

FTA Center Bandung As A Form Of Indonesia's Trade Diplomacy In Enhancing West Java Msmes' Internationalization

FTA Center Bandung Sebagai Bentuk Diplomasi Perdagangan Indonesia Dalam Meningkatkan UMKM Jawa Barat Go Internasional

Dwi Fauziansyah Moenardy¹, Rizal Budi Santoso², Rizqi Muttaqin³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama, Indonesia^{1,2,3}

dwi.fauziansyah@widyatama.ac.id¹, budi.santoso@widyatama.ac.id²,

rizqi.muttaqin@widyatama.ac.id³

**Corresponding Author*

ABSTRACT

Export is one of the activities in a country's trade and MSMEs are one of the business actors who are currently still minimally involved, especially in West Java. So it takes the role of the government to facilitate it through the FTA (Free Trade Agreement) Center Bandung. this research discusses how trade diplomacy is implemented through the FTA Center Bandung. By using descriptive qualitative methods based on in-depth interviews, literature studies and observations, the author reviews this phenomenon through the concept of trade diplomacy. The results of this study show that the Bandung FTA Center is a trade diplomacy activity that aims to increase exports by building relationships through West Java MSMEs, as well as to accelerate quality improvement and promote West Java MSMEs. This step is appropriate in increasing West Java MSMEs to go international. Because of the relationship between public and private actors in trade diplomacy.

Keywords: FTA Center, Trade Diplomacy, MSMEs, West Java

ABSTRAK

Ekspor menjadi salah satu aktivitas dalam perdagangan sebuah negara dan UMKM menjadi salah satu pelaku usaha yang saat ini masih minim keterlibatannya terutama di Jawa Barat. Sehingga butuh peran pemerintah untuk memfasilitasi dengan melalui FTA (Free Trade Agreement) Center Bandung. penelitian ini membahas bagaimana diplomasi perdagangan diimplementasikan melalui FTA Center Bandung. Dengan menggunakan metode deskriptif Kualitatif dengan basis wawancara mendalam, studi literatur serta observasi, penulis meninjau fenomena ini melalui konsep diplomasi perdagangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa FTA Center Bandung merupakan aktivitas diplomasi perdagangan yang bertujuan meningkatkan ekspor dengan membangun hubungan melalui UMKM Jawa Barat, sekaligus untuk akselerasi peningkatan kualitas dan mempromosikan UMKM Jawa Barat. Langkah ini menjadi tepat dalam meningkatkan UMKM Jawa Barat Go internasional. Karena terbangunnya hubungan antar aktor publik dan swasta dalam diplomasi perdagangan.

Kata Kunci: FTA Center, Diplomasi Perdagangan, UMKM, Jawa Barat

1. Pendahuluan

Ekspor memiliki peran kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Penelitian yang dilakukan oleh Salvatore menunjukkan bahwa ekspor merupakan salah satu faktor utama bagi negara-negara berkembang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kenaikan dalam ekspor dan investasi yang dilakukan oleh negara-negara berkembang dapat merangsang peningkatan produksi dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, peningkatan dalam ekspor ini dapat menghasilkan devisa yang digunakan untuk membiayai impor bahan baku dan peralatan produksi yang diperlukan, yang pada gilirannya akan menambah nilai tambah. Total nilai tambah yang dihasilkan oleh semua unit produksi dalam perekonomian menyumbang pada PDB. Peningkatan PDB dari tahun ke tahun, yang diukur dengan harga konstan, merupakan indikasi dari pertumbuhan ekonomi (Pujoalwanto, 2014).

Aktivitas ekspor sangat penting bagi sebuah negara, dan tentu tidak hanya menjadi tugas negara, daerahpun juga terlibat didalamnya. Salah satunya adalah Jawa Barat. Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan data ekspor Indonesia pada Januari hingga Februari 2022, Provinsi Jawa Barat adalah salah satu provinsi yang menunjukkan potensi ekspor yang signifikan, dengan nilai total ekspor dari provinsi ini mencapai 6,07 miliar dolar AS, merupakan salah satu yang terbesar dari seluruh provinsi berdasarkan asal barang ekspor (Alamsyah, 2022). Kontribusi ekspor Jawa Barat mencapai 13% dari total ekspor nasional di atas Jawa Timur dan Kalimantan Timur. Data dari Disperindag Jawa Barat menunjukkan kontribusi produk ekspor UMKM di angka 1,8% dari Product Domestic Bruto (PDB), dimana potensi UMKM masih sangat besar dan belum optimal, karena sebagian besar ekspor dari Jawa Barat didominasi oleh produk dan perusahaan besar, mencapai 98 persen, sementara hanya 2 persen sisanya merupakan andil dari pelaku UMKM (Muhammad, 2022). Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara berbagai pemangku kepentingan, untuk meningkatkan baik kualitas maupun kuantitas produk, seperti dinas UMKM untuk memberikan bimbingan terkait ekspor, serta kerja sama dengan berbagai lembaga pemerintah pusat dan daerah.

Salah satu kolaborasi pusat dan daerah adalah melalui FTA (Free Trade Agreement) Center, FTA Center, sebuah layanan publik yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional (Ditjen PPI) di Kementerian Perdagangan bekerja sama dengan universitas-universitas di Indonesia, antara lain Universitas Diponegoro, Universitas Hasanuddin dan Universitas Padjadjaran. Tujuannya adalah menyebarkan informasi mengenai perjanjian perdagangan bebas Indonesia dan mendorong pemanfaatannya. Saat ini FTA Center tersebar di empat kota besar antara lain Bandung, Jakarta, Makassar dan Semarang (Kemendag, 2023).

Untuk meningkatkan kinerja ekspor negara menjalin perjanjian perdagangan bebas, melalui Free Trade Agreement (FTA) yang merupakan perjanjian dua negara atau lebih yang membentuk Free Trade Area. Hasanah (2023) berpendapat adanya FTA ini mempermudah aktivitas perdagangan dengan membebaskan perdagangan jasa maupun barang dengan melewati perbatasan negara lain dengan pengurangan bahkan penghilangan tarif, dengan adanya FTA ini diharapkan dapat menciptakan perdagangan baru antara mitra FTA yang disebabkan oleh perjanjian bebas tersebut.

Pemerintah Indonesia telah membentuk FTA Center di bawah pengawasan Kementerian Perdagangan, yang didirikan pada 31 Mei 2018. Pembentukan FTA Center ini bertujuan untuk menjadi pusat informasi mengenai semua perjanjian perdagangan bebas yang relevan bagi masyarakat, khususnya para pelaku usaha, sehingga mereka dapat memanfaatkan manfaat perjanjian tersebut secara optimal. Fungsi FTA Center juga melibatkan pelayanan konsultasi, edukasi, dan advokasi terkait perjanjian perdagangan bebas. Para pelaku usaha diberikan kemungkinan untuk berkonsultasi langsung dengan FTA Center guna mendapatkan informasi terkait potensi perdagangan ekspor. Dengan pembentukan FTA Center, diharapkan masyarakat, terutama pelaku usaha, dapat lebih memahami dan memanfaatkan perjanjian perdagangan bebas untuk mengembangkan usaha dan merambah pasar global (Hasanah, 2023).

