

Diplomasi Komersial: Peningkatan Ekspor Rumput Laut Indonesia ke Cina melalui ITPC Shanghai 2019-2023

Commercial Diplomacy: Increasing Indonesian Seaweed Exports to China through ITPC Shanghai 2019-2023

Ismi Tsani Maelani & Dadan Suryadipura

Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Diterima: 20 Juli 2024; Direview: 28 Juli 2024; Disetujui: 11 Agustus 2024

*Corresponding Email: ismi20001@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk melihat implementasi diplomasi komersial Indonesia ke Cina dalam meningkatkan ekspor rumput laut tahun 2019-2023 melalui ITPC Shanghai. Berdasarkan Food and Agriculture Organization (FAO) (2021), Indonesia menempati urutan kedua dalam produksi rumput laut global di bawah Cina. Kendati demikian, Cina pulalah yang selalu menjadi pengimpor nomor satu rumput laut (121221) Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, volume ekspor rumput laut Indonesia ke Cina relatif meningkat. Hal ini tidak terlepas dari upaya diplomasi komersial Indonesia ke Cina yang dilakukan oleh berbagai aktor, salah satunya ITPC Shanghai. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui wawancara dan studi kepustakaan. Hasilnya, faktor pembentuk diplomasi komersial Indonesia terletak pada karakteristik jenis rumput laut Indonesia, peluang pasar Cina akan kebutuhan rumput laut Indonesia, dan karakteristik asosiasi bisnis yang aktif dalam membantu para pelaku usaha rumput laut Indonesia. Sementara itu, aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan ITPC Shanghai meliputi *network activities*, *intelligence*, *image campaigns*, dan *support business*. Manfaat dari diplomasi komersial ini terlihat pada sisi ekonomi, yakni adanya peningkatan ekspor dan konsistensi Cina sebagai pengimpor utama rumput laut Indonesia.

Kata Kunci: Diplomasi Komersial; Ekspor; Indonesia-Cina; ITPC Shanghai; Rumput Laut

Abstract

This article aims to examine the implementation of Indonesia's commercial diplomacy with China in increasing seaweed exports from 2019 to 2023 through ITPC Shanghai. According to the Food and Agriculture Organization (FAO) (2021), Indonesia ranks second in global seaweed production, behind China. Nevertheless, China has consistently been the number one importer of Indonesian seaweed (HS code 121221). In recent years, the volume of Indonesian seaweed exports to China has relatively increased. This increase is attributable to Indonesia's commercial diplomacy efforts with China, conducted by various actors, including ITPC Shanghai. The method used is qualitative, through interviews and literature studies. The results show that the factors shaping Indonesia's commercial diplomacy include the characteristics of Indonesian seaweed, the market opportunities in China for Indonesian seaweed, and the characteristics of business associations that actively assist Indonesian seaweed entrepreneurs. Meanwhile, the commercial diplomacy activities carried out by ITPC Shanghai include network activities, intelligence, image campaigns, and support business. The benefits of this commercial diplomacy are evident in the economic aspect, with an increase in exports and China's consistency as the main importer of Indonesian seaweed.

Keywords: Commercial Diplomacy; Export; Indonesia-China; ITPC Shanghai; Seaweed

How to Cite: Maelani, I.T., & Suryadipura, D., (2024), Diplomasi Komersial: Peningkatan Ekspor Rumput Laut Indonesia ke Cina melalui ITPC Shanghai 2019-2023. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 7 (1): 176-186.



PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara maritim dengan luas laut mencapai 3.257.357 km² berdasarkan UNCLOS, memiliki potensi kelautan yang sangat besar. Dengan kekayaan laut yang melimpah, Indonesia terus mengembangkan dan meningkatkan ekspor produk lautnya. Salah satu komoditas ekspor utama Indonesia adalah rumput laut, di mana negara ini menempati posisi kedua setelah Cina dalam hal produksi dan ekspor rumput laut global (Cai, 2021). Hasil produksi rumput laut yang besar ini salah satunya disebabkan oleh pusat-pusat pembudidayaan rumput laut yang cukup tersebar, tepatnya berada di wilayah-wilayah berikut: Provinsi Sulawesi Selatan, Provinsi Sulawesi Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Provinsi Jawa Timur, Provinsi Sulawesi Tenggara, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Provinsi Bali, Provinsi Gorontalo, Provinsi Maluku, Provinsi Jawa Barat (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2021).

Produk rumput laut, baik yang diekspor maupun impor dibagi ke dalam beberapa kode HS, seperti HS 121221 untuk rumput laut atau gangga lainnya untuk dikonsumsi manusia; HS 121229 merupakan rumput laut atau gangga lainnya, tidak untuk dikonsumsi manusia; HS 130231 untuk agar-agar; dan HS 130239 untuk karaginan. Di antara beberapa kode produk tersebut, HS 121221 menjadi produk unggulan Indonesia. Contoh spesies utama yang termasuk ke dalam kode tersebut adalah *Eucheuma* (*Eucheuma* spp.) dan *Gracilaria* (*Gracilaria* spp.). Jenis rumput laut ini memiliki berbagai manfaat, termasuk sebagai bahan dasar karagenan yang bernilai ekonomi tinggi. Berdasarkan Badan Pusat Statistik, beberapa negara tujuan ekspor rumput laut Indonesia di antaranya Cina, Chili, Korea Selatan, Hongkong, Filipina, Jepang Vietnam, Prancis, Denmark, dan lain-lain. Meskipun Indonesia berada pada urutan kedua setelah Cina, negara yang konsisten menjadi pengimpor produk rumput laut Indonesia adalah Cina itu sendiri.

