomi baik secara global maupun bilateral antara Indonesia dengan Malaysia. Namun demikian di tahun 2021 total perdagangan mencapai US\$21,42 dengan selisih US\$6,39 dibanding tahun 2020. Pada tahun 2022 total perdagangan mencapai US\$27,50. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur sehingga dapat menciptakan peningkatan total perdagangan Indonesia-Malaysia di tahun 2021-2022 di bawah teori kerjasama bilateral fungsional dan konsep diplomasi ekonomi dalam mengungkap strategi yang digunakan oleh KBRI di Kuala Lumpur. Di tahun 2021 hingga 2022 juga merupakan fase transformasi kepemimpinan baru yang dikomandoi oleh Deden Muhammad Fajar Shidiq. Masa kepemimpinan beliau terhitung sejak 2021 hingga 2024 awal. Pada penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang digunakan oleh bidang perdagangan mencakup: (1) *Buying Mission* yang mana mengedepankan nilai-nilai promosi produk yang diharapkan dapat membangun ketertarikan buyer Malaysia untuk memilih produk Indonesia sebagai suppliernya. Berdasarkan data salah satu hasil dari *buying mission* antara Indonesia dan Malaysia, yaitu pada acara *East Java Trade Mission and Investment* komitmen transaksi antara supplier dari buyer Malaysia mencapai Rp 48,68 miliar; (2) *Business matching* yang merupakan kegiatan mempertemukan buyer dengan *inquiry* atau permintaan terhadap produk Indonesia dengan supplier yang cocok dari Indonesia. Pertemuan ini dijembatani oleh atase perdagangan guna membangun bisnis atau kerjasama antara buyer di Malaysia dengan supplier Indonesia. Berdasarkan data triwulan III pada 2021 ditemukan bahwa pada rentan waktu tersebut terjadi 15 kali *business matching* bilateral antara Indonesia dan Malaysia. Sedangkan sepanjang tahun 2022 tercatat sebanyak 156 kali *business matching* yang difasilitasi atau dijembatani oleh atase perdagangan; dan (3) *Export Promotion* merupakan program tambahan yang ditujukan untuk mendukung program atau unsur pelaksana dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DikjenPEN). Adapun kelima program tersebut berupa: (1) *International Trade Fairs* yang diwujudkan oleh bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur melalui keterlibatan produk Indonesia dalam pameran MIHAS; (2) *Trade Missions* yang diimplementasikan melalui *buying*

mission; (3) *Trade Expo Indonesia* direalisasikan dengan keterlibatan bidang perdagangan KBRI di Kuala Lumpur pada TEI 2021 dan 2022; (4) *Inaexport* dilaksanakan melalui pengisian database importir dan eksportir bilateral antara Indonesia dengan Malaysia serta pembuatan akun supplier; dan (5) *Permanent Trade Display* diwujudkan melalui pengadaan display atau ruang pajangan produk-produk Indonesia (sampel produk) yang masuk ke atase perdagangan dalam ruang kerja bidang perdagangan di KBRI Kuala Lumpur. Ketiga strategi ini mampu menarik transaksi perdagangan (perluasan pasar) sehingga berimplikasi pada peningkatan total perdagangan bilateral Indonesia dan Malaysia. Strategi ini juga relevan dengan teori kerjasama bilateral fungsional dan konsep diplomasi ekonomi. Sehingga menyebabkan peningkatan total perdagangan Indonesia dan Malaysia di tahun 2021-2022.