Tujuan dibentuknya FTA Center adalah untuk membantu pelaku usaha yang ingin mengekspor produk atau jasa. Pemerintah Indonesia telah melakukan negosiasi dengan tujuan memperoleh perlakuan yang menguntungkan bagi pelaku usaha Indonesia melalui FTA, sehingga produk Indonesia dapat bersaing dan lebih mudah dipasarkan di negara mitra FTA. Dengan memahami informasi terkait FTA, pelaku usaha memiliki berbagai pilihan untuk melakukan diversifikasi produk atau diversifikasi pasar. Ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan ekspor ke negara-negara mitra FTA karena produk Indonesia menjadi lebih kompetitif dari segi harga dan dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Selain itu,

melalui FTA, eksportir Indonesia yang sebelumnya tidak terlibat dalam ekspor ke negara mitra FTA juga dapat melihat peluang pasar baru. Di sisi lain, FTA juga dapat dimanfaatkan oleh importir Indonesia untuk mengimpor bahan baku dengan harga yang lebih murah, yang kemudian dapat diolah dan diekspor ke negara lain. FTA juga berperan dalam meningkatkan kapasitas eksportir Indonesia untuk memenuhi standar negara mitra FTA, karena FTA mencakup kerja sama ekonomi seperti *capacity building* atau *technical assistance* (Kemendag, 2023). Usaha ini tentu dilakukan untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri Indonesia dengan melaksanakan diplomasi perdagangan melalui FTA Center.

Penggunaan FTA Center juga berbicara soal realisasi konsep diplomasi perdagangan yang dapat menjadi penghubung lanskap diplomasi baru dan menjelaskan diplomasi perdagangan sebagai kerjasama dari *network aktor publik* (negara) dan swasta (bisnis) yang mengelola hubungan dagang menggunakan *channel* dan proses diplomasi yang dimiliki untuk menunjang agar ekspor Indonesia meningkat. Karena Indonesia perlu Langkah strategis dalam memanfaatkan perjanjian perdagangan bebas dengan mitra-mitra Indonesia. sehingga perlu dilihat nilai ekspor Indonesia saat ini.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor Indonesia pada bulan September 2023 tercatat mencapai US\$20,76 miliar, mengalami penurunan sebesar 5,63 persen dibandingkan dengan bulan Agustus 2023. Jika dibandingkan dengan September 2022, terdapat penurunan sebesar 16,17 persen. Secara kumulatif, nilai ekspor Indonesia untuk periode Januari–September 2023 mencapai US\$192,27 miliar, mengalami penurunan sebesar 12,34 persen dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2022. Untuk ekspor nonmigas, angkanya mencapai US\$180,48 miliar atau mengalami penurunan sebesar 12,89 persen. Berdasarkan sektor, ekspor nonmigas hasil industri pengolahan pada Januari–September 2023 mengalami penurunan sebesar 10,86 persen dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2022. Begitu pula dengan ekspor hasil pertanian, kehutanan, dan perikanan yang turun 9,03 persen, serta ekspor hasil pertambangan dan sektor lainnya yang mengalami penurunan sebesar 19,83 persen. Penting untuk dicatat bahwa ekspor nonmigas terbesar pada bulan September 2023 adalah ke Tiongkok sebesar US\$5,17 miliar, diikuti oleh Amerika Serikat dengan US\$1,84 miliar, dan India dengan US\$1,50 miliar. Kontribusi ketiganya mencapai 43,97 persen dari total ekspor nonmigas. Sementara itu, ekspor ke ASEAN dan Uni Eropa (27 negara) masing-masing mencapai US\$3,49 miliar dan US\$1,33 miliar. Dilihat dari provinsi asal barang, ekspor terbesar Indonesia pada Januari–September 2023 berasal dari Jawa Barat dengan nilai US\$27,64 miliar (14,37 persen), diikuti oleh Kalimantan Timur sebesar US\$21,16 miliar (11,01 persen), dan Jawa Timur sebesar US\$16,21 miliar (8,43 persen) (Menpan, 2023).

Sejak tahun 2022 sampai dengan 2023 Jawa Barat selalu menjadi provinsi dengan nilai ekspor terbesar di Indonesia, Namun, sebagian besar ekspor dari Jawa Barat didominasi oleh produk dan perusahaan besar, mencapai 98 persen, sementara hanya 2 persen sisanya merupakan andil dari pelaku UMKM (Muhammad, 2022). Dimana Jawa Barat berdasarkan data tahun 2023, total Proyeksi Jumlah UMKM adalah 7.055.660, naik 5.83% (jabarprov, 2023). Peningkatan ekspor suatu negara sangat dipengaruhi oleh dinamika ekonomi di tingkat lokal, terutama karena perekonomian daerah umumnya didukung oleh kegiatan ekonomi skala kecil dan menengah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang merupakan bagian integral dari perekonomian daerah, memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di wilayah Jawa Barat, misalnya, sekitar 7,5% dari total UMKM di Indonesia berasal dari sana. Data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil (KUK) Jabar mencatat bahwa terdapat sekitar 7 juta unit usaha UMKM di Jawa Barat (Moenardy dkk, 2021). Dengan angka sebesar ini tapi hanya 2% dari nilai ekspor Jawa Barat yang dilakukan oleh UMKM. Sehingga perlu bentuk dukungan pemerintah untuk mendorong pelaku UMKM untuk terlibat dalam ekspor Jawa Barat. Dukungan pemerintah ini salah satunya dengan hadirnya FTA Center di Bandung yang fokus pada peningkatan ekspor di Jawa Barat.

Pembahasan mengenai peran FTA Center sebagai bentuk realisasi dari diplomasi perdagangan untuk meningkatkan ekspor UMKM Jawa barat karena fasilitas dan akses pasar yang dimiliki oleh FTA Center dapat menjadi pendorong UMKM masuk ke pasar internasional karena masih minim UMKM yang terlibat ekspor di Jawa Barat. Fenomena ini mengangkat pertanyaan mengenai peran FTA Center dalam konteks perdagangan internasional Indonesia. Fokus perhatian tertuju pada upaya yang dapat dilakukan oleh FTA Center untuk memperkuat perdagangan internasional Indonesia melalui UMKM di Jawa Barat. Penulisan ini terinspirasi oleh pengamatan bahwa pelaksanaan perdagangan internasional tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha tapi perlu melibatkan aktor pemerintah agar kekuatan perdagangan internasional dapat meningkat secara lebih kuat dan terintegrasi di Jawa Barat.

