

Diplomasi Komersial Indonesia ke Brasil untuk Meningkatkan Ekspor Minyak Kelapa Sawit Tahun 2019-2021

Francesca Klarensia Angela dan Dadan Suryadipura
Universitas Padjadjaran

Abstrak

Terlepas dari pergerakan global tahun 2019-2021 yang menyebabkan sektor perdagangan internasional mengalami ketidakstabilan, tren ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Brasil selama periode tersebut justru mengalami kenaikan signifikan dibandingkan periode sebelumnya. Penulis akan meninjau upaya diplomasi komersial Indonesia terhadap Brasil untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit menggunakan konsep diplomasi komersial dengan kerangkakerja input-throughput-output. Penulis menggunakan metode kualitatif melalui studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa faktor diplomasi komersial Indonesia ke Brasil adalah kemampuan produksi dan kapasitas ekspor minyak kelapa sawit Indonesia yang tergolong tinggi, penetrasi produk ekspor unggulan ke negara-negara pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin, dan pandangan komunitas bisnis Indonesia terhadap pasar Brasil yang tergolong positif. Hal ini disertai dengan kondisi Brasil yang bergantung pada pasar internasional untuk memenuhi permintaan minyak kelapa sawit di negaranya. Aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan Indonesia terbagi menjadi kegiatan network activities, intelligence, image campaign, dan support business. Manfaat diplomasi komersial dari segi politik berupa perlawanan kampanye negatif minyak kelapa sawit sedangkan dari segi ekonomi terjadi peningkatan kepercayaan konsumen dan transaksi minyak kelapa sawit.

Kata Kunci: *Diplomasi Komersial; Ekspor; Indonesia-Brasil; Minyak Kelapa Sawit*

Abstract

Despite the global movements that caused instability in the international trade sector between 2019 and 2021, Indonesia's palm oil export trend to Brazil during this period actually showed a significant increase compared to the previous period. This paper reviews Indonesia's commercial diplomacy efforts towards Brazil to increase palm oil exports, using the concept of commercial diplomacy with an input-throughput-output framework. The author employs a qualitative method through literature review. Based on the research findings, it was discovered that Indonesia's commercial diplomacy factors towards Brazil were its high production capacity and export capacity of palm oil, the penetration of export products to non-traditional markets in the Latin American region, and the positive views of the Indonesian business community towards the Brazilian market. This was accompanied by Brazil's dependence on the international market to fulfill its demand for palm oil. Indonesia's commercial diplomacy activities were divided into network activities, intelligence, image campaign, and support business. The benefits of commercial diplomacy in terms of politics were seen in the resisting of negative palm oil campaigns, while in terms of economics, it resulted in the increased consumer trust and palm oil transactions

Keywords: *Commercial Diplomacy; Export; Indonesia-Brasil; Palm Oil*

Pendahuluan

Minyak kelapa sawit (HS 1511) merupakan salah satu produk ekspor unggulan Indonesia ke Brasil. Terlepas dari pergerakan global pada beberapa tahun terakhir seperti isu perang dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat, kondisi pandemi Covid-19, dan peningkatan kebijakan proteksionisme antara berbagai negara yang menyebabkan sektor perdagangan mengalami ketidakstabilan (Annef, Darmastuti, & Kurniawan 2022), tren ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Brasil selama tahun 2019-2021 justru mengalami kenaikan yang cukup signifikan—dengan nilai ekspor sebesar \$114.649.122 dolar AS—dibandingkan dengan jumlah nilai ekspor pada 3 tahun sebelumnya, yaitu \$64.582.618 dolar AS (UN Comtrade 2022). Brasil menjadi importir minyak kelapa sawit terbesar ke-39 di dunia dengan jumlah impor senilai \$183 juta dolar AS pada tahun 2020. Minyak kelapa sawit pun menjadi produk terbanyak ke-177 yang diimpor ke Brasil terutama dari Indonesia (\$85 juta dolar AS), Kolombia (\$73,4 juta dolar AS), Malaysia (\$11,4 juta dolar AS), dan Denmark (\$3,78 juta dolar AS) (OEC 2020). Pada tahun 2021 sendiri, peningkatan kesadaran akan manfaat kesehatan dari minyak kelapa sawit dan harganya yang murah mendorong tingginya permintaan komoditas tersebut hingga ukuran pasarnya mencapai volume 915 kiloton. Selain itu, minyak kelapa sawit juga banyak digunakan dalam produk kecantikan, deterjen, dan industri makanan (Expert Market Research 2022).

