

STRATEGI DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA OLEH KBRI TOKYO DI JEPANG TAHUN 2020-2023

Mutiara Azzahra Dwi Putri¹ Sonny Sudiar²

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Abstrak

Pandemi COVID-19 sejak 2020 menekan aktivitas ekonomi global, termasuk hubungan perdagangan Indonesia–Jepang. Namun, pada 2023 Indonesia mencatat pemulihan signifikan dengan pertumbuhan volume ekspor di atas 5%, menandakan keberhasilan strategi nasional yang turut ditopang oleh diplomasi komersial di negara mitra. Jepang, sebagai mitra strategis utama di Asia Timur, berperan penting dalam mendukung pemulihan melalui kerja sama perdagangan, investasi, dan pengembangan sektor industri kreatif. Penelitian ini berjudul “*Strategi Diplomasi Komersial Indonesia oleh KBRI Tokyo di Jepang Tahun 2020–2023*” dengan tujuan menganalisis strategi dan implementasi diplomasi komersial KBRI Tokyo dalam memperkuat kepentingan ekonomi Indonesia, khususnya pada masa krisis hingga periode pemulihan pascapandemi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif-analitis dengan pendekatan ilustratif, yaitu menguraikan contoh konkret kegiatan diplomasi komersial seperti promosi ekspor, pameran dagang, fasilitasi *business matching* untuk memperkuat citra ekonomi Indonesia di Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KBRI Tokyo mampu menerapkan strategi adaptif di tengah pembatasan pandemi dengan mengoptimalkan promosi digital dan memperkuat kerja sama investasi berkelanjutan. Meski menghadapi tantangan berupa perbedaan standar produk dan hambatan regulasi, diplomasi komersial KBRI Tokyo terbukti berkontribusi terhadap peningkatan *relative gain* Indonesia serta memperkuat pemulihan ekonomi nasional pada 2023.

Kata Kunci: Diplomasi Komersial, KBRI Tokyo, Strategi Ekonomi, Indonesia–Jepang, *Relative Gain*, COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi.

Abstract

The COVID-19 pandemic since 2020 disrupted global economic activities, including trade relations between Indonesia and Japan. In 2023, Indonesia recorded a significant recovery, with export volume growth exceeding 5%, reflecting the success of national strategies supported by commercial diplomacy. Japan, as a key strategic partner in East Asia, contributed through cooperation in trade, investment, and the creative industries. This study, entitled “*Indonesia’s Commercial Diplomacy Strategy by the Embassy of the Republic of Indonesia (KBRI) in Tokyo, 2020–2023*”, examines the strategies and implementation of commercial diplomacy conducted by KBRI Tokyo to advance Indonesia’s economic interests during the pandemic and post-pandemic period. The research employs a qualitative descriptive-analytical approach with illustrative methods, focusing on activities such as export promotion, trade fairs, and business matching facilitation. The findings indicate that KBRI Tokyo adopted adaptive strategies by optimizing digital promotion and strengthening sustainable investment cooperation, despite challenges related to product standards and regulatory barriers.

Keywords: Commercial Diplomacy, Indonesian Embassy in Tokyo, Economic Strategy, Indonesia–Japan Relations, *Relative Gain*, COVID-19 and Economic Recovery.

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal 2020 membawa dampak besar terhadap perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada

kuartal II-2020 tercatat minus -5,32% menurut Badan Pusat Statistik (BPS), menandai resesi pertama sejak krisis 1998. Perlambatan ini juga tercermin dari penurunan investasi asing dan meningkatnya pengangguran, yang naik dari 5,28% pada 2019 menjadi 7,07% pada 2020. Kondisi tersebut menunjukkan betapa rentannya perekonomian nasional terhadap guncangan global.

Namun, memasuki tahun 2023, Indonesia berhasil menunjukkan pemulihan yang kuat. Pertumbuhan ekonomi nasional mencapai 5,05% sepanjang 2023, dengan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku sebesar Rp20.892,4 triliun. Pemulihan ini tidak hanya ditopang oleh kebijakan fiskal dan moneter, tetapi juga oleh diplomasi ekonomi yang dijalankan di berbagai negara mitra. Jepang, sebagai salah satu mitra strategis utama Indonesia di Asia Timur, memainkan peran penting dalam mendukung pemulihan tersebut.