Dilatarbelakangi oleh kekhawatiran tersebut, penulis merasa penting bagi pihak-pihak tertentu untuk memulai langkah-langkah awal dalam meneliti topik ini. Tentu saja, partisipasi berbagai peneliti diperlukan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Oleh karena itu, tulisan ini akan menyajikan analisis yang terperinci melalui Pertama, penjabaran konsep terkait diplomasi perdagangan, kedua menjelaskan permasalahan UMKM Jawa Barat, Ketiga, urgensi dan teknis FTA Center sebagai diplomasi perdagangan untuk meningkatkan ekspor UMKM Jawa Barat, keempat analisis FTA Center menggunakan instrument diplomasi perdagangan

2. Tinjauan Pustaka

Diplomasi Perdagangan

Pengetahuan tentang diplomasi perdagangan juga sedang mengubah cara kita memandang diplomasi dengan menitikberatkan peran aktor, jaringan, gagasan, dan lembaga non-negara dalam proses dan hasil diplomasi. Pendekatan baru untuk mengkonseptualisasikan diplomasi muncul dari penelitian perdagangan. Perkembangan dalam hubungan perdagangan internasional, seperti pertumbuhan organisasi perdagangan regional dan pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), serta perluasan agenda pembicaraan perdagangan untuk memasukkan isu-isu baru seperti perjudian internet, menyoroti pentingnya mengenali dan memahami aktor, topik, dan forum baru dalam diplomasi ekonomi. Ini menunjukkan perlunya untuk melampaui konsep diplomasi realis yang dominan. Studi klasik konvensional sebelumnya tentang diplomasi perdagangan, seperti yang diwakili oleh Curzon (1965) dan Hudec (1975) berpendapat perspektif negara-sentris tentang diplomasi berbasis kekuasaan dalam Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan (GATT). Ini tidak mengherankan mengingat sifat antar-pemerintah dari rezim GATT/WTO. Pekerjaan terkini terus menekankan peran negara dalam diplomasi perdagangan, tetapi juga menyoroti peran aktor non-negara dalam hubungan perdagangan multilateral, regional, dan bilateral (Hocking dan McGuire 2004; Heron 2007; Pigman 2004). Bahkan, sebagai upaya awal untuk merekonseptualisasi diplomasi untuk mencerminkan pertumbuhan interaksi kementerian luar negeri dengan aktor non-negara lainnya, Hocking (1999) mengembangkan konsep diplomasi katalitik untuk menyoroti hubungan yang berkembang antara aktor diplomatik resmi dan non-resmi dalam mesin diplomatik Indonesia.

Okano dan Heijmans (2013) berpendapat diplomasi perdagangan merupakan upaya diplomasi yang memiliki kaitan dengan kerjasama perdagangan, dengan menunjukkan tujuan akhir dari diplomasi perdagangan adalah menciptakan kemakmuran dan stabilitas ekonomi. Diplomasi perdagangan merupakan bagian integral dari diplomasi ekonomi. Berridge menyatakan bahwa, secara umum, diplomasi (termasuk diplomasi ekonomi) adalah 'cara di mana negara-negara mengejar kebijakan luar negeri mereka' (Berridge 2005; 3). Diplomasi ekonomi diartikan sebagai usaha untuk memastikan keamanan ekonomi dalam konteks sistem ekonomi internasional yang cenderung anarkis. Definisi diplomasi ekonomi mencakup penggunaan alat-alat diplomasi konvensional seperti pengumpulan informasi, lobbying, representasi, negosiasi, dan advokasi untuk merancang kebijakan ekonomi luar negeri yang

lebih lanjut (Barston 1997; Berridge 2002; Hamilton & Langhorne 1995; Jönsson and Hall 2005; Watson 1982). Dengan demikian, fokus diplomasi ekonomi terletak pada agenda ekonomi dalam konteks diplomasi, yang dapat dibedakan dari agenda politik. Ini tidak hanya berlaku untuk tipe diplomasi tetapi juga aktor-aktor yang terlibat.

Kostecki & Naray (2007) mengenali aktivitas rasional dalam diplomasi perdagangan yang melibatkan: 1) Kebutuhan akses untuk informasi bisnis yang reliable dan netral, dengan kualitas sumber informasi terpercaya ; 2) Dukungan untuk kredibilitas dan image yang lemah dari pendatang baru dalam pasar luar negeri; 3) Pencarian mitra: mendorong perusahaan nasional (terutama SMEs) untuk go internasional, Pencarian mitra dalam konteks mendorong perusahaan nasional, terutama Usaha Kecil dan Menengah (SMEs), untuk go internasional merujuk pada upaya aktif untuk menemukan dan mengembangkan kemitraan strategis dengan entitas atau perusahaan asing dalam rangka memfasilitasi ekspansi bisnis internasional; 4) Penanganan konflik. Penanganan konflik dalam diplomasi perdagangan melibatkan upaya untuk mengelola dan menyelesaikan ketegangan atau perselisihan yang mungkin timbul antara negara-negara dalam konteks aktivitas perdagangan internasional. Diplomasi perdagangan bertujuan untuk mempromosikan hubungan perdagangan yang sehat, meningkatkan akses pasar, dan mencapai kesepakatan yang menguntungkan semua pihak; 5) Dukungan untuk delegasi nasional: para menteri sering didampingi dalam kunjungan kenegaraan oleh kalangan bisnis; 6) Fokus strategis, seperti keinginan pemerintah untuk tergabung dalam kebijakan perdagangan strategis, dukungan untuk kegiatan research and development atau meningkatkan akses suplai. Dukungan untuk kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D) atau meningkatkan akses suplai" mencerminkan upaya pemerintah, organisasi, atau sektor swasta untuk memberikan bantuan atau sumber daya guna memajukan penelitian dan pengembangan atau meningkatkan akses terhadap pasokan barang atau layanan tertentu

Selanjutnya, Lee mengartikan diplomasi perdagangan sebagai penghubung dalam lanskap diplomasi baru dan menjelaskan bahwa diplomasi perdagangan adalah bentuk kerjasama antara jaringan aktor publik yaitu pemerintah dan swasta yaitu pelaku bisnis yang mengelola hubungan dagang melalui saluran dan proses diplomasi (Donna & Hocking, 2010). Suatu konsep yang sangat bermanfaat adalah National Diplomatic System (NDS). Konsep ini secara efektif mencerminkan diplomasi yang terkoordinasi dengan berbagai aspek dan tingkat kompleksitas. Departemen pemerintah utama bekerjasama dengan mitra, termasuk departemen lain di pemerintahan serta kelompok bisnis dan kelompok sipil, untuk mencapai tujuan-tujuan diplomasi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teknik atau strategi pengumpulan dan analisis data mengandalkan pengumpulan dan analisis data non-numerik. Menurut Lamont (2015), metode kualitatif digunakan untuk lebih memahami bagaimana kita memahami dunia di sekitar kita, dan dengan demikian mengharuskan kita untuk fokus pada makna dan proses yang membentuk politik internasional. Penentuan sampel data dilakukan secara purposive dan snowball. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Wawancara dengan narasumber dari FTA Center
2. Wawancara dengan narasumber yang salah satunya adalah pelaku UMKM di yang menggunakan FTA Center .
3. Studi literatur pada jurnal ilmiah, buku, laporan, media cetak dan publikasi data, dengan penelusuran berbasiskan pada internet.