Untuk meningkatkan nilai ekspor di tengah kondisi yang tidak stabil pada tahun 2019-2021, Indonesia mengambil salah satu langkah adaptif, yaitu melakukan penetrasi produk ekspor unggulan ke negara-negara pasar non-tradisional sebagai alternatif pasar ekspor di luar mitra dagang utama dengan memanfaatkan perjanjian perdagangan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2021; Yuniartha 2021). Sabaruddin (2017) menjelaskan bahwa pasar non-tradisional merupakan negara atau kawasan yang berpotensi besar bagi pengembangan ekspor Indonesia, tetapi nilai perdagangan rata-ratanya belum terlalu signifikan. Pasar non-tradisional Indonesia tersebar di beberapa kawasan, antara lain Amerika Latin, Eropa Timur, Timur Tengah, dan Afrika. Brasil sebagai salah satu negara Amerika Latin menjadi salah satu mitra dagang pasar non-tradisional Indonesia karena negara tersebut memiliki kondisi geografis yang strategis di kawasan Amerika Latin, struktur demografi yang besar, dan hubungan politik-ekonomi yang progresif dengan Indonesia (Annef et al. 2022). Hal itu ditandai dengan kerja sama bilateral dalam bidang ekonomi antara Indonesia dan Brasil sebagaimana tertulis dalam Deklarasi Kemitraan Strategis antara Indonesia dan Republik Federasi Brasil untuk meningkatkan potensi kerja sama dalam bidang perdagangan dan investasi di berbagai sektor.

Lebih lanjut, Indonesia dan Brasil telah memasuki babak baru hubungan kemitraan strategisnya. Hal itu ditandai dengan kesepakatan kedua negara untuk selalu meningkatkan kerja sama perdagangan dan investasi kedua negara, termasuk isu-isu yang menjadi perhatian bersama seperti dampak pandemi Covid-19 terhadap kondisi perekonomian global, ekonomi hijau, dan ekonomi digital melalui Forum Konsultasi Bilateral Ke-7. Forum ini juga menyoroti salah satu inisiatif yang perlu didorong oleh kedua negara tersebut, yaitu revitalisasi kemitraan strategis Indonesia-Brasil dengan menekankan pendekatan fleksibel dan modern yang menggambarkan area kepentingan dan tujuan aspirasi kedua negara tersebut. Selain itu, Indonesia dan Brasil sepakat untuk menjajaki kerja sama dalam bidang biofuel di mana Indonesia mengembangkan biodiesel dari minyak kelapa sawit (Kemlu 2020). Dengan adanya forum ini, Indonesia memiliki kesempatan yang makin luas untuk melakukan diplomasi ekonomi dalam bidang perdagangan dan investasi terhadap Brasil.

Penelitian ini menjelaskan bagaimana upaya diplomasi ekonomi Indonesia ke Brasil untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit pada tahun 2019-2021 dengan menggunakan konsep diplomasi komersial menurut Shirin Reuvers dan Huub Ruël. Konsep ini merupakan alat penting bagi negara untuk mendukung komunitas bisnis mereka selama proses internasionalisasi dan setelahnya. Meskipun beberapa ahli berpendapat bahwa diplomasi komersial merupakan bagian dari diplomasi ekonomi (Okano-Heijmans & Ruël 2011), pada dasarnya kedua konsep ini bersifat saling berkaitan satu sama lain (Berridge 2001; Potter 2004). Adapun, Reuvers & Ruël (2012) menempatkan diplomasi komersial sebagai konsep yang berfokus pada penggunaan sarana diplomasi untuk meningkatkan kegiatan komersial, seperti ekspor dan promosi penanaman modal asing. Reuvers dan Ruël pun membagi *framework* aktivitas ini menjadi tiga bagian, yaitu *input*, *throughput*, dan *output*.