Indonesia dan Cina memiliki hubungan yang saling melengkapi satu sama lain. Indonesia berperan sebagai penghasil bahan baku tetapi memiliki kapasitas pengolahan yang terbatas. Sementara itu, Cina yang memiliki industri pengolahan cukup besar belum memiliki bahan baku yang memadai. Oleh karena itu, prosesor Cina mengandalkan rumput laut Indonesia sebagai bahan baku pabrik mereka sebagaimana pelaku usaha Indonesia mengandalkan prosesor rumput laut karagenan Cina sebagai pembeli utama mereka (Langford et al., 2022). Seperti pada tahun 2019, berdasarkan Trade Map, volume ekspor rumput laut (HS 1211221) Indonesia ke Cina sebanyak 146.710 ton dengan nilai ekspor 171.362 USD. Sementara itu, total volume ekspor rumput laut Indonesia secara global sebanyak 181.596 ton. Angka ini menunjukkan bahwa lebih dari 80% rumput laut Indonesia di ekspor ke Cina.

Eratnya hubungan kerja sama terkait rumput laut antara Indonesia dengan Cina serta besarnya ketergantungan Cina terhadap produk rumput laut Indonesia tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dari aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh berbagai aktor, baik itu dalam mengelola hubungan dengan Cina, melakukan promosi, hingga membangun kerja sama guna meningkatkan ekspor. Aktivitas diplomasi ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak mulai dari pemerintah, asosiasi, hingga individu. Dari tahun 2019, berbagai aktivitas diplomasi komersial sebagai upaya meningkatkan ekspor rumput laut telah dilakukan. Misalnya pertemuan yang dilaksanakan oleh Menteri Perdagangan Indonesia, Enggartiasto Lukita dengan pemerintah Cina, yakni Wali Kota Fuqing, pada 24 September 2019, di Fuzhou. Dalam pertemuan ini, Menteri Perdagangan menyampaikan rencana untuk meningkatkan ekspor produk Indonesia ke Cina, salah satunya rumput laut, termasuk kerja sama dengan kota Fuqing (Kementerian Perdagangan RI, 2019). Selanjutnya, terdapat forum kerja sama rumput laut, yakni Forum Pengembangan Industri Marikultur China-ASEAN yang diselenggarakan pada bulan Mei 2019 oleh lembaga penelitian dan pengembangan di Cina. Indonesia mengirimkan perwakilan terbanyak di antaranya Asosiasi Rumput Laut Indonesia (ARLI) dan beberapa universitas di Indonesia (Business Wire, 2019). Selain kedua contoh tersebut, masih banyak lagi aktivitas serupa yang memiliki peran terhadap peningkatan ekspor rumput laut Indonesia ke Cina, salah satunya dilakukan oleh ITPC Shanghai.

Sebagai lembaga pemerintah, Indonesian Trade Promotion Center (ITPC Shanghai) merupakan salah satu aktor utama yang berperan aktif dalam mempromosikan produk ekspor

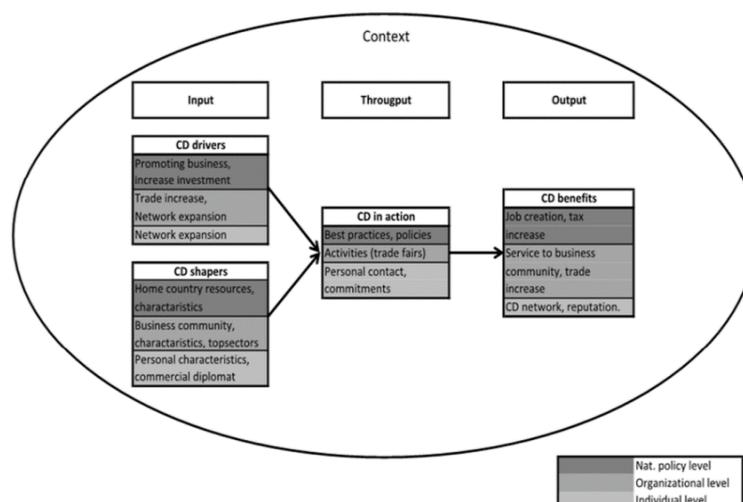


potensi Indonesia. Didirikan pada tahun 2019, Sesuai dengan namanya, tugas utama lembaga ini adalah mempromosikan produk-produk potensial Indonesia di Cina. Selain itu, ITPC Shanghai juga berfungsi menjembatani hubungan perdagangan Indonesia dan Cina dengan memberikan informasi peluang bisnis di Cina kepada eksportir Indonesia dan informasi potensi ekspor produk Indonesia kepada importir Cina (ITPC Shanghai, n.d.). Peran ITPC Shanghai inilah yang kemudian menjadi fokus riset pada artikel ini dalam menjalankan diplomasi komersial Indonesia ke Cina.

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan sebelumnya, aktivitas promosi yang dilakukan ITPC Shanghai untuk meningkatkan ekspor rumput laut ke Cina akan dikaji menggunakan kerangka diplomasi komersial. Beberapa kajian terdahulu yang juga menggunakan konsep diplomasi komersial dilakukan oleh Reuvers dan Ruël (2012) yang membahas penggunaan diplomasi komersial dalam konteks kolaborasi antara perusahaan internasional dan pemerintah. Selanjutnya, upaya diplomasi komersial Indonesia pada masa Joko Widodo telah dibahas oleh Arum & Suryadipura (2021) dan Wulandari & Suryadipura (2021). Ada pun pengaplikasian diplomasi komersial dengan ITPC sebagai aktor utama terdapat pada karya Firdausa (2023) dan Apriliani dkk. (2023) dengan fokus yang berbeda, di mana Firdausa memfokuskan pada peningkatan ekspor udang beku, sedangkan Apriliani dkk. pada perkembangan UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, berdasarkan riset terdahulu yang masih menunjukkan belum adanya riset yang menggunakan konsep diplomasi komersial dengan Cina sebagai negara tujuan dan rumput laut sebagai komoditas ekspornya, maka riset ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana implementasi diplomasi komersial Indonesia yang dilakukan oleh ITPC Shanghai untuk meningkatkan ekspor rumput laut ke Cina periode 2019-2023.