Kemudian dari data yang didapatkan dengan menggunakan teknik triangulasi yaitu mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Teknik analisis data dalam metode kualitatif ini menggunakan

teknik studi kasus yang disesuaikan dengan desain penelitian yang digunakan dan dimaksudkan untuk menganalisis makna yang ada di balik data/informasi yang didukung dengan teori/konsep yang digunakan dalam penelitian.

Analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan bersifat deskriptif. Proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah, memilih data yang benar-benar diperlukan dan dipakai sebagai sumber informasi penelitian dan data yang tidak terpakai akan diabaikan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini data-data yang telah dipilah dan diklasifikasikan, akan menjadi data yang ada relevansi dan korelasinya dengan permasalahan yang diteliti. Data-data ini akan dirangkai dalam susunan yang menggambarkan keseluruhan permasalahan penelitian. Langkah selanjutnya adalah penyajian data, yaitu data-data yang sudah tersusun dapat menjadi informasi yang dapat dipakai sebagai dasar penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat keseluruhan permasalahan penelitian. Pada tahap ini peneliti berupaya menyajikan data yang telah diklasifikasikan sesuai dengan pokok permasalahan, sehingga akan terlihat kesamaan, perbedaan serta hubungan antardata. Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada bagian ini peneliti membuat kesimpulan dari data-data yang telah disajikan, sehingga sampai pada tahap penentuan pemecahan permasalahan penelitian

4. Hasil dan Pembahasan

Permasalahan UMKM Jawa Barat

Ekspor Jabar selama ini didominasi produk dan pengusaha besar mencapai 98 persen. Sisanya atau 2 persen ekspor pelaku UMKM. Tentu ini menunjukkan adanya kendala UMKM Jawa Barat untuk masuk pasar ekspor. Adapun kesulitan UMKM dalam melakukan ekspor antara lain pertama adalah masalah legalitas seperti izin prosedur ekspor-impor. Kedua, adalah akses pembiayaan. UMKM Jawa Barat yang masih sulit mengakses pembiayaan kepada lembaga keuangan atau perbankan nasional karena lemahnya citra pelaku UMKM dalam pasar internasional. Rendahnya modal dan agunan, serta tingginya suku bunga juga menjadi penyebab UMKM sulit berkembang. Ketiga, adalah pendampingan. Pendampingan UMKM sangat penting dalam meningkatkan tata kelola perusahaan dan meningkatkan daya saing produk, masih minimnya pengetahuan tata kelola perusahaan dan pengembangan produk yang sesuai dengan pasar internasional. Keempat adalah masalah produksi. Minimnya standarisasi produk menjadi penghalang UMKM Indonesia menembus pasar global, setiap negara memiliki standarisasi yang berbeda-beda sehingga pengetahuan akan standarisasi perlu untuk dijabarkan secara terperinci dari setiap target negara tujuan yang telah ditentukan. Pada area produksi, minimnya standar produk sesuai standar global menjadi penghalang bagi UMKM untuk bisa menembus pasar global. Terjadi inkonsistensi dan tidak kontinuitas dari produksi dan kualitas dari produknya. Market yang luas tentu pelaku UMKM perlu mampu menjaga kuantitas dari permintaan serta kualitas yang sesuai dengan permintaan negara tujuan. Terakhir adalah terkait pemasaran, terbatasnya informasi UMKM terhadap peluang pasar menjadi salah satu penyebab produknya sulit menembus pasar global. Informasi paling utama dalam identifikasi awal bagi UMKM Jawa Barat akan tetapi masih sulit untuk diketahui dan dipahami. Selain itu, minimnya infrastruktur logistik juga membuat daya saing produk UMKM rendah.

Urgensi Dan Teknis FTA Center Sebagai Diplomasi Perdagangan Untuk Meningkatkan Ekspor UMKM Jawa Barat

Minimnya UMKM Jawa Barat yang terlibat ekspor menjadi perhatian yang serius. Identifikasi permasalahan UMKM Jawa Barat menunjukkan perlunya koordinasi dengan berbagai aspek dan tingkat kompleksitas. Sehingga dalam hal koordinasi untuk meningkatkan

ekspor UMKM Jawa barat perlu adanya Kerjasama antara aktor public dalam hal ini FTA Center yang merupakan fasilitas dari kementerian perdagangan untuk fasilitasi informasi, konsultasi serta pelatihan dengan aktor swasta dalam hal ini adalah pelaku UMKM. Dari hasil identifikasi permasalahan UMKM Jawa barat seperti legalitas sampai dengan akses pasar tentu sangat memerlukan peran dari aktor lain untuk mendukung pelaku UMKM. Dalam hal ini FTA Center yang dimana dalam pandangan diplomasi perdagangan. FTA Center sebagai penghubung dalam lanskap diplomasi baru dan menjelaskan bahwa diplomasi perdagangan adalah bentuk kerjasama antara jaringan aktor publik dan swasta yang mengelola hubungan dagang melalui saluran dan proses diplomasi.

kehadiran dari FTA Center merupakan keharusan yang mendesak terutama di Jawa Barat dengan melihat data sumbangsih UMKM terhadap ekspor Jawa Barat. Dalam hal ini FTA Center Kemendag merupakan dapat menjadi pusat informasi bagi masyarakat agar dapat memanfaatkan FTA atau perjanjian perdagangan bebas dengan optimal. Karena Pembentukan FTA Center Kemendag adalah upaya meraih dan memaksimalkan manfaat perjanjian perdagangan bebas bagi perekonomian Indonesia. FTA Center Kemendag memberikan layanan konsultasi, edukasi, dan advokasi kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha, yang ingin mempersiapkan diri di era perdagangan bebas salah satu kunci keberhasilan implementasi perjanjian perdagangan bebas adalah jika seluruh masyarakat mengetahui secara benar mengenai FTA, manfaatnya, dan cara memanfaatkannya.

Hasil wawancara dengan tenaga ahli FTA Center. FTA Center memberikan beberapa catatan untuk pelaku UMKM Jawa Barat yang berorientasi pada ekspor antara lain wajib memenuhi administrasi, antara lain seperti sertifikasi dan standarisasi ke negara tujuan. Lalu kualitas produk UMKM, karena yang harus sesuai dengan permintaan negara tujuan. Yang berikut adalah kuantitas, dimana ini menjadi masalah bagi UMKM karena tidak dapat memenuhi permintaan buyer karena berpengaruh pada kuantitas. Minimnya kemampuan UMKM untuk memiliki mesin untuk produksi dalam jumlah besar. Terakhir adalah kemasan, khusus bagi produk makanan, karena UMKM Jawa Barat yang masih sulit dalam mendesain dan membuat kemasan. Selain masalah tersebut adanya kendala lain berupa pengiriman karena jika isi dari container hanya setengah container maka biayanya menjadi mahal dan menjadi beban bagi UMKM.