Kajian pustaka yang mendiskusikan tentang diplomasi komersial sudah cukup banyak. Secara keseluruhan, kajian pustaka ini dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok utama oleh penulis. Pertama, kajian yang membahas tentang pengaplikasian diplomasi komersial oleh perusahaan internasional dan pemerintah telah dilakukan oleh Latief et al., (2022); Busschers & Ruël (2012); Knobel & Ruël (2017); Reuvers & Ruël (2012); dan Ruël et al. (2015). Kemudian, H. J. M. Ruël et al. (2013); Salvi & Ruël (2022); dan Visser & Ruël (2014) membahas tentang keterkaitan bisnis internasional yang berkelanjutan dengan diplomasi komersial. Arum & Suryadipura (2021); J.H. & Kartasasmita (2015); Mahalli (2020); Mercyana (2020); Nurika & Hapsari (2015); Putra (2016); dan Wulandari & Suryadipura (2021) membahas strategi diplomasi komersial Indonesia ke berbagai negara. Sementara itu dalam topik terkait diplomasi antara Indonesia dengan Brasil, penelitian-penelitian terdahulu membahas

tentang diplomasi ekonomi antara kedua negara tersebut (Ahnef, Darmastuti, & Kurniawan, 2022) dan hubungan diplomatik keduanya terhadap suatu kebijakan (Dewi 2016; Yelta & Situmorang 2016).

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa belum ada penelitian yang membahas bagaimana upaya diplomasi komersial yang dilakukan Indonesia ke Brasil, khususnya terkait dengan kegiatan untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit ke negara tersebut. Aspek kebaruan dari penelitian ini terletak pada wilayah kajian diplomasi komersial, unit analisis yang berfokus pada upaya pemerintah, dan fenomena penelitian berupa ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke negara Brasil dalam periode 2019-2021. Adapun penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan sesuai dengan *framework* diplomasi komersial Shirin Reuvers dan Huub Ruël (2015) mengenai pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap diplomasi Indonesia ke Brasil untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Brasil (*input*), kegiatan diplomasi komersial Indonesia ke Brasil dan upaya mengoptimalkannya untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Brasil (*throughput*), dan dampak diplomasi komersial Indonesia ke Brasil dalam meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit dari Indonesia ke Brasil? (*output*). Penelitian ini penting dari segi akademis untuk menjelaskan fenomena diplomasi komersial Indonesia ke Brasil dari segi pengaruh faktor eksternal dan internalnya, kegiatan yang dilakukan, dan dampak dari kegiatan tersebut sebagai upaya peningkatan ekspor minyak kelapa sawit. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi saran atau rekomendasi bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan masyarakat secara umum untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit, salah satu hasil olahan kekayaan alam Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) yang dikaji dengan teknis analisis deskriptif dan dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Penulis mengumpulkan data dengan metode berbasis internet (*internet-based method*) yang dikemukakan oleh John H. Krantz. Adapun, berbagai literatur teoretis ditelaah berdasarkan data sekunder dari sumber-sumber yang meliputi baik laporan hasil penelitian, buku, maupun artikel jurnal ilmiah. Selain itu, penelitian ini juga mengambil data dari *website* resmi pemerintah dan portal berita *online* sebagai objek penelitian. Kemudian, penulis mengolah dan menganalisis seluruh fakta, data, dan informasi yang ditemukan untuk memperoleh penjelasan mengenai bagaimana diplomasi komersial yang dilakukan Indonesia terhadap Brasil sebagai upaya peningkatan ekspor minyak kelapa sawit pada periode 2019 – 2021.

Landasan Konseptual

Diplomasi Komersial

Istilah diplomasi komersial muncul pada akhir abad ke-20 terlepas dari fakta bahwa konsep tersebut sudah ada sejak abad-abad sebelumnya (Otte 2017). Beberapa ahli berpendapat bahwa diplomasi komersial merupakan bagian dari diplomasi ekonomi (Mercier 2007; Okano-Heijmans & Ruël 2011). Diplomasi ekonomi didefinisikan sebagai kegiatan diplomasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan ekonomi sebagai kebijakan luar negeri (Reuvers & Ruël, 2012). Menurut Okano-Heijmans (2011), diplomasi ekonomi merupakan penggunaan sarana politik sebagai alat dalam negosiasi internasional untuk meningkatkan kemakmuran ekonomi nasional sedangkan penggunaan sarana ekonomi untuk meningkatkan stabilitas politik bangsa. Akan tetapi pada akhirnya kedua konsep tersebut disepakati merupakan kedua konsep yang berbeda dan memiliki sifat yang saling terkait erat satu sama lain (Berridge 2001). Berdasarkan pendapat Potter (2004), diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial memiliki sifat yang saling berkaitan karena diplomasi komersial bertujuan untuk mengeksploitasi peluang yang sebagian besar diciptakan melalui rangkaian diplomasi ekonomi. Sementara itu, Reuvers & Ruël (2012) menjelaskan diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial dengan istilah “diplomasi komersial” karena menurut mereka keduanya serupa.