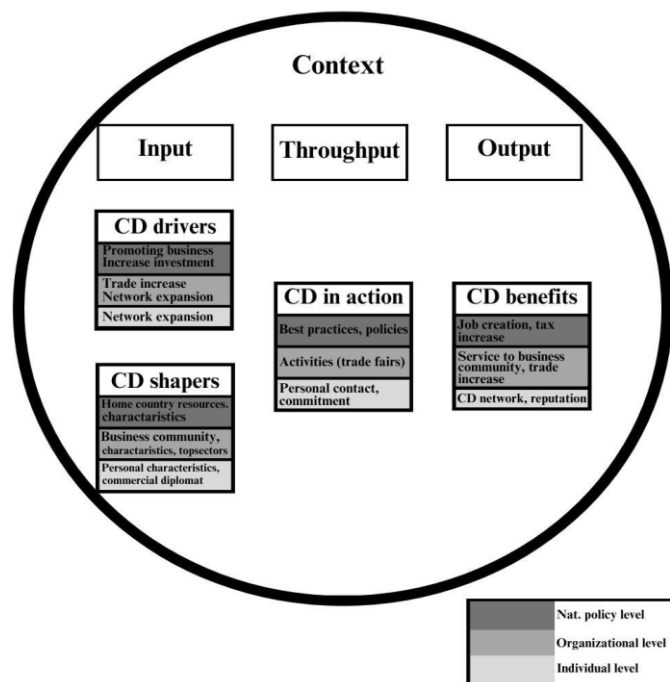
Data Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa neraca perdagangan Indonesia sepanjang 2023 tetap surplus sebesar USD36,93 miliar, meskipun terjadi moderasi harga komoditas global. Jepang menjadi salah satu kontributor penting dalam menjaga surplus tersebut. Publikasi BPS tentang perdagangan luar negeri juga mencatat adanya peningkatan volume ekspor Indonesia ke Jepang pada 2023. Hal ini menimbulkan pertanyaan akademis mengenai faktor pendorong di balik kenaikan ekspor tersebut.

Salah satu faktor yang patut dikaji adalah strategi diplomasi komersial yang dijalankan oleh KBRI Tokyo. Sejak masa pandemi, KBRI Tokyo mengoptimalkan promosi digital, mengadakan pameran dagang secara hybrid, serta memfasilitasi *business matching* antara pelaku usaha Indonesia dan Jepang. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai upaya pemulihan, tetapi juga menghasilkan *relative gain* bagi Indonesia, yakni keuntungan relatif dibandingkan negara pesaing di kawasan seperti Vietnam dan Thailand.

Untuk menganalisis efektivitas strategi tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka teori diplomasi komersial Reuvers dan Ruel (2012). Reuvers dan Ruel mengemukakan bahwa diplomasi komersial mencakup pemanfaatan sarana diplomatik untuk mendukung ekspansi aktivitas ekonomi luar negeri, terutama dalam bentuk promosi ekspor dan penanaman modal asing (*foreign direct investment* (FDI)). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mencapai stabilitas ekonomi,

meningkatkan kesejahteraan nasional, serta memperkuat daya saing negara di tingkat global. Lebih lanjut, Reuvers dan Ruel (2012) merumuskan suatu kerangka analitis yang dikenal sebagai kerangka konversi (*conversion framework*), kerangka ini menggambarkan proses diplomasi komersial sebagai hubungan antara *input*, proses diplomatik, dan *output* yang dihasilkan, sebagaimana ditunjukkan pada diagram berikut (terlampir).

Gambar 1. Kerangka Konversi Diplomasi Komersial oleh Reuvers dan Ruel



Sumber: Reuvers & Ruel, 2012

Adapun aktivitas diplomasi komersial yang dirumuskan oleh Reuvers dan Ruel seperti *Network Activities*, *Intelligence*, *Image Campaigns* dan *Support Business*. Keempat aktivitas ini menunjukkan bahwa diplomasi komersial tidak hanya berorientasi pada transaksi ekonomi semata, tetapi juga pada penciptaan ekosistem yang mendukung keberlanjutan hubungan dagang dan investasi, sekaligus memperkuat *relative gain* negara dalam persaingan global.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada analisis strategi diplomasi komersial KBRI Tokyo periode 2020–2023 dalam meningkatkan kepentingan ekonomi Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan metode ilustratif, untuk menelaah contoh konkret kegiatan diplomasi komersial dan