Dari semua permasalahan UMKM Jawa Barat pada umumnya membutuhkan pendampingan secara langsung yang dimana sistem manajemen yang paling efektif di Indonesia adalah 'management by walking around'. Para Tenaga Ahli atau Konsultan FTA Center Kemendag dapat melakukan pendampingan secara langsung ke lapangan, berdialog, dan mendengarkan, sehingga dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha seakurat dan sedetail mungkin. Tiap FTA Center Kemendag akan memiliki tiga orang Tenaga Ahli/Konsultan yang memiliki keahlian di bidang implementasi hasil perjanjian perdagangan internasional, akses pembiayaan dan prosedur ekspor, serta strategi promosi dan pemasaran. FTA Center Kemendag memiliki tiga tujuan utama, yaitu meningkatkan kemudahan ekspor dan fasilitasi perdagangan; meningkatkan pemanfaatan skema kerja sama perdagangan internasional; serta mendorong para pengusaha untuk ekspor dan mencetak para eksportir baru tentu dapat memanfaatkan jumlah UMKM Jawa Barat yang masih minim ekspor. Untuk mencapai tujuan tersebut, FTA Center Kemendag akan melakukan kegiatan edukasi/sosialisasi, konsultasi, dan advokasi pemanfaatan hasil perundingan perdagangan internasional kepada para pelaku usaha.

Secara teknis FTA Center Kemendag menggelar berbagai kegiatan peningkatan kapabilitas (*capacity building*) pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) agar mampu bersaing di pasar global. Jasa konsultasi, FTA Center Kemendag akan membantu para pelaku usaha mengatur rencana perusahaan dalam proses ekspor. Konsultasi termasuk untuk menggunakan Surat Keterangan Asal (SKA), akses pembiayaan, prosedur ekspor, serta strategi

promosi dan pemasaran ke luar negeri. Di sisi lain terkait jasa advokasi, FTA Center Kemendag akan memberikan bantuan kepada pelaku usaha terkait permasalahan atau hambatan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan perjanjian perdagangan internasional/FTA fasilitasi lainnya juga membantu akses pasar ke Mitra Kerjasama perdagangan Indonesia.

Melihat urgensi yang telah dijelaskan maka kehadiran FTA Center telah mengubah bagaimana kita memandang diplomasi dengan menitikberatkan pada peran aktor, jaringan dan gagasan dalam proses dan hasil peningkatan ekspor. FTA Center dapat menjadi pendekatan baru dalam mengkonseptualisasikan diplomasi, contohnya dalam perkembangan hubungan perdagangan internasional muncul organisasi perdagangan regional seperti ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) yang telah menghasilkan Free Trade Agreement di Kawasan yaitu Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), dalam implementasi perjanjian ini tentu menekankan pada peran negara dalam diplomasi perdagangan dalam hal ini FTA Center dan peran aktor non-negara dalam hal ini pelaku UMKM dalam hubungan perdagangan multilateral, regional, dan bilateral. Kehadiran FTA Center tentu sebagai bentuk dari pengembangan konsep diplomasi yang menyoroti hubungan yang berkembang antara aktor diplomatik resmi dan non-resmi dalam mesin diplomatik Indonesia.

Oleh sebab itu praktek diplomasi perdagangan dilakukan oleh Kementerian Perdagangan dalam mendorong pelaku usaha untuk menggunakan pusat layanan publik dalam hal perjanjian perdagangan bebas, yang dikenal sebagai FTA Center. Ini bertujuan untuk mendukung usaha ekspor ke negara-negara yang memiliki perjanjian perdagangan dengan Indonesia. FTA Center dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh negara tujuan ekspor, sehingga dapat memanfaatkan kemudahan ekspor dan meningkatkan daya saing di pasar negara tujuan. Sekretaris Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional Kementerian Perdagangan, Ari Satria, menjelaskan bahwa FTA Center memiliki peran penting dalam mendorong pemanfaatan perjanjian, seperti persetujuan tarif preferensi (PTA), perjanjian perdagangan bebas (FTA), dan persetujuan kemitraan ekonomi komprehensif (CEPA). Ari menyoroti bahwa FTA Center di telah tersebar di Indonesia terutama di Jawa Barat telah memberikan banyak bantuan kepada pelaku usaha dalam memahami hasil perundingan dan mendorong ekspor ke negara-negara mitra dagang Indonesia. Selain FTA Center, Kementerian Perdagangan juga mempromosikan pemanfaatan hasil perundingan melalui roadshow, sosialisasi perjanjian yang telah diratifikasi, serta melalui forum diskusi, seminar web, dan acara di media televisi dan radio.

Salah satu staf ahli FTA Center Ponirin Sugito menyatakan bahwa layanan FTA Center mencakup berbagai jenis bantuan, seperti pendidikan dan sosialisasi untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha, terutama UMKM, agar dapat berhasil memasuki pasar global. Selain itu, FTA Center juga menyediakan layanan konsultasi untuk membantu pelaku usaha merancang perencanaan ekspor, strategi pemasaran, dan rencana pembiayaan ekspor. Selanjutnya, FTA Center menyediakan layanan advokasi bagi pelaku usaha yang mengalami hambatan saat memanfaatkan perjanjian perdagangan internasional. Ponirin menekankan pentingnya bagi pelaku usaha untuk memahami regulasi spesifik di negara tujuan dan memvalidasi latar belakang calon pembeli dengan menghubungi perwakilan perdagangan Indonesia di negara ekspor. Ponirin menambahkan bahwa pelaku usaha di dalam negeri seharusnya dapat memanfaatkan perjanjian kerja sama perdagangan Indonesia dengan negara mitra sebaik mungkin. Salah satu manfaatnya adalah dapat mengarahkan pelaku usaha untuk memaksimalkan penurunan bea masuk ke negara tujuan ekspor sebagai daya tawar saat berhadapan dengan calon pembeli. Ponirin juga menyoroti kebutuhan bagi pelaku usaha Indonesia untuk meningkatkan kapasitas riset produk dan riset pasar, sehingga produk mereka dapat lebih kompetitif di pasar negara tujuan.

FTA Center menyajikan informasi rinci seputar perdagangan internasional, mencakup aspek umum, regulasi, dan langkah-langkah ekspor untuk meningkatkan pemahaman pelaku

UMKM di Jawa Barat. Dalam upaya mencapai target peningkatan ekspor produk UMKM sebesar 21,6 persen pada tahun 2024, Pemerintah menghadapi tantangan terkait keterbatasan produk UMKM Jabar yang dapat diekspor. Salah satu kendala adalah kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap prosedur dan tata cara ekspor, ketidakpahaman terhadap regulasi negara tujuan, keterbatasan akses, dan kurangnya pemahaman mengenai kebijakan Free Trade Agreement (FTA).