Diplomasi komersial merupakan kegiatan diplomasi yang menekankan peran pemerintah dan secara harafiah didefinisikan sebagai pelayanan pemerintah kepada komunitas bisnis [dan negara], yang bertujuan untuk mengembangkan usaha bisnis internasional yang dapat memberikan keberuntungan (O. Naray 2010a). Dengan kata lain, diplomasi komersial merupakan pekerjaan misi diplomatik untuk mendukung sektor bisnis dan keuangan negara asal yang melibatkan kegiatan promosi investasi ke dalam dan ke luar, serta kegiatan perdagangan (Ozdem 2009) sehingga diplomasi ini mencakup seluruh aspek yang mempromosikan dan mendukung bisnis baik dari segi perdagangan, investasi, pariwisata, sains, teknologi, maupun perlindungan kekayaan intelektual (O. Naray 2010b). Diplomasi komersial dirancang sedemikian rupa dengan menggunakan alat-alat advokasi untuk memengaruhi keputusan regulasi dan kebijakan pemerintah yang dapat memberi dampak pada perdagangan dan investasi global (Feketekuty 2012). Dua jenis kegiatan yang paling ditekankan dari diplomasi komersial adalah pembuatan kebijakan dan dukungan bisnis (R. Visser & Ruël 2012).

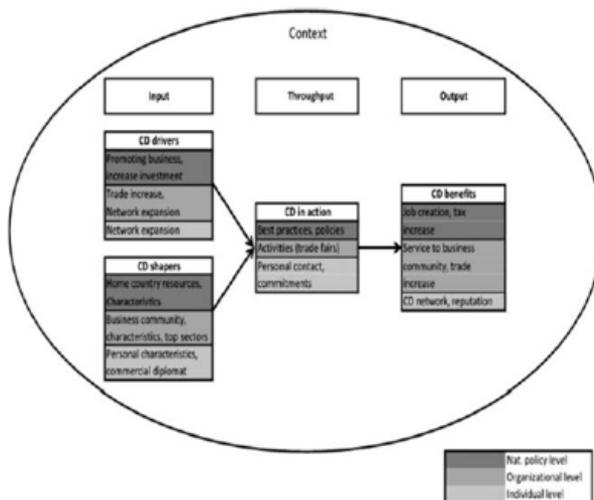
Jika dilihat secara lebih luas, diplomasi komersial lebih mementingkan negosiasi perjanjian perdagangan dan implementasinya sedangkan jika dilihat dengan kacamata yang lebih sempit, diplomasi ini berfokus pada

dukungan pada perdagangan dan investasi ke dalam serta ke luar negeri (Mercier 2007). Kegiatan yang mendukung promosi bisnis ini dilakukan baik oleh anggota misi diplomatik maupun lembaga lainnya yang terkait. Meskipun demikian, Saner & Yiu (2003) menyatakan bahwa kegiatan diplomasi yang hanya dilakukan oleh aktor swasta tidak termasuk dalam diplomasi komersial, melainkan diplomasi bisnis atau korporasi. Bisnis dalam diplomasi komersial tidak hanya merujuk pada kegiatan perdagangan, tetapi juga kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata, investasi, dan kekayaan intelektual (Kostecki & Naray 2007).

Aspek penting dari pekerjaan diplomat komersial adalah melaporkan ke negara asal mengenai peluang ekspor dan investasi. Selain itu, mereka juga bertindak sebagai tuan rumah dengan mengatur misi perdagangan dari negara asal mereka. Ikatan ekonomi dipromosikan melalui dukungan dan saran dari investor atau secara langsung melalui pihak domestik atau asing (Saner & Yiu 2003). Terdapat lima bidang di mana diplomat komersial beroperasi, yaitu promosi perdagangan barang dan jasa, perlindungan hak kekayaan intelektual, kerja sama dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, promosi citra perusahaan dan asal buatan produk, serta promosi investasi asing langsung. Adapun, enam jenis kegiatan yang dilakukan diplomat komersial antara lain komunikasi, intelijen, advokasi, rujukan, koordinasi, dan logistik (Olivier Naray 2008).