mengaitkannya dengan peningkatan volume ekspor Indonesia ke Jepang. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai efektivitas diplomasi komersial sebagai instrumen pemulihan ekonomi pascapandemi sekaligus sebagai strategi peningkatan daya saing Indonesia di pasar internasional.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi diplomasi komersial yang diimplementasikan oleh KBRI Tokyo dalam periode 2020-2023. Lalu, penelitian ini juga berfokus pada strategi diplomasi komersial Indonesia yang diimplementasikan oleh KBRI Tokyo di Jepang pada periode 2020-2023. KBRI Tokyo merupakan objek utama penelitian sebagai aktor pelaksana diplomasi komersial Indonesia di Jepang, yang berperan dalam memfasilitasi hubungan ekonomi bilateral antara kedua negara. Penelitian ini sepenuhnya mengandalkan data sekunder dalam menganalisis strategi diplomasi komersial Indonesia oleh KBRI Tokyo di Jepang. Data sekunder didefinisikan sebagai data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, seperti laporan, jurnal, buku, atau dokumen resmi (Sugiyono, 2017).

3. STRATEGI DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA OLEH KBRI TOKYO DI JEPANG TAHUN 2020-2023

Diplomasi komersial menurut Reuvers dan Ruel (2012) merupakan penggunaan instrumen diplomasi sebagai alat untuk meningkatkan aktivitas komersial yang mencakup kegiatan ekspor serta promosi Foreign direct investment (FDI). Konsep diplomasi komersial Reuvers dan Ruel mengidentifikasi empat kategori utama aktivitas yang dapat dilakukan oleh perwakilan diplomatik. Keempat kategori ini membentuk kerangka kerja komprehensif yang memungkinkan analisis sistematis terhadap berbagai bentuk intervensi diplomatik dalam mendukung kepentingan ekonomi nasional.

A. Faktor Input Diplomasi Komersial Indonesia oleh KBRI Tokyo

Dalam kerangka konseptual diplomasi komersial yang dikembangkan oleh Reuvers dan Ruel (2014), terdapat komponen input yang terdiri dari drivers dan shapers yang membentuk aktivitas diplomasi komersial suatu negara.

1. Drivers

Berdasarkan analisis terhadap aktivitas diplomasi komersial Indonesia yang dilakukan oleh KBRI Tokyo periode 2020-2023, peneliti berhasil mengidentifikasi empat faktor utama yang berperan sebagai drivers dalam membentuk tujuan diplomasi komersial Indonesia di Jepang. Keempat faktor tersebut meliputi dinamika perkembangan kapasitas ekspor dan impor Indonesia dalam konteks pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Kedua, persepsi dan ekspektasi kelompok bisnis Indonesia dan Jepang terhadap satu sama lain. Ketiga, karakteristik sumber daya alam dan produk unggulan Indonesia yang memiliki potensi strategis untuk memasuki pasar Jepang. Keempat, kondisi struktural hubungan ekonomi bilateral kedua negara yang memberikan ruang bagi pengembangan kerjasama perdagangan.

2. Shapers

Peneliti mengidentifikasi empat faktor utama yang berperan sebagai shapers, yaitu kebijakan dan arahan pemerintah Indonesia, kapasitas kelembagaan KBRI Tokyo, kondisi politik dan diplomatik bilateral, serta faktor eksternal dan lingkungan strategis. Kebijakan pemerintah Indonesia menjadi shaper utama yang menentukan arah dan prioritas diplomasi komersial KBRI Tokyo. Arahan dari Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika, serta koordinasi dengan Kementerian Perdagangan dan kementerian teknis lainnya, membentuk kerangka operasional diplomasi komersial Indonesia di Jepang (Kementerian Luar Negeri, 2022).

Selain kapasitas kelembagaan KBRI Tokyo, kondisi politik dan diplomatik bilateral Indonesia dan Jepang juga menjadi faktor pembentuk diplomasi komersial. Dinamika hubungan politik Indonesia-Jepang pada tingkat tinggi membentuk konteks dan momentum diplomasi komersial KBRI Tokyo.

Terakhir, faktor eksternal dan lingkungan strategis yang membentuk diplomasi komersial. Krisis ekonomi global, fluktuasi nilai tukar, perubahan

harga komoditas internasional, dan tren perdagangan global memengaruhi strategi dan prioritas aktivitas diplomasi komersial.

B. Faktor Throughput Diplomasi Komersial Indonesia oleh KBRI Tokyo

Dalam kerangka konseptual Reuvers dan Ruel (2014), throughput merujuk pada aktivitas dan proses konkret yang dilakukan dalam implementasi diplomasi komersial. Komponen ini mencakup berbagai instrumen, metode, dan kegiatan yang digunakan oleh perwakilan diplomatik untuk mencapai tujuan diplomasi komersial berdasarkan input yang telah diidentifikasi sebelumnya.