Untuk mengatasi permasalahan ini, FTA Center dapat menyediakan informasi menyeluruh bagi pelaku UMKM mengenai tata cara dan regulasi ekspor, peraturan di negara tujuan, cara memperoleh potensi pasar di negara tersebut, dan bagaimana memanfaatkan FTA di negara mitra. Hal ini mencakup informasi mengenai pengurusan legalitas, regulasi teknis, persyaratan mutu di negara tujuan ekspor, strategi untuk mendapatkan pembeli, dan pemanfaatan hasil perjanjian perdagangan mitra FTA Indonesia bagi calon eksportir. Sehingga ekspor UMKM Jawa barat dapat ditingkatkan

Analisis FTA Center Menggunakan Instrument Diplomasi Perdagangan

Kegiatan diplomasi perdagangan di era globalisasi saat ini menjadi keniscayaan tersendiri. Terutama dalam pertumbuhan ekonomi, karena dalam peningkatan perekonomian nasional tidak lepas dari peran daerah sebagai penggerak roda perekonomian negara. Adanya peran daerah tersebut tentu perlu dipertimbangkan potensi yang dimiliki daerah. Kedudukan potensi daerah dalam peningkatan ekspor suatu negara dapat menjadi sasaran utama pemerintah pusat, karena untuk dapat mencapai target ekspor pemerintah pusat perlu berkolaborasi dengan pelaku usaha di daerah salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM Jawa Barat memiliki potensi yang luar biasa dengan peningkatan sekitar 7.055.660 UMKM di tahun 2023 (Jabarprov, 2023). UMKM dapat menjadi *leading sector* bagi pemerintah daerah untuk memperkuat perekonomian nasional, sehingga hal ini harus dioptimalkan dalam hal kegiatan ekspor (Moenardy & Sinaga, 2021). Dalam hal ini FTA Center menjalankan diplomasi perdagangan sebagai kolaborasi jaringan aktor publik dan swasta dalam mengelola hubungan dagang untuk meningkatkan ekspor UMKM Jawa Barat. Bentuk dukungan FTA Center berupa Kerjasama dengan pemerintah provinsi Jawa Barat melalui Dinas UMKM dengan membuat program pelatihan ekspor bagi UMKM Jawa Barat. Selain kegiatan pelatihan tersebut juga didukung oleh *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM RI) dan kerjasama dengan perusahaan ekspor (Rufaidah, 2015).

Peneliti telah mengidentifikasi aktivitas diplomasi perdagangan FTA Center. Antara lain:

1. FTA Center mengarahkan pelaku UMKM Jawa Barat bagaimana melakukan kontak dagang, bagaimana berkorespondensi dan sampai dengan bagaimana melakukan one on one business. Upaya ini dilakukan oleh FTA Center salah satunya dengan melakukan kurasi, FTA Center membantu UMKM dalam mencari market melalui business matching yang difasilitasi bertemu dengan atase perdagangan dengan calon buyers. FTA Center menyediakan kebutuhan akses untuk informasi bisnis yang reliable dan netral bagi pelaku UMKM Jawa Barat dengan bekerjasama dengan Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) dan atase perdagangan yang tersebar di seluruh dunia untuk mempromosikan produk UMKM di luar negeri. Tugas utama sendiri dari ITPC dan Atase perdagangan dalam mendukung FTA Center karena kedua instansi tersebut adalah bentuk layanan dari pemerintah untuk membantu pelaku UMKM dalam pengembangan ekspor untuk mengidentifikasi pasar dan peluang baru dari luar negeri bagi para produsen yang mampu memenuhi persyaratan pasar. Table dibawah ini menunjukan ITPC dan Atase perdagangan yang tersebar luas di seluruh dunia untuk mendukung kebutuhan akses yang reliable dan netral bagi pelaku UMKM Jawa Barat.

Tabel 1. ITPC dan Atase Perdagangan di seluruh dunia

ITPC	Atase perdagangan
ITPC Barcelona	Bangkok - Thailand
ITPC Los Angeles	Manila - Filipina
ITPC Busan	Beijing - Tiongkok
ITPC Mexico City	Moskow - Rusia
ITPC Budapest	Berlin - Jerman
ITPC Milan	New Delhi - India
ITPC Chennai	Brussels - Belgia
ITPC Osaka	Ottawa - Kanada
ITPC Chicago	Cairo - Mesir
ITPC Santiago	Paris - Perancis
ITPC Dubai	Canberra - Australia
ITPC Sao Paulo	Riyadh - Arab Saudi
ITPC Hamburg	Den Haag - Belanda
ITPC Sydney	Roma - Italia
ITPC Jeddah	Jenewa - Swiss
ITPC Vancouver	Seoul - Korea Selatan
ITPC Johannesburg	Kuala Lumpur - Malaysia
ITPC Shanghai	Singapura - Singapura
ITPC Lagos	Hanoi - Vietnam
	London - Inggris
	Tokyo - Jepang
	Madrid - Spanyol
	Washington DC - Amerika Serikat
	Ankara - Turki

Sumber: Kemendag, 2023

FTA melaksanakan aktivitas diplomasi perdagangan dengan menyediakan kebutuhan akses dan informasi bisnis karena sangat penting bagi pelaku UMKM mendapat data dan informasi terpercaya tanpa adanya bias yang dapat mengarah pada interpretasi yang salah karena informasi bisnis harus akurat, konsisten, dan jelas sehingga berpengaruh pada pengambilan Keputusan pelaku UMKM dalam menentukan pasar. Keakuratan informasi sangat penting untuk menghindari kesalahan dalam menganalisis situasi bisnis, perencanaan, dan pengambilan keputusan. Kehadiran FTA Center dalam memfasilitasi hal ini tentu mencerminkan Upaya membantu pelaku UMKM Jawa Barat dapat mengambil Keputusan yang strategis.

2. FTA Center mendukung untuk kredibilitas dan citra yang lemah dari pelaku UMKM yang baru mau melakukan ekspor dalam pasar luar negeri. Dikutip dari Instagram FTA Center @ftacenter_Bdg, dalam mendukung kredibilitas dan citra UMKM, FTA Center memiliki kegiatan rutin berupa konsultasi, dan pelatihan secara langsung melalui kegiatan coaching clinic sebagai bentuk peningkatan kualitas UMKM agar memiliki kemampuan yang kompetitif agar dapat bersaing dengan eksportir dari negara lain.