KERANGKA KONSEPTUAL

Landasan konseptual yang digunakan dalam riset ini adalah diplomasi komersial. Menurut Reuvers & Ruël (2012), diplomasi komersial merupakan penggunaan sarana diplomasi untuk mendukung kegiatan komersial antar negara yang bertujuan untuk keunggulan kompetitif nasional, termasuk ekspor, investasi dan promosi transfer teknologi. Lebih spesifiknya, Reuvers & Ruël menggambarkan diplomasi komersial sebagai kegiatan yang dilakukan pemerintah (*input*) melalui beberapa saluran (*throughput*) yang bertujuan untuk memberikan manfaat kepada dunia usaha dan negara (*output*) dalam lingkungan (konteks) tertentu. Model ini memungkinkan kita untuk mengidentifikasi pembentuk, pendorong, tindakan, konteks dan manfaat diplomasi komersial. Pemahaman tersebut secara jelas memberikan komponen-komponen diplomasi komersial menurut Reuvers & Ruël yang selanjutnya akan digunakan dalam riset diplomasi komersial yang dilakukan ITPC Shanghai dalam meningkatkan ekspor rumput laut Indonesia ke Cina.



Gambar 1. Diplomasi Komersial
Sumber: (Reuvers & Ruël, 2012)

Berdasarkan pemetaan Reuvers & Ruël mengenai diplomasi komersial, *input* dalam diplomasi komersial terbagi menjadi dua kategori: faktor penggerak (*drivers*) dan faktor pembentuk (*shapers*). Faktor penggerak mencakup tujuan dan alasan penerapan diplomasi komersial, seperti peningkatan perdagangan, peningkatan lapangan kerja dan pendapatan domestik, peningkatan intelijen bisnis dan peluang jaringan, penciptaan kondisi kompetitif yang setara bagi perusahaan (atau bahkan keunggulan kompetitif nasional), serta kepentingan strategis dan politik pada tingkat kebijakan dan organisasi nasional. Sementara itu, faktor pembentuk terdiri dari sumber daya negara asal dan organisasi yang didedikasikan untuk kegiatan diplomasi komersial, serta karakteristik pribadi diplomat komersial. Karakteristik ini mencakup beberapa tingkatan: negara, asosiasi, dan individu.

Input yang telah dijelaskan sebelumnya dalam diplomasi komersial kemudian disalurkan dalam bentuk kegiatan atau tindakan untuk mencapai tujuan diplomasi komersial. Proses ini disebut dengan *throughput*. Kegiatan-kegiatan ini dibagi menjadi empat kategori: *network activities*, *intelligence*, *image campaigns*, dan *support business*, yang masing-masing telah dijelaskan oleh Reuvers sebagai berikut:

Network activities	Intelligence	Image campaigns	Support business
Developing business and government contacts	Gathering/ Disseminating commercial information	Promoting goods and services	In negotiations; contract implementation and problem-solving
State visits/ delegation	Market research	Participating in trade fairs, introducing potential exporters	Gathering export marketing data
Buyer-seller meetings	Reporting to home country	Sensitizing potential foreign investors	Supervision of violations of IPRs and contracts
Match-making	Consultant to both countries	Gathering export marketing data	Advocacy activities
Search for partners/distributors/ investors/ lawyers	Image studies, joint scientific research	Tourism promotion activities	Coordination of legal actions
Personal network of commercial diplomat		Awareness campaigns	

Gambar 2. Aktivitas Diplomasi Komersial
sumber: (Reuvers & Ruël, 2012)

Terakhir, Output dalam diplomasi komersial adalah hasil akhir dan manfaat yang diperoleh dari kegiatan diplomasi komersial yang dilakukan oleh suatu negara. Manfaat ini dapat dibagi menjadi tiga jenis: 1) Manfaat ekonomi, yang meliputi peningkatan perdagangan internasional serta pertumbuhan kekayaan dan pengetahuan. 2) Manfaat politik, yang mencakup bantuan pembangunan, penggunaan sarana ekonomi untuk tujuan politik, dan pola perwakilan diplomatik global. 3) *Nation branding*, yang dapat memperluas jaringan dan meningkatkan reputasi positif, memberikan dampak baik tidak hanya pada perekonomian dan politik negara, tetapi juga pada dunia usaha dan para diplomat komersial itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Desain riset yang digunakan adalah kualitatif yang mengacu pada Creswell & Creswell (2018) untuk menjelaskan proses diplomasi komersial Indonesia ke Cina dengan unit analisis yang terdiri dari *input*, *throughput*, dan *output* yang diambil dari Reuvers & Ruël (2012). Sumber

data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Narasumber utama dalam riset ini adalah Yudha Halim, Kepala Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) Shanghai, di mana kegiatan wawancara tersebut dilaksanakan secara daring. Sebagai sumber data primer lainnya, dokumentasi diperoleh dari dokumen, arsip, kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan ekspor rumput laut Indonesia ke Cina, serta data-data lainnya dari laman resmi pemerintah dan lembaga yang berkaitan dengan rumput laut. Sementara itu, periset mengumpulkan data sekunder dari beberapa referensi seperti jurnal, artikel, dan buku-buku ilmiah yang relevan dengan topik riset. Adapun instrumen riset terdiri dari pedoman wawancara, alat perekam, kamera, dan catatan lapangan.

Untuk memeriksa keakuratan data yang diperoleh, periset akan melakukan triangulasi data di mana data primer dan sekunder dibandingkan lalu dinilai mana yang lebih absah untuk digunakan. Selain itu, untuk menjaga konsistensi sebagai bentuk dari reliabilitas data, periset mematuhi pedoman riset, memastikan konsistensi pengodean yang dilakukan, memastikan tidak adanya kesalahan pada pedoman wawancara, dan melampirkan daftar pustaka sebagai bentuk transparansi riset.