Shirin Reuvers & Huub Ruël (2012) menggagas *input-throughput-output* sebagai kerangka kerja (*framework*) untuk menganalisis proses diplomasi komersial. Model kerangka kerja ini terdiri dari tiga tahap dan secara garis besar didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah (*input*) melalui beberapa cara atau saluran (*throughput*) yang bertujuan untuk menguntungkan komunitas bisnis dan negara (*output*) di lingkungan tertentu (konteks).

Gambar 1. Model Kerangka Kerja *Input-Troughput-Output* Diplomasi Komersial



Sumber: Reuvers & Ruel, 2012

Tahap *input* berfokus pada faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi proses diplomasi komersial. Hal ini terdiri dari faktor politik, ekonomi, budaya, dan hukum yang memengaruhi keberhasilan upaya diplomasi tersebut. Reuvers & Ruël (2012) menyatakan bahwa *input* ini merupakan tujuan dan alasan di balik terjadinya investasi dalam diplomasi komersial. Selain itu *input* juga menjadi pembentuk diplomasi komersial seperti sumber daya negara asal dan organisasi yang dikhususkan untuk aktivitas diplomasi komersial dan karakteristik pribadi diplomat komersial. Motivasi dilakukannya diplomasi komersial terdiri dari prospek peningkatan perdagangan, pengaturan lapangan permainan yang setara bagi perusahaan atau bahkan keunggulan kompetitif nasional, peningkatan lapangan kerja dan pendapatan internal di negara tersebut, peningkatan intelijen bisnis dan kemungkinan jaringan, serta perhatian strategis dan politis pada tingkat kebijakan nasional dan tingkat organisasi. Lingkungan tertentu (konteks) diplomasi komersial pada tahap *input* dibentuk oleh karakteristik negara asal dan negara tuan rumah. Karakteristik yang membentuk negara asal terdiri dari struktur pemerintahan nasional dan pengaruh aktor publik dan swasta pada diplomasi komersial di dalam negara sedangkan negara tuan rumah dibentuk oleh tingkat perkembangan ekonomi dan politik serta hubungan diplomatik antara negara asal dan negara tuan rumah (Coolsaet 2004; Henrikson 2005; Kelly, 2000; Lee & Hudson 2004; Mercier 2007; Morrow *et al.* 1998; Muller 2002; Okano-Heijmans 2008; Okano-Heijmans & Ruël 2011; Ozdem 2009; Potter 2004; Rana 2007; Sherman & Eliasson 2007; Sridharan 2002; Bergeijk 1992; Bergeijk *et al.* 2010; Yakop & Bergeijk 2009; Yang *et al.* 2008) dalam (Reuvers & Ruël 2012).

Tahap *throughput* merupakan aktivitas aktual yang terjadi selama proses diplomasi komersial, seperti negosiasi, komunikasi, dan implementasi untuk mentransformasikan *input* menjadi *output*. Contoh-contoh dari aktivitas diplomasi komersial pada tahap ini termasuk pameran dagang dan kegiatan promosi ekspor lainnya, serta interaksi antara negara asal dan negara tuan rumah, seperti kunjungan kenegaraan, pasar informasi, dan pertemuan. Tahap ini sangatlah penting karena penerapan strategi dan taktik yang efektif dalam melakukan diplomasi komersial diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Secara lebih terperinci, diplomasi komersial dapat dilakukan dalam aktivitas-aktivitas berikut ini.