Gambar 1. Coaching Clinic FTA Center Bandung

Sumber: Instagram FTA Center (@ftacenter_Bdg)

Dukungan lainnya mencakup program pemasaran atau promosi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek dan produk baru salah satu FTA. Membantu pelaku UMKM untuk berkomunikasi dengan ITPC negara tujuan karena salah satu riset pasar yang efektif adalah berkunjung langsung ke negara tujuan ekspor. Dukungan berikutnya bagi UMKM Jawa barat yang dikutip dari staf ahli FTA Center Bandung adalah memfasilitasi UMKM mendapatkan sertifikat dari badan atau lembaga yang diakui dapat meningkatkan kredibilitas suatu produk atau layanan di pasar asing, contohnya yang pernah dilakukan membantu pelaku UMKM asal garut yang mengurus sertifikat CITES (Conversion On International Trade In Endangered Spesies Of Wild Fauna and Flora) untuk ekspor kulit pohon gaharu. Dukungan berikutnya mengajarkan pelaku UMKM Dukungan dalam bentuk pendidikan pasar dapat membantu pendatang baru untuk memahami lebih baik perilaku konsumen, tren pasar, dan preferensi lokal. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pasar.



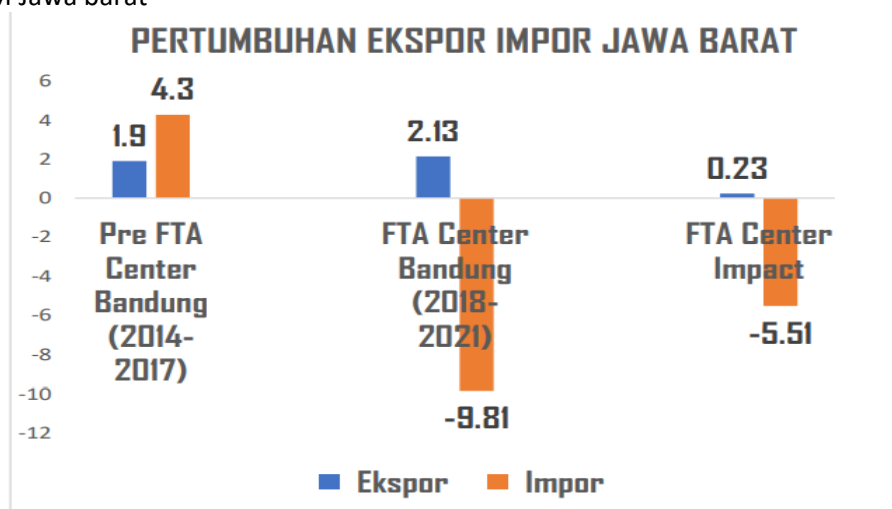
Gambar 2. Poin-poin konsultasi FTA Center Bandung

Sumber: Instagram FTA Center (@ftacenter_Bdg)

3. FTA center Bandung mencari UMKM Jawa Barat untuk go internasional dengan mendorong nilai ekspor khususnya di Jawa Barat. Layanan konsultasi yang diberikan oleh FTA Center antara lain Pemanfaatan FTA (Free Trade Agreement), Persiapan perusahaan dalam melakukan ekspor, Riset dan pemilihan pasar tujuan ekspor, Persiapan dan kelengkapan produk yang akan di ekspor, Penetapan harga produk dan Mencari dan cek calon buyer
4. Untuk penanganan konflik yang mungkin akan timbul dalam perdagangan internasional bagi UMKM Jawa Barat, tenaga ahli Ponirin menjelaskan FTA Center dapat memberikan

bantuan hukum ddalam bentuk advokasi akses pasar, tranparansi dalam dunia usaha indonesia, legalitas dan kepastian hukum bagi UMKM Jawa barat. Lebih jelasnya dalam advokasi dilakukan dengan pendampingan kepada pelaku usaha terkait masalah atau hambatan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan perjanjian perdagangan internasional. Layanan advokasi dari FTA Center bertujuan untuk membantu mengatasi kendala dalam memanfaatkan skema perdagangan yang terdapat dalam perjanjian perdagangan bebas. FTA Center dapat memfasilitasi pelaku usaha dalam menyampaikan keluhan dan mencari penyelesaian terhadap masalah yang dihadapi di negara tujuan ekspor, terutama di negara mitra FTA. Layanan advokasi ini khusus ditujukan kepada pelaku usaha yang mengalami hambatan non tariff di dalam dan luar negeri dan memerlukan tindak lanjut yang melibatkan pihak lain. FTA Center menggunakan mekanisme yang bersifat tidak mengikat dan bersifat konsultatif untuk memberikan solusi yang cepat dan efektif terhadap masalah operasional yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia terkait dengan implementasi perjanjian perdagangan bebas Indonesia dengan negara lain. (kemendag, 2023).

5. FTA Center memberikan dukungan kepada pelaku UMKM jawa barat untuk mengikuti pameran Trade Expo Indonesia 2023 di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City, Tangerang Selatan. Dukungan FTA center berupa kegiatan kurasi, yang Dimana terdapat 13 UMKM binaan dari pemerintah provinsi jawa barat (disperindag ,2023). Kurasi ini dilakukan untuk menyeleksi produk UMKM agar dapat masuk ke pasar internasional. Para pelaku UMKM jawa barat ini tentunya didampingi oleh instansi terkait dan FTA Center dapat berperan meningkatkan Kerjasama di pameran Trade expo indonesia tahun 2023 dalam mempromosikan produk dan layanan dari negara kepada pelaku UMKM Jawa barat. Karena dalam pameran Trade Expo Indonesia pelaku UMKM jawa barat dapat mengikuti pameran dagang dengan melakukan presentasi produk langsung ke calon buyer yang hadir pada pameran tersebut. Sehingga dalam hal diplomasi perdagangan dapat memahami kebutuhan dan dinamika hubungan perdagangan internasional sehingga akan menunjukan Kerjasama saling menguntungkan antara sektor swasta dan pemerintah.
6. Fta center mendukung dan menjalankan kebijakan perdagangan strategis yang Dimana provinsi jawa barat menjadi provinsi dengan nilai ekspor tertinggi dan terdapat partisipasi UMKM Jawa barat



Gambar 3. Grafik Pertumbuhan Ekspor Impor Jawa Barat.

Sumber: Dinas Industri Perdagangan Provinsi Jawa Barat diolah FTA Center Bandung.

Tabel 2. Presentase Pertumbuhan Ekspor – Impor Jawa Barat

Kinerja FTA center	Pre FTA Center Bandung (2014-2017)	FTA Center Bandung (2018-2021)	FTA Center Bandung impact
Ekspor	1,9	2,13	0,23
Impor	4,3	-9,81	-5,51

Sumber: Dinas Industri Perdagangan Prov Jawa Barat diolah FTA Center Bandung

Dari data tersebut terlihat adanya pertumbuhan pada nilai ekspor Jawa Barat setelah adanya FTA Center Bandung. Pertumbuhan nilai ekspor Jawa Barat ini tidak terlepas dari aktivitas diplomasi perdagangan FTA Center Bandung. Dilihat dari nilai presentase pertumbuhan nilai ekspor Jawa Barat sebelum adanya FTA Center sebesar 1,9% setelah adanya FTA Center Bandung nilai pertumbuhan menjadi 2,13%/ hal tersebut menunjukkan FTA Center Bandung meningkatkan nilai ekspor Jawa Barat walaupun hanya bernilai 0,23% dalam peningkatannya.