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan berpedoman kepada desain riset kualitatif Creswell & Creswell (2018) yang terbagi ke dalam tahapan berikut: 1) mempersiapkan dan menyusun data yang akan di analisis; 2) meninjau dan melihat gambaran umum data; 3) melakukan pengodean data; 4) membuat tema berdasarkan hasil kodifikasi; dan 5) mengeksplorasi hubungan dari tema-tema yang sudah terbentuk. Setelah itu periset dapat menginterpretasi data. Simpulan dari data-data yang telah dikumpulkan dan dijabarkan pada bagian hasil dan pembahasan serta kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Penggerak dan Pembentuk Diplomasi Komersial Indonesia ke Cina terkait Rumput Laut

Sebagai faktor penggerak diplomasi komersial, peningkatan ekspor rumput laut Indonesia ke Cina menjadi hal yang terus diupayakan oleh Indonesia. Hal ini tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, di mana pertumbuhan ekspor merupakan salah satu target nasional. Ada pun faktor pembentuk diplomasi komersial Indonesia ke Cina didasarkan pada karakteristik jenis rumput laut Indonesia, peluang pasar Cina akan kebutuhan rumput laut Indonesia, dan karakteristik asosiasi bisnis yang aktif dalam membantu para pelaku usaha rumput laut Indonesia.

Rumput laut, yang secara ilmiah dikenal sebagai "tumbuhan thallus", adalah tumbuhan tingkat rendah yang hidup di dasar laut dan melekat pada substrat atau tumbuhan lain yang belum memiliki akar, batang, dan daun yang khas (Badan Pusat Statistik, 2021). Istilah rumput laut tidak memiliki kepentingan taksonomi yang signifikan atau tidak digunakannya secara spesifik untuk menggambarkan kelompok organisme tertentu, tetapi lebih sebagai istilah yang dikenal secara umum dalam penggunaan sehari-hari untuk mengacu pada alga laut yang besar (El-Beltagi et al., 2022). Rumput laut makro dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan pigmen utama mereka, yaitu alga hijau (Chlorophyta), alga merah (Rhodophyta), dan alga cokelat (Phaeophyta) (Carpena et al., 2023). Jenis rumput laut utama yang dikembangkan di Indonesia termasuk ke dalam kategori rumput laut merah. Sebagian besar produksi rumput laut dunia berasal dari lima benua utama, dengan Asia menyumbang 97,38%. Di Asia, 99% rumput laut dibudidayakan secara buatan. Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara budidaya rumput laut terbesar, yang menyumbang 28,6% dari total budidaya rumput laut global dengan *Eucheuma* spp. dan *Gracilaria* spp. sebagai jenis rumput laut unggulan Indonesia (Zhang et al., 2022). Jenis rumput laut ini memiliki banyak manfaat dan kegunaan, salah satunya adalah pemanfaatannya sebagai bahan dasar karagenan yang memiliki nilai ekonomis tinggi (World Bank, 2023).

Perbedaan jenis dan jumlah rumput laut yang dimiliki oleh Indonesia menjadikan negara ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan negara lainnya, salah satunya Cina yang



menjadikan Indonesia salah satu pasar impor rumput lautnya. Di Cina, industri rumput laut dalam negeri mengalami pertumbuhan pesat. Berdasarkan laporan International Finance Corporation (IFC) (2007), dalam lima tahun terakhir, sekitar 2002-2007, pasar Cina mengalami pertumbuhan pesat, termasuk untuk bahan karagenan dengan sekitar 50-60 pabrik pembuatnya. Pabrik-pabrik ini terutama ada di provinsi Fujian dan Hainan. Meskipun demikian, sebagian besar bahan mentah untuk membuat karagenan (*Eucheuma*) didapat dari Filipina dan Indonesia, sedangkan hanya sedikit yang dihasilkan dari Hainan sendiri. Berbeda dengan Indonesia, alga utama yang dimiliki Cina adalah rumput laut Jepang (*Laminaria japonica*), rumput laut *Gracilaria* (*Gracilaria* spp.) dan nori *Nei* (*Porphyra* spp.) (Zhang et al., 2022). Oleh karena itu, Cina memiliki tingkat ketergantungan tinggi akan bahan baku karagenan dari Indonesia.

Faktor selanjutnya, di Indonesia terdapat asosiasi bisnis rumput laut yang menunjukkan peran aktifnya dalam membantu para pelaku usaha, yakni Asosiasi Rumput Laut Indonesia (ARLI). Asosiasi Rumput Laut Indonesia (ARLI) merupakan sebuah wadah utama yang mengakomodasi seluruh pelaku usaha rumput laut di Indonesia, mulai dari sektor hulu hingga hilir (Khaldun, 2017). Sebagai asosiasi, ARLI aktif mengikuti berbagai kegiatan yang dapat membantu meningkatkan ekspor rumput laut Indonesia dan meningkatkan hubungan kerja sama dengan negara lain. Seperti yang telah dilakukan pada tanggal 27 April 2016, Asosiasi Rumput Laut Indonesia yang diusulkan oleh Safari Azis menandatangani kerjasama dengan China Algae Industry Association (CAIA) yang disetujui oleh Sekretaris Jenderal Jingxian Guang (Indreswari, 2016). Beberapa tahun setelahnya, ARLI kembali menjalin kerja sama, yakni penandatanganan MoU pada 11 November 2022 dengan China Chamber of Commerce of Import & Export of Foodstuffs, Native Produce and Animal By-Products (CFNA). Kegiatan ini dilakukan dalam rangka penandatanganan Nota Kesepahaman Kerja sama Perdagangan dan Kontrak Dagang Produk Pertanian dan Perikanan antara Pelaku Usaha Indonesia dan Cina (Kementerian Perdagangan RI, 2022)