1. Aktivitas Diplomasi Dimensi Network Activities

Network activities merupakan aktivitas diplomasi komersial yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan jaringan hubungan dengan berbagai stakeholder untuk memfasilitasi hubungan perdagangan dan investasi. Dalam fungsi *developing business and government contacts*, KBRI Tokyo ikut dalam upaya pelobi atau diplomasi yang mendorong Jepang, termasuk lembaga keuangan seperti JBIC, untuk berinvestasi di proyek-proyek strategis Indonesia.

Dalam fungsi *State visits/delegation*, KBRI Tokyo menyelenggarakan dan memfasilitasi kunjungan bisnis importir Jepang ke Indonesia. KBRI Tokyo mengorganisir delegasi bisnis dari perusahaan importir buah di Jepang untuk datang ke Indonesia pada tanggal 16 & 18 November 2022. Kunjungan tersebut mencakup kunjungan ke perkebunan (contoh: mangga di Sumedang, Jawa Barat), serta *business matching* dengan eksportir lokal (Antara, 2022).

Dalam fungsi *Buyer-seller meetings*, KBRI Tokyo menginisiasi dan menyelenggarakan bersama dengan instansi Indonesia & mitra Jepang. *Indonesia Japan Virtual Business Forum (IJBF)* adalah forum bisnis virtual antara Indonesia dan Jepang yang diorganisasi untuk memperkuat hubungan perdagangan dan investasi antar kedua negara.

Dalam fungsi Match – making, KBRI Tokyo berperan mengkoordinasi pelaku usaha dan instansi terkait agar produk Indonesia dapat ditampilkan di Trade Expo Indonesia (TEI), termasuk menyediakan informasi tentang regulasi dan kepatuhan standar ekspor ke Jepang. KBRI Tokyo juga membantu akses bagi eksportir lokal ke pasar Jepang melalui partisipasi dalam TEI sebagai stand / paviliun virtual atau fisik (Antara, 2025).

Dalam fungsi personal network of commercial diplomat, KBRI Tokyo hadir dan ikut dalam kegiatan Asosiasi Pengusaha Indonesia di Jepang (APIJ). APIJ (Asosiasi Pengusaha Indonesia di Jepang) didirikan pada 4 April 2018, dengan tujuan memperkuat dan meningkatkan hubungan persahabatan serta kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Jepang.

2. Aktivitas Diplomasi Dimensi Intelligence

Intelligence activities mencakup kegiatan pengumpulan, analisis, dan diseminasi informasi pasar yang strategis untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis dan kebijakan perdagangan. Upaya ini diwujudkan dalam bentuk Dashboard Ekonomi yang dirancang terintegrasi dengan prinsip CRAT (Current, Reliable, Accurate, Timely). Dashboard bernama Japan–Indonesia Partnership Lounge (JAIPONG) merupakan inisiatif KBRI Tokyo untuk menyesuaikan strategi diplomasi yang lebih terarah dan selektif dengan memanfaatkan teknologi digital (Laporan Kinerja KBRI Tokyo, 2022).

Selain perancangan dashboard JAIPONG, KBRI Tokyo dalam fungsi Gathering commercial information juga mengadakan webinar terkait investasi, seperti Webinar “Akses Pasar UKM Eksportir Indonesia ke Jepang Pasca COVID 19” pada tahun 2020 & ” Indonesia Investment Forum” di Tokyo paa tahun 2023.

Dalam fungsi Consultant to both countries, KBRI Tokyo mengagas forum Indonesia Japan Virtual Business Forum (IJBF). IJBF adalah forum virtual antara Indonesia dan Jepang yang bertujuan memperkuat kerjasama ekonomi dan perdagangan antar kedua negara (Kemendag, 2020).

Dalam fungsi Image studies, joint scientific research, KBRI Tokyo memantau perkembangan nilai perdagangan Indonesia–Jepang secara berkala, termasuk tren komoditas yang meningkat (misalnya ekspor buah tropis atau produk pertanian) dalam sebuah laporan komprehensif economic intelligence.

3. Aktivitas Diplomasi Dimensi Image Campaigns

Image campaigns merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun dan meningkatkan persepsi positif terhadap produk serta perekonomian Indonesia di mata para pemangku kepentingan di Jepang. Dalam konteks ini, salah satu bentuk aktivitas promosi yang dilakukan adalah melalui pameran perdagangan, yang mencakup kegiatan promosi barang dan jasa, partisipasi dalam pameran dagang, serta meningkatkan kesadaran calon investor asing.