Gambar 2. Kerangka Aktivitas Diplomasi Komersial Rueuers dan Ruel

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	

Sumber: Reuvers & Ruel, 2012

Terakhir, hasil dan manfaat dari diplomasi komersial disebut sebagai *output*. Pada tahap ini pula dilakukan evaluasi mengenai efektivitas proses diplomasi komersial dalam mencapai tujuan. Hal itu dilakukan dengan menilai hasil upaya diplomasi komersial dari segi peningkatan perdagangan, investasi, pertukaran budaya, atau menentukan potensi kolaborasi di masa depan antara pihak-pihak yang terlibat. Secara lebih terperinci, *output* dalam tingkat kebijakan nasional dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu manfaat ekonomi, manfaat politik, dan *nation branding*. Manfaat ekonomi terdiri dari peningkatan perdagangan internasional serta penciptaan kekayaan dan pengetahuan. Manfaat politik terdiri dari bantuan pembangunan, sarana ekonomi untuk mengejar tujuan politik, dan pola perwakilan diplomatik global. *Nation branding*

dinilai melalui efek positif yang terjadi baik secara ekonomi maupun politik dari kegiatan diplomasi komersial (Reuvers & Ruël 2012).

Hasil dan Diskusi

Faktor Pendorong Diplomasi Komersial (*Input*)

Faktor internal atau faktor domestik yang memengaruhi terjadinya diplomasi komersial Indonesia ke Brasil terbagi menjadi tiga, yaitu kemampuan produksi dan kapasitas ekspor minyak kelapa sawit Indonesia yang tergolong tinggi, penetrasi produk ekspor unggulan ke negara-negara pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin, dan pandangan komunitas bisnis Indonesia terhadap pasar non-tradisional—khususnya pasar Brasil yang tergolong positif.

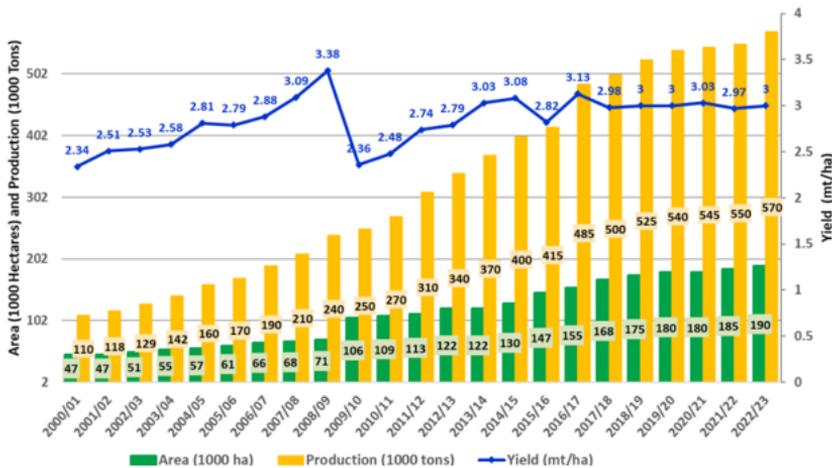
Indonesia merupakan negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia. Perkembangan produksi minyak kelapa sawit ini terus meningkat dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 11,13% per tahun sejak 1980. Lahan perkebunan kelapa sawit di Indonesia tersebar pada 26 provinsi di mana luas terbesar mencapai 7.944.520 hektar di Pulau Sumatra. Kepemilikan produksi kelapa sawit ini sebagian besar diusahakan oleh perusahaan besar swasta (PBS) dengan luas 7.942.335 hektar atau 54,94% dari total luas area perkebunan kelapa sawit di Indonesia. Sementara itu, perkebunan rakyat (PR) berkontribusi sebanyak 40,79% dan perusahaan besar negara (PBN) menempatkan posisi terakhir sebesar 4,27% (Kementan 2020). Hal ini menjadikan Indonesia memiliki kapasitas ekspor minyak kelapa sawit yang tinggi. Pada tahun 2021 nilai ekspor minyak kelapa sawit mencapai \$29.528 miliar dolar AS. Angka tersebut merupakan nilai ekspor tertinggi sepanjang sejarah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, \$20,22 miliar dolar AS pada tahun 2019 dan \$22,97 miliar dolar AS pada tahun 2020 (Maesaroh 2021). Minyak kelapa sawit pun menjadi salah satu produk ekspor utama Indonesia ke Brasil (DPR RI 2021).