Melalui FTA Center Bandung, diplomasi perdagangan terhadap peningkatan ekspor UMKM Jawa Barat dapat dijalankan. FTA Center berperan sebagai sebagai pintu masuk awal dalam persiapan kualitas UMKM Jawa Barat dalam memasuki pasar internasional. FTA Center dapat membantu mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM Jawa Barat, karena dalam diplomasi perdagangan FTA Center tidak dapat berdiri sendiri, karena diplomasi perdagangan menunjukkan sebuah *lanscap* hubungan antara aktor Publik dan Aktor Swasta yang di perlihatkan oleh FTA Center Bandung dengan UMKM Jawa Barat dalam Upaya meningkatkan ekspor Jawa Barat.

5. Penutup

Kesimpulan

Meningkatkan ekspor Indonesia tentu harus memahamai aktor-aktor yang terlibat didalamnya dan bagaimana menghubungkan setiap aktor yang terlibat didalam aktivitas perdagangan internasional. Serta strategi yang tepat untuk meningkatkan ekspor negara. Poin-poin tersebut dapat dilihat dari diplomasi perdagangan, yaitu aktivitas yang menghubungkan aktor Publik dalam hal ini adalah FTA Center Bandung dan aktor Swasta dalam hal ini adalah UMKM Jawa Barat. Permasalahan-permasalahan oleh UMKM Jawa Barat untuk memasuki pasar internasional tidak terlepas dari peran negara didalamnya, sehingga hubungan antara kedua aktor ini tidak mungkin untuk dipisahkan. Dalam aktivitas diplomasi perdagangan itu sendiri menunjukkan adanya kebutuhan pelaku UMKM Jawa Barat akan akses pasar yang belum diketahui dan FTA Center Bandung memfasilitasi akses pasar melalui intansi perwakilan Indonesia antara lain ITPC dan Atase Perdagangan yang tersebar di berbagai negara didunia yang memiliki potensi untuk produk asal Indonesia, karena kedua instansi ini memiliki tugas dalam promosi dan mencari calon pembeli, aktivitas berikutnya berupa pelatihan untuk mendukung kredibilitas pelaku UMKM Jawa Barat serta dukungan konsultasi untuk memastikan persiapam UMKM melakukan Ekspor mulai dari legalitas sampai dengan mencari calon pembeli. Aktivitas berikutnya dukungan dari FTA Center Bandung terhadap UMKM Jawa Barat dalam mengikuti pameran internasional karena akan membantu meningkatkan level UMKM ke pasar internasional; melalui pameran tersebut, dari semua aktivitas diplomasi perdagangan ini FTA Center menunjukkan adanya pertumbuhan ekspor UMKM Jawa Barat dan ini tentu menjadi strategi yang kedepannya perlu ditingkatkan karena dalam aktivitas diplomasi perdagangan peran negara dan pelaku bisnis tidak dapat dipisahkan.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, E.I. (2022). Ipei catat nilai ekspor umkm Jawa Barat capai 607 miliar dolar as. Ekonomi Republika.com 5 Maret
- Berridge, G.R. (2005) *Diplomacy: Theory and Practice* 3rd edition. Houndmills: Palgrave.

- Barston, R.P. (1997) *Modern Diplomacy* 2nd edition. London & New York: Longman
- Curzon, G. (1965) *Multilateral Commercial Diplomacy: The General Agreement on Tariffs and Trade and its Impact on National Commercial Policies and Techniques*. London: Michael Joseph.
- disperindag (2023). Kurasi pelaku usaha calon peserta trade expo indonesia 2023. Available at <https://www.instagram.com/p/CvWVRVgtm2f/?img_index=1>
- Donna, L. and Brian Hocking (2010) 'Economic Diplomacy' in Robert A. Denemark (ed.) *The International Studies Encyclopedia*, Vol. II, pp 1216-1227. Wiley Blackwell.
- Hasanah, R. (2023) *Branding Strategy Dalam Membangun Brand Awareness Fta Center Bandung Dalam Mendukung Kegiatan Ekspor Umkm Di Kota Bandung Volume 2 Nomor 7 Juli 2023*, Hal 1612-1626
- Hudec, R.E. (1975) *The GATT Legal System and World Trade Diplomacy*. Westport, CT: Praeger Publishers
- Hocking, B. (2004) Changing the terms of trade policy making: from the 'club' to the 'multistakeholder' model. *World Trade Review* 3 (1), 3-26.
- Heron, T. (2007) *European Trade Diplomacy and the Politics of Global Development: Reflections on the EU-China 'Bra Wars' Dispute*. *Government and Opposition* 42 (2), 190-214.
- Hamilton, K., & Langhorne, R. (1995) *The Practice of Diplomacy: its evolution, theory and administration*. London: Routledge.
- Hocking, B (1999a) *Patrolling the 'Frontier': Globalization, localization and the 'actorness' of non-central governments*. *Regional & Federal Studies* 9 (1), 17-39.
- Jönsson, C., & Hall, M. (2005) *Essence of Diplomacy*. Houndmills: Palgrave.
- Jabarprov (2023). *Proyeksi jumlah usaha mikro kecil menengah umkm berdasarkan kabupatenkota di jawa barat*. Available at: <<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/proyeksi-jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>>
- Kemendag (2023). *Tentang FTA Center*. Available at: <<https://ftacenter.kemendag.go.id/tentang>>
- Kostecki, M., & Naray, O. (2007) *Commercial Diplomacy and International Business. Discussion Papers in Diplomacy No. 107*. Netherlands Institute of International Relations.
- Muhammad, H. (2022). *Baru 2 persen umkm yang ekspor jabar latih umkm dan petani ekspor mandiri*. *Republika*. 10 Juni
- Menpan (2023). *Nilai ekspor indonesia pada September 2023 capai us 20 76 miliar*. Available at: <<https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/nilai-ekspor-indonesia-pada-september-2023-capai-us-20-76-miliar>>
- Moenardy & Sinaga (2021). *West Java Trade Diplomacy in Increasing Exports of Micro, Small, And Medium Enterprises (Msmes) In the Covid-19 Pandemic*. Dwi Fauziansyah Moenardy, *Obsatar Sinaga Review of International Geographical Education Online*.
- Okano, M. Heijmans (2013). *economic diplomacy, Japan and the balance of national interest*. Martinus Nijhoff Publishers. Leiden, Boston
- Pigman, G. A. (2004) *The New Aerospace Diplomacy: Reconstructing Post-Cold War US-Russian Economic Relations*. *Diplomacy & Statecraft* 15 (4), 683-723.
- Pujoalwanto B., (2014) *Perekonomian Indonesia Tinjauan Historis, Teoritis dan Empiris*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Salvator, D. (1990). *International Economics. 3th Edition*. New York: MacMicllan Publishing Company.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & RND*. Alfabeta
- Watson, A. (1982) *Diplomacy: The Dialogue Between States* London: Routledge.