Dalam fungsi promoting goods and services, KBRI Tokyo berperan sebagai penghubung antara pelaku usaha Indonesia dan mitra potensial di Jepang, seperti pada penyelenggaraan Virtual Event Trade Expo. Selain mengadakan pertemuan secara virtual, KBRI Tokyo juga menginisiasi pembentukan BITJTe. BIJTe adalah inisiatif bersama antara KBRI Tokyo dan Bank Indonesia (BI Tokyo) untuk mendorong kolaborasi antara teknopreneur (startup/spesialis digital) dari Indonesia dan Jepang serta memfasilitasi promosi produk Indonesia di Jepang lewat teknologi digital dan meningkatkan talenta digital melalui bootcamp.

Agenda promosi lain yang dijalankan antara lain penyelenggaraan promosi kopi dan coklat single origin Indonesia dalam kegiatan Coffee with Ambassador di KBRI Tokyo pada 22 November 2021 yang dihadiri sekitar 40 peserta secara luring, serta partisipasi dalam Trade Expo Indonesia yang menjadi momentum penting terjalannya komitmen perdagangan melalui penandatanganan kontrak.

Selain itu, sebagai upaya memperluas promosi produk halal, KBRI Tokyo juga meluncurkan Halal Vending Machine pada tahun 2023, yang ditujukan untuk mendukung ekspor serta memperkenalkan produk halal Indonesia

kepada masyarakat Jepang. Pada tahun 2024, KBRI Tokyo bahkan menggagas kerja sama dengan pemerintah, lembaga, serta asosiasi lokal untuk mendorong percepatan sertifikasi halal di Jepang.

Dalam upaya meningkatkan minat investor Jepang terhadap komoditas Indonesia, KBRI Tokyo secara aktif berpartisipasi dalam sejumlah pameran internasional. Misalnya, Foodex 2021 dan 2022 untuk produk makanan, Project Tokyo untuk produk fesyen kreatif, International Biomass Expo untuk produk biomassa (Palm Kernel Shell), serta Japan D.I.Y Homecenter Show 2022.

4. Aktivitas Diplomasi Dimensi Support Business

Support business activities mencakup kegiatan yang memberikan bantuan langsung kepada pelaku usaha Indonesia dalam memasuki sekaligus bersaing di pasar internasional. Salah satu program utama KBRI Tokyo adalah pembentukan pusat Smart and Small Medium Enterprises (SME) pada tahun 2021. Program ini bertujuan mendukung keberadaan UMKM Indonesia di Jepang, khususnya UMKM diaspora, agar mampu mengembangkan dan memperluas usahanya. Pusat SME dibentuk melalui kerja sama dengan sejumlah mitra strategis, antara lain Bank Negara Indonesia (BNI) Tokyo, Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Tokyo, Indonesia Investment Promotion Center (IIPC Tokyo), Garuda Indonesia Tokyo, dan Pertamina East Asia (KBRI Tokyo, 2021).

Advokasi di bidang standar halal menjadi salah satu fokus utama, mengingat besarnya potensi pasar halal di Jepang yang tumbuh seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim dan kesadaran masyarakat Jepang terhadap produk halal. Dalam hal ini, KBRI Tokyo menjalin kerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan lembaga sertifikasi halal Jepang untuk mendorong percepatan sertifikasi produk Indonesia sekaligus membangun mutual recognition terhadap standar halal

Selain advokasi, KBRI Tokyo melaksanakan berbagai program capacity building untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha Indonesia dalam menghadapi pasar Jepang. Kegiatan pelatihan dan seminar bertema

“Understanding Japanese Business Culture” diselenggarakan secara berkala guna memberikan pemahaman tentang etika bisnis, gaya negosiasi, dan pembangunan relasi dalam budaya bisnis Jepang.

C. Hasil dari Aktivitas Diplomasi Komersial oleh KBRI Tokyo

Dalam penjelasan Reuvers dan Ruel hasil dari diplomasi komersial terbagi menjadi dua, yaitu keuntungan ekonomi dan keuntungan politik. Untuk beberapa keuntungan dari aktivitas yang dijalankan oleh KBRI Tokyo sendiri memang belum banyak yang terlihat karena hingga tahun 2023 aktivitas-aktivitas tersebut masih berlangsung. Maka dari itu untuk hasil dari aktivitas diplomasi komersial Indonesia oleh KBRI Tokyo ini peneliti akan mencoba menganalisis berdasarkan output terakhir yang terdapat dalam tahun 2023 yang disesuaikan dengan aktivitas dan tujuan dari diplomasi komersial yang telah dijelaskan dalam sub-bab sebelumnya.