Aktivitas Diplomasi Komersial melalui ITPC Shanghai

Pada tahun 2019, Indonesia melalui Menteri Perdagangan Enggartiasto Lukita meresmikan kantor Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) di Shanghai (Kementerian Perdagangan RI, 2019b). Sebagaimana dituliskan oleh DP (dalam Bisnis.com, 2019), peresmian ITPC didasarkan kepada berbagai alasan: 1) pentingnya pasar Cina, di mana negara ini adalah pasar ekspor nonmigas terbesar bagi Indonesia; 2) ITPC Shanghai bertindak sebagai agen promosi bisnis dan membantu meningkatkan eksposur dan penjualan produk Indonesia di pasar Cina; 3) ITPC Shanghai dapat membantu memastikan kelancaran dan kecocokan perdagangan antara kedua negara; 4) ITPC Shanghai diharapkan dapat menjadi jembatan komunikasi dan koordinasi, baik itu dengan pelaku usaha dari kedua negara maupun kantor di Jakarta; 5) pembukaan ITPC Shanghai adalah bagian dari strategi untuk mengurangi defisit neraca perdagangan dengan Cina; 6) kehadiran ITPC diharapkan dapat memperkuat kedekatan hubungan Indonesia-Cina; 7) terdapat rencana ekspansi, di mana peresmian ITPC Shanghai dianggap sebagai langkah awal dalam membuka lebih banyak perwakilan promosi produk Indonesia di berbagai provinsi di Cina (DP, 2019). Berdasarkan informasi tersebut yang menunjukkan tujuan didirikannya ITPC Shanghai, maka dalam artikel ini ITPC Shanghai dikategorikan sebagai salah satu aktor utama diplomasi komersial ke Cina.

Aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh ITPC Shanghai meliputi empat kategori: *network activities*, *intelligence*, *image campaigns*, dan *support business*. Pertama, dalam *network activities* ITPC Shanghai berperan dalam melakukan pencocokan dan pertemuan antara penjual dan pembeli rumput laut Indonesia-Cina dalam program yang disebut dengan *business matching*. Dalam menjalankan program ini, ITPC Shanghai berkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan, yaitu Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN). Bertempat di Indonesia, Ditjen PEN melakukan kurasi terhadap pelaku usaha di seluruh Indonesia, terutama yang berpengalaman di bidang ekspor. Pengurusan terhadap pelaku usaha ini sangat penting mengingat peraturan di Cina mengenai produk yang dikonsumsi masyarakat cukup ketat. Oleh



karena itu, perusahaan Indonesia yang ingin mengekspor produknya ke Cina harus memiliki izin ekspor dan terdaftar di General Administration of Customs of China (GACC).

Aktivitas selanjutnya adalah intelligence. Selain berperan dalam mencocokkan penjual dan pembeli, riset pasar merupakan salah satu tugas penting yang dilakukan oleh ITPC Shanghai. Kegiatan ini disebut sebagai market intelligence. ITPC Shanghai menyiapkan kajian berupa dokumen atau laporan yang kemudian dikirim ke Jakarta dan asosiasi terkait, sesuai dengan produk yang dianalisis. Dalam market intelligence ini, ITPC menyajikan laporan penelitian mengenai kondisi pasar di Cina. Misalnya, untuk produk rumput laut, mereka menganalisis negara pesaing produk tersebut, harga jual rumput laut di pasar Cina, strategi promosi yang dilakukan negara pesaing di Cina, serta mengidentifikasi importir produk rumput laut di negara tersebut. ITPC juga melibatkan pelajar Indonesia di Cina untuk membantu dalam melakukan riset pasar. Mereka bertugas dalam melakukan penelitian lapangan, sementara pendalaman dan analisis lebih lanjut dilakukan oleh tim ITPC Shanghai.

Ketiga, aktivitas promosi sebagai bagian dari image campaigns. Sejak tahun 2019-2023, ITPC Shanghai aktif melakukan promosi rumput laut Indonesia di Cina. Strategi promosi yang dilakukan terdiri dari pameran internasional dan promosi secara daring. Dalam mengikuti dan menyelenggarakan pameran dagang internasional, ITPC berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk Atase Perdagangan, Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) di Shanghai dan Guangzhou, serta BUMN-BUMN yang ada di Cina seperti Bank Indonesia dan Bank Mandiri. ITPC juga bekerja sama dengan pelaku usaha yang tertarik untuk berpartisipasi dalam pameran. Hal ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan anggaran dan efektivitas promosi itu sendiri. Pendanaan yang besar dibutuhkan untuk menyewa lahan dan membangun stan.

Salah satu kegiatan pameran internasional yang terpublikasi menghasilkan potensi transaksi besar terhadap rumput laut Indonesia adalah Trade Expo Indonesia (TEI) ke-34 tahun 2019. TEI merupakan salah satu kegiatan promosi utama Indonesia yang rutin diselenggarakan untuk mempromosikan berbagai produk Indonesia ke berbagai negara. Dalam acara ini, Indonesia, diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan, mengundang pembeli dari seluruh dunia untuk datang dan berinteraksi langsung dengan penyedia produk dan jasa ekspor Indonesia di pameran tahunan TEI dengan bantuan perwakilan di berbagai negara, termasuk ITPC Shanghai. Pameran ini berfokus pada bisnis ke bisnis (B2B) dan dirancang untuk mendorong pertumbuhan produk ekspor nasional serta memperluas pasar ekspornya (Kementerian Perdagangan RI, n.d.).

Ragam produk perikanan yang dipromosikan di TEI 2019 meliputi berbagai jenis seperti ikan kaleng, tuna, udang, gurita, cumi-cumi, patin, cakalang, unagi, sambal ikan, termasuk rumput laut. Dibanding tahun sebelumnya, Indonesia berhasil mencatat nilai transaksi perdagangan produk perikanan sebesar 10,43 juta USD, dengan peningkatan 7,26%. Transaksi ini melibatkan pembeli dari setidaknya 25 negara mitra, salah satunya adalah Cina (Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan, 2019).