Selain itu, kebijakan adaptif berupa penetrasi produk ekspor unggulan ke negara-negara pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin dengan memanfaatkan perjanjian dagang juga menjadi salah satu faktor yang mendorong dilakukannya diplomasi komersial ke Brasil. Kebijakan ini diadakan lantaran pembukaan pasar-pasar baru menjadi upaya ekstensifikasi dalam mengatasi defisit neraca perdagangan (Kemendag 2019). Dengan demikian, diharapkan melalui kebijakan ini perekonomian negara dapat berkembang sebagaimana aktivitas, kapasitas, dan harga produk yang diekspor makin meningkat; dibukanya lapangan kerja baru; daya saing produk di dunia internasional makin meningkat; serta didapatkannya aliansi bisnis baru (Tangermann 2002).

Pandangan komunitas bisnis Indonesia terhadap pasar non-tradisional pun tergolong optimis. Naga Waskita, *Corporate Secretary* PT Austindo Nusantara Jaya Tbk (ANJT) menyatakan bahwa Austindo Nusantara Jaya optimis terhadap kemudahan ekspor minyak kelapa sawit yang diproduksinya ke negara-negara pasar non-tradisional karena seluruh kebun perusahaannya sudah memiliki sertifikat Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) (Ramadhani 2019). RSPO merupakan *non-profit international organization* yang menyatukan para pemangku kepentingan dari berbagai sektor industri kelapa sawit untuk mengembangkan sekaligus menerapkan standar global dalam produksi, pengadaan, dan penggunaan minyak kelapa sawit yang berkelanjutan (RSPO 2020). Selain itu, Ahmad Heri Firdaus, ekonom dari Institute for Development of Economics and Finance juga menilai bahwa Brasil merupakan pasar yang potensial bagi minyak kelapa sawit Indonesia. Akan tetapi, sebaiknya Indonesia mengeksport minyak kelapa sawit dalam bentuk produk turunan alih-alih produk mentah karena Brasil sendiri telah menjadi produsen minyak kelapa sawit di kawasan Amerika Selatan. Produk minyak kelapa sawit turunan pun dinilai lebih efisien dan dapat menjadi pelengkap produk substitusi atau sub-komponen minyak kelapa sawit di pasar baik di Brasil maupun kawasan Amerika Selatan (Damayanti & Yolanda 2019).

Sementara itu, faktor-faktor eksternal yang memengaruhi diplomasi komersial Indonesia ke Brasil adalah permintaan yang tinggi akan minyak kelapa sawit di Brasil. Pada tahun 2019, permintaan akan minyak kelapa sawit di Brasil mencapai 758.000 ton, lebih tinggi daripada tahun sebelumnya sebesar 710.000 ton. Kemudian permintaan tersebut meningkat pada tahun 2020 menjadi 870.000 ton dan pada 2021 mencapai 895.000 ton (Ozbun 2022). Akan tetapi, penulis berpendapat bahwa Brasil tidak mampu memenuhi permintaan minyak kelapa sawit yang tinggi itu secara mandiri.

Grafik 1. Area, Hasil, dan Produksi Minyak Kelapa Sawit Brasil Tahun 2000-2022



Sumber: Yadav-Pauletti 2022

Hal itu tercermin dari rata-rata jumlah produksi minyak kelapa sawit di Brasil dari tahun 2019 - 2021 yang hanya mencapai 545.000 ton sehingga Brasil menjadi importir minyak kelapa sawit terbesar ke-30 di dunia. Pada tahun 2021, Brasil mengimpor minyak kelapa sawit senilai \$350 juta dolar AS (OEC 2020) sebab tantangan utama dalam produksi minyak kelapa sawit di Brasil adalah lahan yang cocok untuk penanaman kelapa sawit terletak di hutan hujan Amazon yang memiliki pembatasan pertumbuhan. Para ahli berpendapat bahwa pembatasan diperlukan lantaran penanaman kelapa sawit dapat mengakibatkan deforestasi, perampasan lahan disertai dengan harga tanah yang melonjak, dan konflik (Yadav-Pauletti 2022).

Indonesia dan Brasil telah membangun hubungan bilateral yang kuat melalui kerja sama antarpemerintah, antarpelaku bisnis, dan antarmasyarakat dalam berbagai bidang termasuk ekonomi. Hal itu dapat dilihat dalam penandatanganan Deklarasi Kemitraan Strategis kedua negara tersebut pada November 2008 (DPR RI 2021). Sebagai negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia sejak 1954, Brasil menjadi salah satu mitra ekonomi terpenting bagi Indonesia di Amerika Latin. Dalam memasuki babak baru kemitraan strategisnya, Indonesia dan Brasil melakukan investasi dalam diplomasi komersial untuk meningkatkan kerja sama perdagangan di bidang biofuel berbasis minyak kelapa sawit. Ini ditujukan untuk mengatasi dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian global dan mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil serta emisi gas rumah kaca (Kemlu 2020).