Pada tahun 2023, KBRI Tokyo berhasil melampaui target kinerja dalam bidang diplomasi ekonomi sektor perdagangan. Indikator Kinerja Utama (IKU), yaitu Tingkat Efektivitas Diplomasi Ekonomi di Sektor Perdagangan dengan negara akreditasi KBRI Tokyo, mencapai nilai 117,10% dari target 88%. Dengan hasil tersebut, capaian IKU yang telah dijumlahkan dengan bobot komponen menjadi 144,33%, jauh melampaui batas keberhasilan maksimal yang ditetapkan, yaitu 120%. Secara sederhana, data ini menunjukkan bahwa upaya diplomasi ekonomi Indonesia di Jepang berjalan sangat efektif.

Citra positif Indonesia merupakan pandangan atau keyakinan yang dimiliki aktor internasional terhadap Indonesia, yang terbentuk dari pola perilaku Indonesia dalam hubungan global. Membangun citra positif penting bagi Indonesia, karena hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dunia internasional dan memperkuat posisi Indonesia sebagai negara yang berdaulat di berbagai bidang.

Menurut konsep Reuvers dan Ruel (2014), keberhasilan proses diplomasi komersial (throughput) sangat tergantung pada kemampuan diplomatic mission dalam mengelola berbagai aktivitas secara terintegrasi dan strategis. KBRI Tokyo telah mengembangkan pendekatan yang komprehensif dalam

mengimplementasikan keempat kategori aktivitas diplomasi komersial, meskipun masih terdapat ruang untuk optimalisasi dalam hal coordination mechanism, resource allocation, dan impact measurement dari berbagai aktivitas yang dilaksanakan.

D. Relative Gain sebagai Tujuan dan Set Target Diplomasi Komersial Indonesia

Dalam menjalankan diplomasi perdagangannya, Indonesia tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi secara absolut, tetapi juga berupaya mencapai keuntungan relatif dengan mitra dagangnya. Indonesia melalui KBRI Tokyo berupaya menjalankan strategi diplomasi komersial dengan memanfaatkan prinsip liberalisme yang menekankan pentingnya kerja sama ekonomi terbuka, perdagangan bebas, dan penanaman modal antarnegara. Dalam praktiknya, Indonesia tidak hanya berhenti pada pencapaian keuntungan bersama, melainkan juga secara cermat mengukur aspek relative gain untuk memastikan bahwa keuntungan yang diperolehimbang dibandingkan mitra kerja samanya.

Bagi Indonesia, relative gain merupakan tujuan yang diinginkan sekaligus arah strategis dalam menjalankan diplomasi komersial. Artinya, setiap langkah diplomasi ekonomi, mulai dari negosiasi perjanjian perdagangan dan promosi investasi hingga pembukaan akses pasar dirancang untuk memastikan bahwa peningkatan keuntungan nasional tidak merugikan Indonesia dibandingkan dengan mitra seperti Jepang. Melalui pendekatan ini, diplomasi komersial tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai transaksi ekonomi, tetapi juga pada penciptaan keseimbangan keuntungan, transfer teknologi, dan penguatan kapasitas industri dalam negeri, sehingga Indonesia dapat mempersempit kesenjangan nilai tambah dengan negara-negara mitra. Dengan demikian, relative gain memiliki fungsi ganda: merupakan hasil yang diinginkan dari diplomasi komersial sekaligus arah strategis yang memandu kebijakan ekonomi luar negeri Indonesia secara global.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap proses diplomasi komersial Indonesia melalui KBRI Tokyo dalam periode 2020-2023, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang mencerminkan dinamika dan efektivitas implementasi diplomasi komersial Indonesia di Jepang. Pertama, implementasi diplomasi komersial Indonesia melalui KBRI Tokyo telah menunjukkan pendekatan yang komprehensif dengan mengintegrasikan keempat dimensi aktivitas diplomasi komersial menurut kerangka Reuvers dan Ruel (2014), yaitu *network activities*, *intelligence activities*, *image campaigns*, dan *support business activities*. KBRI Tokyo berhasil mengembangkan strategi yang holistik dalam memfasilitasi hubungan ekonomi bilateral Indonesia-Jepang, meskipun dalam konteks tantangan global akibat pandemi COVID-19 yang mempengaruhi dinamika perdagangan internasional.