Selain bertempat di Indonesia, ITPC Shanghai pada tahun 2022 juga ikut serta mempromosikan produk perikanan Indonesia dalam pameran Fuzhou International Fisheries Expo (FIFE) di Guangzhou, Cina. KPw Bank Indonesia di Beijing dan delapan perusahaan Indonesia di sektor hasil laut dan makanan ringan berbahan utama produk hasil laut ikut mendukung kolaborasi ini dengan membawa sampel produk UMKM dan produk tiap perusahaan di Paviliun Indonesia. Menurut Kepala ITPC Shanghai, selama pameran yang berlangsung tiga hari tersebut (2-4 Juni), tercatat potensi nilai transaksi yang disepakati antara peserta pameran dengan buyer Cina mencapai lebih dari 2,5 juta dolar AS (Pratiwi, 2023).

Keempat, dalam aktivitas support business rumput laut Indonesia, ITPC Shanghai aktif berkoordinasi dengan berbagai pelaku usaha, baik itu penjual maupun pembeli Indonesia dan Cina dengan membantu menjembatani komunikasi dua bahasa. Hal ini dikarenakan dalam menjual produk Indonesia ke Cina, termasuk rumput laut, para pelaku usaha harus memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah Cina, yang dalam hal ini diatur oleh General Administrations of Customs China (GACC). Badan pemerintah Cina tersebut telah menuliskan syarat/kondisi pendaftaran GACC untuk produsen luar negeri makanan impor. Kondisi tersebut mencakup



penilaian kesetaraan, persetujuan dan regulasi dari otoritas berwenang negara asal, manajemen keamanan pangan, dan pemenuhan persyaratan yang telah disepakati oleh GACC dan otoritas berwenang dari negara asal, dalam hal ini adalah Indonesia (GACC, n.d.).

Manfaat (Output) Diplomasi Komersial

Manfaat diplomasi komersial berdasarkan Reuvers & Ruël dibagi ke dalam tiga bentuk: ekonomi, politik, dan *nation branding*. Meskipun demikian, dalam riset ini peningkatan ekspor menjadi fokus hasil utama dari serangkaian aktivitas diplomasi komersial yang telah dilakukan, yang mana ini termasuk ke dalam manfaat ekonomi. Ada pun kedua manfaat lainnya belum dapat dipastikan secara jelas karena terbatasnya informasi.

Ada pun, berdasarkan Trade Map, secara keseluruhan peningkatan ekspor rumput laut Indonesia ke Cina terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Volume & Nilai Ekspor Rumput Laut Indonesia ke Cina

Kategori	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Volume (Ton)	146.710	139.935	157.763	170.002	190.607
Nilai (USD)	171.362	147.512	184.148	329.935	247.343

Sumber: (Trade Map)

Tabel 1, menunjukkan jumlah volume dan nilai ekspor yang dilakukan Indonesia ke Cina sejak tahun 2019-2023. Dari data tersebut terlihat bahwa volume ekspor relatif meningkat setiap tahunnya, terkecuali pada tahun 2020 seiring dengan kehadiran Covid-19 dan pembatasan mobilisasi. Berbeda dengan volume, nilai ekspor yang dihasilkan berjalan lebih fluktuatif. Pada tahun 2022 Indonesia mencapai nilai ekspor yang sangat tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 2. Volume & Nilai Ekspor Rumput Laut Indonesia ke Dunia

Kategori	Tahun (Ton)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Volume (Ton)	181.596	168.364	187.336	206.058	219.605
Nilai (USD)	212.134	178.819	217.621	388.125	275.031

Sumber: (Trade Map)

Sebagai perbandingan, tabel 2, menunjukkan total ekspor rumput laut Indonesia ke seluruh dunia, baik volume maupun nilai. Berdasarkan data tersebut, dari tahun 2019-2023 kita dapat melihat bahwa secara konsisten Cina menjadi importir utama rumput laut Indonesia dengan rata-rata lebih dari 83% volume ekspor tahunan global Indonesia dikirim ke Cina. Sementara itu, nilai yang dihasilkan dari ekspor rumput laut ke Cina memenuhi lebih dari 84% keseluruhan nilai ekspor rumput laut Indonesia.

Selanjutnya, dilihat dari jumlah kebutuhan impor rumput laut Cina, Indonesia mampu mengekspor lebih dari 95% dari total kebutuhan impor rumput laut Cina untuk kode produk 121221. Hal ini berdasarkan data yang tertera sebagai berikut:

Tabel 3. Volume dan Nilai Impor Rumput Laut Cina ke Dunia

Kategori	Tahun (Ton)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Volume (Ton)	154.426	151.099	161.410	175.615	196.746
Nilai (USD)	245.894	192.504	234.190	393.297	318.547

Sumber: (Trade Map)

Jika dilihat dari beberapa tabel 3, yang tertera, apa yang terjadi di tahun 2020 memang menunjukkan adanya penurunan. Periset sendiri tidak dapat menyebutkan satu faktor utama apa

yang menjadi penyebab penurunan ekspor rumput laut pada tahun tersebut. Hal ini disebabkan oleh begitu banyaknya variabel yang dapat memengaruhi baik itu penurunan maupun peningkatan suatu ekspor. Akan tetapi, mengingat adanya kemunculan Covid-19, tentu ini berdampak kepada terhambatnya produktivitas di berbagai sektor sehingga menjadi salah satu faktor terjadinya penurunan produksi rumput laut. Begitu pun dengan frekuensi aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan, khususnya dalam mempromosikan rumput laut Indonesia. Berdasarkan keterangan dari ITPC, memang pada tahun 2020 aktivitas promosi tidak terlalu banyak dijalankan karena adanya regulasi pembatasan mobilisasi. Ada pun alternatif yang dilakukan adalah dengan mengadakan promosi secara daring melalui media sosial yang mayoritas digunakan oleh masyarakat Cina. Meskipun begitu, berdasarkan jumlah volume ekspor rumput laut di atas, pada tahun 2020, Indonesia mampu mengekspor lebih dari 92% dari total kebutuhan impor rumput laut Cina.