Daftar Pustaka

- Anis, G. M. (2017, April). Implementasi Hukum Diplomatik Dalam Pelaksanaan Tugas Dan Fungsi Duta Besar Menurut Konvensi WINA 1961. *Lex et Societatis*, 5(2), 99-107.
- Ardiyanti, S. T. (2015, Desember 31). Dampak Perjanjian Perdagangan Indonesia-Jepang (IJEPA) Terhadap Kinerja Perdagangan Bilateral. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* , 9(2), 129-151.
- Ashari, K. (2015). *Kamus Hubungan Internasional (Vol. I)*. (I. Kurniawan, Penyunt.) Bandung : Nuansa Cendikia.
- Atase Perdagangan. (2021). *Laporan Triwulan III 2021*. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur, Bidang Perdagangan. Kuala Lumpur: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Atase Perdagangan. (2022). *Laporan Triwulan I, II, III, IV*. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Kuala Lumpur, Bidang Perdagangan. Kuala Lumpur: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Avivi, Y., & Siagian, M. (2020, Juni 30). Kepentingan Indonesia Dalam Kerja Samabilateral Dengan Jepang Studi Kasus: Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (IJEPA). *Paradigma Polistaat Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(1), 49-61.
- Fari, K. N., Murod, M., & Usni. (2020). Peran Indonesia Trade Promotion Centre dalam Meningkatkan Perdagangan Indonesia Diluar Negeri Tahun (2017). *Independen Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 1(1), 54-63.
- Hapsari, A. W., & Haqqi, H. (2015). Peran Promosi Ekspor Indonesian Trade Promotion Centre (ITPC) Chicago dalam Perdagangan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Tahun 2009-2014. *Transformasi* (28), 89-219.
- Hidayat, M. (2019). Kerjasama Indonesia-Kuba Dalam Pembinaan Olahraga Tinju Untuk Meningkatkan Prestasi Indonesia Di Sea Games 2013. *Journal Ilmu Hubungan Internasional*, 7(4), 1629-1640.
- Ichvani, L. F., & Sasana, H. (2019). Pengaruh Korupsi, Konsumsi, Pengeluaran Pemerintah Dan Keterbukaan Perdagangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Asean 5. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 61-72.
- Killian, P. E. (2012, Desember). Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia. *Global & Strategis*, 6(2), 170-185.
- Kurnia, M. P. (2018, April 3). Strategi Optimalisasi Perdagangan Lintas Batas Indonesia-Malaysia Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan. *Supremasi*, 7(1), 1-14.

- Maulana, I., Putro, T. S., & Darmayuda. (2015, Februari). Analisis Perdagangan Bilateral Indonesia Indonesia dengan Malaysia Periode 2003-2012. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi (Jom FEKON)*, 2(1), 1-19.
- Nabilla, N. (2021). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Neraca Perdagangan di Tengah Pandemi Covid-19. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 7(2), 227-239.
- Ngatikoh, S., & Faqih, A. (2020). Kebijakan Ekspor Impor: Strategi Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 4(2), 167-190.
- Nofansya, A., & Sidik, H. (2022, Agustus 2). Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Malaysia-Thailand: Penguatan Local Currency Settlement (LCS) Framework Memfasilitasi Perdagangan. *Padjajaran Journal of Internasional Relations (PADJIR)*, 4(2), 164-178.
- Oktaviani, R. (2015, Oktober). Kebijakan Pemerintah Indonesia Membentuk Indonesia Trade Promotion Centre (ITPC) Terhadap Korea Selatan Tahun 2012. *Jurnal Online Mahasiswa*, 2(2), 1-14.
- Pambudi, A. A. (2021, Juni 1). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Dinamika Global*, 6(1), 1-24.
- Ragimun, Handoko, R., Rosjadi, I., Mutaqin, & Yasin, A. (2022). Kinerja Perdagangan Indonesia-Singapura dan Malaysia (Indonesia-Singapore and Malaysia Trade Performance). *Perspektif Bea dan Cukai*, 6(1), 28-45.
- Rokhaniyah, H., Amalia, N. R., Susilowati, I., & Hidayat, B. H. (2022). Diplomasi Komersial Konsulat Jenderal Republik Indonesia Kuching Dalam Mengembangkan Perdagangan UMKM Industri Pengolahan Indonesia Di Malaysia Periode 2018-2019. *Dauliyah*, 7(2), 53-72.
- Rudy, T. M. (1993). *Administrasi dan Organisasi Internasional*. Bandung: PT. Eresco.
- Rusmini, M., Cahyono, D. N., Putri, K., Afkarina, I., Aprilia, P., Taufiq, A., . . . Firmanda, B. A. (2023, Januari 1). Bangkitnya Perekonomian Indonesia Pasca Covid-19. *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 22(1), 59-75.
- Sabaruddin, S. S. (2017, Agustus 22). Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional (JIHI)*, 12(1), 1-22.
- Saputri, A. S., & Ardiyanti, S. T. (2016, June 20). Dampak Keberadaan Perwakilan Perdagangan Luar Negeri Terhadap Kinerja Ekspor Non Migas Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 10(2), 203-224.
- Shiddiq, D. M. (2023, November 15). Strategi Bidang Perdagangan KBRI di Kuala Lumpur dalam Meningkatkan Total Perdagangan Indonesia-Malaysia 2021-2022. (S. A. Novianty, Pewawancara)