Aktivitas Diplomasi Komersial yang dijalankan KBRI Tokyo tersebut menunjukkan dua bentuk hasil utama sebagaimana dikemukakan oleh Reuvers dan Ruel, yaitu keuntungan ekonomi dan keuntungan politik. Berdasarkan data capaian Indeks Kinerja Utama (IKU) KBRI Tokyo tahun 2023 upaya diplomasi ekonomi Indonesia di Jepang berjalan sangat efektif. Diplomasi komersial juga berkontribusi pada pengembangan sumber daya manusia dan penciptaan lapangan kerja, melalui kerja sama pendidikan dan pelatihan teknis, program magang, serta beasiswa riset dan pengembangan citra positif Indonesia di Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abby, M., & Yulianita, N. 2018. "Negosiasi KBRI Sofia dalam Upaya Meningkatkan Kerjasama Bilateral antara Indonesia dengan Bulgaria (Studi Kasus Mengenai Kerjasama Bilateral di Bidang Sosial Budaya oleh KBRI Sofia, Bulgaria)". *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 583-590.
- Amin, A. A. W. 2018. "Diplomasi Publik Indonesia Melalui Bidang Pendidikan Dalam Hubungan Bilateral Indonesia-Thailand; Studi Kasus Mahasiswa". Skripsi. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah.
- Anggraini, D., & Nasution, S. H. 2019. "Peranan KUR Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan". *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3), 105–116.
- Bayne, Nicholas, dan Stephen Woolcock, 2012. "What is Economic Diplomacy". Dalam Bayne, Nicholas, dan Stephen Woolcock (Eds). *The New Economic Diplomacy: Decision- Making and Negotiation in International Economic Relations*. Hampshire: Ashgate Publishing.
- CNBC Indonesia. 2023. "RI Lewat, Ekonomi Jepang Meroket 6% pada Kuartal II-2023", <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230815084433-4-462977/ri-lewat-ekonomi-jepang-meroket-6-pada-kuartal-ii-2023> (diakses 10 Oktober 2023).
- Diamond, L. and J. MacDonald. 1996. *Multi-Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace*. America: Kumarian Press.
- Gilpin, Robert. 2008. "The Study of International Political Economy". Dalam *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. Princeton: Princeton University Press, 77-102.
- Hart, Dan, and Asaf Siniver. 2020. "The Meaning of Diplomacy." *International Negotiation* 26, no. 2, 159-183.
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. 2020. Laporan Kinerja KBRI Tokyo Tahun 2020.
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. 2021. Laporan Kinerja KBRI Tokyo Tahun 2021.
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. 2022. Laporan Kinerja KBRI Tokyo Tahun 2022.
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. 2021. Rencana strategis (renstra) kedutaan besar republik Indonesia Tokyo Tahun 2020-2024.
- Kementrian Luar Negeri Republik Indonesia. 2019. "Landasan, Visi Dan Misi Polugri: Sasaran Strategis Kementerian Luar Negeri", https://kemlu.go.id/portal/id/read/20/halaman_list_lainnya/sasaran-strategiskementerian-luar-negeri (diakses 20 September 2023)
- Kementerian PPN/ Bappenas. 2023. "Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan II Tahun 2023", 7(1).
- Killian, P.M.E, 2012. "Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia". *Global Strategis*, Vol. 6 No. 2, 170-185.

- Killian, P.M.E., 2015. "Pemerintah Daerah dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia: Studi Kasus pada Diplomasi Komersial Jawa Timur". *Transformasi Global*, Vol. 2 No. 2, 20–40.
- Kuncoro, A. 2018. "Trends in the manufacturing sector under the Jokowi presidency: legacies of past administrations". *Journal of Southeast Asian Economies*, 35(3), 402–424
- Kurniawan, Stephanie P. 2023. "Analisis diplomasi publik Jepang melalui Japan Foundation di Indonesia (2015-2019)". Skripsi. Jakarta: Universitas Pelita Harapan.
- Mujiono, D. I., & Alexandra, S. 2019. *Multi Track Diplomacy: Teori Dan Studi Kasus*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Maulidy, A. F. (2023). Upaya Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Jepang melalui JAIPONG (Japan – Indonesia Partnership Lounge). *Digilib UINSA*, 50. Retrieved from <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/68704>
- Ramadhan, Khusairi. 2020. "STRATEGI GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI PERANCIS TAHUN 2018-2019". Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Rana, Kishan S., dan Bipul Chatterjee. 2011. "Introduction: The Role of Embassies". Dalam Rana, Kishan S., dan Bipul Chatterjee (Eds). *Economic Diplomacy: India's Experience*. Jaipur: CUTS International.
- Rana, Kishan S., 2012. "Economic Diplomacy: the Experience of Developing Countries". Dalam Bayne, Nicholas, dan Stephen Woolcock (Eds). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Hampshire: Ashgate Publishing.
- Reuvers, S., & Ruel, H. 2012. Research on commercial diplomacy: Review and Implications. In H. Ruel, *COMMERCIAL DIPLOMACY AND INTERNATIONAL BUSINESS: A CONCEPTUAL AND EMPIRICAL EXPLORATION* (pp. 1-26). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Saputri, K. 2017. "Peluang dan kendala ekspor udang Indonesia ke pasar jepang". *eJournal Ilmu Hub. Int*, 5(4), 1179-1194.
- Suryanto, S., & Kurniati, P. S. 2022. "Analisis Perdagangan Internasional Indonesia dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya". *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 104-122.
- Triwahyuni, D. 2022. "Indonesia Digital Economic Diplomacy during the Covid-19 Global Pandemic". *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 9(1), 75-83.
- Woolcock, S. 2007. "Theoretical Analysis of Economic Diplomacy". Dalam Bayne, N & Woolcock, S (Eds). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiations in International Economic Relations*. Ashgate Publishing Company.
- Woolcock, Stephen, 2012. "Theoretical Analysis of Economic Diplomacy". Dalam Bayne, N & Woolcock, S (Eds.). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Hampshire: Ashgate Publishing.national Economic Order. Princeton University Press.