Secara ekonomi, serangkaian aktivitas diplomasi komersial yang telah dilakukan Indonesia memberikan kontribusi terhadap bagaimana kenaikan ekspor rumput laut ke Cina berjalan. Kontribusi aktivitas diplomasi komersial terhadap peningkatan ekspor ini ada yang dihitung secara langsung dan juga tidak. Misalnya, hasil yang tercatat dari kegiatan pameran yang dilakukan oleh ITPC Shanghai, diungkapkan oleh Kepala ITPC Shanghai bahwa potensi nilai transaksi yang disepakati antara peserta pameran dengan buyer Cina mencapai lebih dari 2,5 juta dolar AS. Selain itu, pada TEI ke-34 tahun 2019, transaksi perdagangan produk perikanan tercatat mencapai 10,43 juta dolar AS, dengan peningkatan 7,26% dibandingkan tahun sebelumnya, di mana Cina menjadi salah satu negara yang membeli produk perikanan tersebut. Di sisi lain, aktivitas seperti *support business*, memang tidak menunjukkan dampak langsung terukur terhadap peningkatan ekspor, akan tetapi berhasil memperlancar proses jual beli itu sendiri.

Beralih kepada manfaat politik, secara umum beberapa aktivitas diplomasi komersial seperti kerja sama riset, pertemuan-pertemuan delegasi, dapat meningkatkan kedekatan hubungan antara Indonesia dan Cina. Kedekatan hubungan ini tentu menjadi kunci atas kemudahan Indonesia dalam melakukan berbagai kepentingan kenegaraan bersama Cina, seperti kemudahan dalam menetapkan kesepakatan dan kerja sama yang baru. Sebagai contoh, pada tahun 2016, ARLI sebagai sebuah asosiasi bisnis berhasil membangun kerja sama dengan asosiasi bisnis Cina yang ditandai oleh penandatanganan MoU. Enam tahun berikutnya, tidak mustahil bagi ARLI untuk meningkatkan kerja sama yang tidak lagi terbatas pada sesama asosiasi, melainkan dengan Kamar Dagang Cina (CFNA) (AP5I, 2022). Sementara itu, perihal seberapa jauh manfaat politik yang didapatkan oleh Indonesia belum dapat dikaji lebih dalam disebabkan keterbatasan informasi dan perlunya riset lanjutan yang berbeda.

Begitu pun dengan *nation branding*, Indonesia menempati posisi kedua sebagai pengeksport dan pemroduksi rumput laut secara global dan Cina akan secara konsisten bergantung kepada rumput laut Indonesia selama negaranya tidak memiliki bahan baku untuk jenis yang mereka butuhkan. Akan tetapi, sampai saat ini belum ada publikasi dari ITPC Shanghai terkait bagaimana citra dan reputasi rumput laut Indonesia di Cina, termasuk informasi yang memperlihatkan secara pasti bagaimana *branding* itu berpengaruh kembali bagi Indonesia.

SIMPULAN

Implementasi diplomasi komersial Indonesia ke Cina mencakup seluruh proses mulai dari *input*, *throughput*, hingga *output*. *Input* diplomasi komersial terbagi menjadi faktor penggerak dan pembentuk. Sebagai faktor penggerak, di dalam RPJMN 2020-2024 tercantum bahwa ekspor merupakan salah satu sasaran dalam target pertumbuhan ekonomi. Ada pun faktor pembentuk terdiri dari 1) karakteristik jenis rumput laut Indonesia, di mana jenis rumput laut yang dibudidayakan di Indonesia memiliki potensi ekonomi tinggi; 2) peluang pasar Cina akan kebutuhan rumput laut Indonesia; dan 3) karakteristik asosiasi bisnis yang aktif dalam membantu para pelaku usaha rumput laut Indonesia.

Untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu aktor utama diplomasi komersial ke Cina, yakni ITPC Shanghai telah melakukan beberapa aktivitas diplomasi yang terbagi menjadi empat



kategori: *network activities*, *intelligence*, *image campaigns*, dan *support business*. Dimulai dari tahun 2019—tahun yang penting bagi upaya peningkatan ekspor rumput laut ke Cina, di mana Indonesia resmi memiliki kantor ITPC Shanghai—dalam jangka waktu lima tahun (2019–2023), terlihat bahwa ITPC Shanghai berperan dalam setiap kategori aktivitas diplomasi komersial, meski pun frekuensinya tidak selalu sama di setiap tahun, tergantung kepada jenis kegiatan yang dilakukan. Khusus untuk kegiatan promosi rumput laut sendiri, kehadiran pandemi, terutama selama tahun 2020, cukup membatasi aktivitas promosi ITPC Shanghai.

Dari serangkaian aktivitas yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa jumlah ekspor rumput laut Indonesia ke Cina, pengecualian tahun 2020, terus meningkat. Sementara itu, nilai ekspor mengalami peningkatan tajam di tahun 2022. Secara konsisten Cina menjadi importir utama rumput laut Indonesia, dengan rata-rata lebih dari 83% volume ekspor tahunan global Indonesia dikirim ke Cina.

DAFTAR PUSTAKA

- AP5I. (2022). Pertemuan Asosiasi CPO dan Perikanan Indonesia – China Chamber of Commerce for Import and Export of Foodstuffs, Native Produce dan Animal by Products (CFNA). AP5I. <https://ap5i-indonesia-seafood.com/indoap5i/2022/11/01/pertemuan-asosiasi-cpo-dan-perikanan-indonesia-china-chamber-of-commerce-for-import-and-export-of-foodstuffs-native-produce-dan-animal-by-product-cfna-31-oktober-2022/>
- Apriliani, D. (2023). Diplomasi Komersial Indonesia terhadap Jepang melalui Indonesian Trade Promotion Center Osaka dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia. Universitas Padjadjaran.
- Arum, A. S., & Suryadipura, D. (2021). Diplomasi Komersial: Promosi Perdagangan dan Investasi Indonesia terhadap Kenya Pasca KTT Indian Ocean Rim Association (IORA) Di Era Presiden Joko Widodo (2015-2019). *Padjadjaran Journal of International Relations*, 3(2), 277–297. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.33517>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Survei Komoditas Perikanan Potensi 2021 Seri-I: Profil Rumah Tangga Usaha Budidaya Rumput Laut. Badan Pusat Statistik.
- Business Wire. (2019). Marine Aquaculture and Seaweed Cooperation of China—ASEAN. Business Wire. <https://www.businesswire.com/news/home/20190521006018/en/Marine-Aquaculture-and-Seaweed-Cooperation-of-China—ASEAN>
- Cai, J. (2021). Global Status of Seaweed Production, Trade and Utilization. In *Seaweed Innovation Forum Belize* (Issue May).
- Carpena, M., Garcia-Perez, P., Garcia-Oliveira, P., Chamorro, F., Otero, P., Lourenço-Lopes, C., Cao, H., Simal-Gandara, J., & Prieto, M. A. (2023). Biological properties and potential of compounds extracted from red seaweeds. In *Phytochemistry Reviews* (Vol. 22, Issue 6). <https://doi.org/10.1007/s11101-022-09826-z>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan. (2019). Trade Expo Indonesia 2019 Bukukan Transaksi Produk Perikanan 10,43 Juta USD. Pemerintah Kabupaten Buleleng: Dinas Ketahanan Pangan Dan Perikanan. <https://dkpp.bulelengkab.go.id/informasi/detail/berita/trade-expo-indonesia-2019-bukukan-transaksi-produk-perikanan-1043-juta-usd-43>
- DP, Y. A. (2019). Upaya Tekan Defisit, Indonesia Buka Pusat Promosi Produk Ekspor di Shanghai. *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190723/12/1127745/upaya-tekan-defisit-indonesia-buka-pusat-promosi-produk-ekspor-di-shanghai>
- El-Beltagi, H. S., Mohamed, A. A., Mohamed, H. I., Ramadan, K. M. A., Barqawi, A. A., & Mansour, A. T. (2022). Phytochemical and Potential Properties of Seaweeds and Their Recent Applications: A Review. *Marine Drugs*, 20(6). <https://doi.org/10.3390/md20060342>
- Firdausa, P. A. (2023). Diplomasi Komersial Indonesia terhadap Jepang dalam Mendorong Ekspor Udang Beku: Studi Kasus Peran ITPC Osaka Periode 2018-2021 [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A??>
- GACC. (n.d.). Aquatic Products. *Foodgacc.Com*. <https://www.foodgacc.com/GACC-AQSIQ-CNCA-CIQ-IRE-CIFER-Singlewindow-registration-aquatic-products>
- IFC. (2007). Preliminary Study – Chinese Market for Seaweed and Carrageenan Industry: Final Report.



- Indreswari, A. D. (2016). ARLI gandeng China bikin Seaweed Industrial Parks. Kontan. <https://industri.kontan.co.id/news/arli-gandeng-china-bikin-seaweed-industrial-parks>
- ITPC Shanghai. (n.d.). Tentang ITPC Shanghai. Indonesian Trade Promotion (ITPC) Shanghai. <https://itpcshanghai.com/index.php?m=list&a=index&classid=1>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2021). Potensi Rumput Laut Indonesia. <https://kemlu.go.id/maputo/id/news/11741/potensi-rumput-laut-indonesia>
- Kementerian Perdagangan RI. (n.d.). GENERAL INFORMATION About Trade Expo Indonesia 2024. <https://www.tradexpoindonesia.com/about/general-information/>
- Kementerian Perdagangan RI. (2019a). Bertemu Wali Kota Fuqing, Mendag: Sepakat Tindak Lanjuti Two Countries Twin Park. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/bertemu-wali-kota-fuqing-mendag-sepakat-tindak-lanjuti-two-countries-twin-park>
- Kementerian Perdagangan RI. (2019b). Peresmian Kantor ITPC Shanghai. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/peresmian-itpc-shanghai>
- Kementerian Perdagangan RI. (2022). Penandatanganan Nota Kesepahaman Kerja Sama Perdagangan dan Kontrak Dagang Produk Pertanian dan Perikanan antara Pelaku Usaha Indonesia dan Tiongkok. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/penandatanganan-nota-kesepahaman-kerja-sama-perdagangan-dan-kontrak-dagang-produk-pertanian-dan-perikanan-antara-pelaku-usaha-indonesia-dan-tiongkok>
- Khaldun, R. I. (2017). Strategi Kebijakan Peningkatan Daya Saing Rumput Laut Indonesia di Pasar Global. Jurnal Sosial Politik, 3(1), 99. <https://doi.org/10.22219/v2i2.4403>
- Langford, Z., Siradjuddin, I., Zhang, J., Nuryartono, N., & Waldron, S. (2022). Indonesia is the world's largest seaweed producer but why are prices so volatile? The Conversation. <https://theconversation.com/indonesia-is-the-worlds-largest-seaweed-producer-but-why-are-prices-so-volatile-171961>
- Pratiwi, F. (2023). Indonesia Promosikan Produk Perikanan dan Hasil Laut Berkualitas di Fuzhou. Republika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rvt3yl457/indonesia-promosikan-produk-perikanan-dan-hasil-laut-berkualitas-di-fuzhou>
- Reuvers, S., & Ruël, H. J. M. (2012). Research on Commercial Diplomacy: Review and Implications. University of Twente.
- Trade Map. (n.d.). Bilateral trade between Indonesia and China. International Trade Centre (ITC). https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C156%7C%7C121221%7C%7C%7C6%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1
- World Bank. (2023). Global seaweed: new and emerging markets report. In The World Bank Group.
- Wulandari, A. R., & Suryadipura, D. (2021). Diplomasi Komersial Indonesia terhadap Australia dalam Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019). Padjadjaran Journal of International Relations, 3(2), 103-125.
- Zhang, L., Liao, W., Huang, Y., Wen, Y., Chu, Y., & Zhao, C. (2022). Global seaweed farming and processing in the past 20 years. Food Production, Processing and Nutrition, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s43014-022-00103-2>