- 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.
- Worldometers, 2023. "Japan Population (2023)", <https://www.worldometers.info/world-population/japan-population/#:~:text=The%20current%20population%20of%20Japan,of%20the%20total%20world%20population> (diakses 10 Oktober 2023)
- Reuters, 2025. "Sovereign fund Danantara Indonesia, Japan's JBIC agree to jointly finance renewables, power projects", <https://www.reuters.com/sustainability/climate-energy/sovereign-fund-danantara-indonesia-japans-jbic-agree-jointly-finance-renewables-2025-07-11/?utm> (diakses 20 Agustus 2025)
- Kontan, 2025. "Danantara Kerjasama dengan JBIC untuk Pembiayaan Energi Hijau", <https://nasional.kontan.co.id/news/danantara-kerjasama-dengan-jbic-untuk-pembiayaan-energi-hijau?utm> (diakses 20 Agustus 2025)
- Kompas TV, 2020. "Toyota Pastikan Realisasi Investasi Rp 28 Triliun untuk Produksi Mobil di Indonesia", <https://www.kompas.tv/bisnis/131210/toyota-pastikan-realisasi-investasi-rp-28-triliun-untuk-produksi-mobil-di-indonesia?utm> (diakses 20 Agustus 2025)
- Antara, 2022. "KBRI Tokyo dorong pembukaan akses buah mangga ke Negeri Sakura", <https://www.antaraneews.com/berita/3253049/kbri-tokyo-dorong-pembukaan-akses-buah-mangga-ke-negeri-sakura?utm> (diakses 23 Agustus 2025)
- Kemendag, 2020. "Indonesia-Japan Virtual Business Forum 2020: Webinar Market Access for Indonesian Coffee", <https://www.kemendag.go.id/index.php/berita/foto/indonesia-japan-virtual-business-forum-2020-webinar-market-access-for-indonesian-coffee?utm> (diakses 23 Agustus 2025)
- APIJ, 2018. "Asosiasi Pengusaha Indonesia di Jepang (APIJ)", https://apij.jp/ind_top.php (diakses 19 Juli 2025)
- Indonews, 2021. "Gandeng BI Tokyo dan Dua Perusahaan Rintisan, KBRI Tokyo Siap Promosikan Produk Indonesia di Jepang Melalui Teknologi Digital", <https://indonews.id/artikel/321258/Gandeng-BI-Tokyo-dan-Dua-Perusahaan-Rintisan-KBRI-Tokyo-Siap-Promosikan-Produk-Indonesia-di-Jepang-Melalui-Teknologi-Digital/?utm> (diakses 19 Agustus 2025)
- Nengsi, Nurma, & Pambudi, Angga W. 2025. "Diplomasi Indonesia Dalam Mendukung Penanganan Pandemi Dan Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Pandemi Covid-19". *Jurnal Polinter Prodi Ilmu Hubungan Internasional dan Prodi Ilmu Pemerintahan FEBIS UTA'45 Jakarta*, 10(2), 89 – 112.
- Dluonline, 2025. "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Ekonomi Global: Guncangan, Pemulihan, dan Transformasi Struktural", <https://dluonline.co.id/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-global-guncangan-pemulihan-dan-transformasi-struktural/> (diakses 10 Agustus 2025)