Aktivitas Diplomasi Komersial (*Throughput*)

Aktivitas diplomasi komersial berdasarkan kerangka kerja Reuvers & Ruël (2012) terbagi menjadi empat bagian, yaitu *network activities* atau aktivitas membangun relasi dan jejaring, *intelligence* atau pengumpulan informasi negara yang dituju, *image campaign* atau kampanye gambar untuk membangun citra positif baik produk maupun perusahaan di pasar negara sasaran, dan *support business* atau bentuk dukungan untuk menjalankan bisnis di negara sasaran. *Network activities* yang dilakukan oleh Indonesia ke Brasil untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit lebih terpusat dalam kegiatan forum bisnis yang melibatkan Indonesia dengan kawasan Amerika Latin dan Karibia.

Forum penting yang mewadahi aktivitas untuk memperluas jaringan ini adalah Indonesia-Latin America and the Caribbean (INA-LAC) yang akan penulis fokuskan pada tahun 2019 – 2021. INA-LAC diinisiasikan untuk mempertemukan pelaku bisnis Indonesia dengan pelaku pasar dari Amerika Latin termasuk pejabat tinggi pemerintah serta pemangku kepentingan dalam sektor perdagangan dan investasi. Dalam forum ini

mereka berinteraksi, terlibat, dan mengeksplorasi berbagai strategi untuk melaksanakan kerja sama ekonomi sekaligus memperluas jaringan bisnis. *Business matching* dan *business pitching* oleh perusahaan dari Indonesia dan Amerika Latin dan Karibia juga menjadi kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam forum ini (Kemlu 2022).

Selain meningkatkan konektivitas, INA-LAC ditujukan untuk meningkatkan volume ekspor Indonesia ke kawasan Amerika Latin dan Karibia. Meskipun dilaksanakan secara *hybrid*, forum bisnis INA-LAC 2020 dihadiri oleh 500 pelaku bisnis dan pemangku kepentingan dari Indonesia dan Amerika Latin dan Karibia. Pada tahun 2021, INA-LAC telah melaksanakan 14 pertemuan bisnis yang difasilitasi perwakilan RI dan 23 agenda pertemuan bisnis antara pihak swasta. Agenda dalam INA-LAC pun tidak hanya terbatas pada pertemuan bisnis, tetapi juga dilaksanakan promosi produk unggulan Indonesia seperti minyak kelapa sawit (Saeno 2021).

Aspek *intelligence* diimplementasikan melalui kegiatan *joint study* dengan judul “Contribution of Vegetable Oils towards Sustainable Development Goals: A Comparative Analysis”. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 4-5 Februari 2021 dengan tujuan untuk menyebarluaskan hasil dari studi bersama mengenai kontribusi empat minyak nabati utama yaitu, minyak kelapa sawit, kedelai, *grapeseed*, dan bunga matahari terhadap pencapaian SDGs sebagai salah satu usaha untuk mempromosikan minyak kelapa sawit. Selain itu, *joint study* ini juga dilaksanakan untuk membahas dan menyelaraskan posisi, narasi, serta kebijakan di forum internasional (Kemlu 2021). Kemudian, pemahaman mengenai kebutuhan minyak kelapa sawit di Brasil merupakan hal yang harus diketahui. Oleh karena itu, Deputi Bidang Penguatan Inovasi, Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek/BRIN) bekerja sama dengan Kedutaan Besar Brasil melakukan pertukaran ilmu terkait pemanfaatan minyak kelapa sawit sebagai bahan bakar nabati (biofuel). Hal ini diharapkan bahan bakar berbasis minyak kelapa sawit, bihidrokarbon, dapat memberi tambahan nilai dari hasil produksi kelapa sawit sehingga mampu meningkatkan nilai eksportnya (APROBI 2020). Informasi yang diperoleh melalui kegiatan *joint study* dan pertukaran ilmu ini disebarluaskan ke pelaku bisnis kelapa sawit di Indonesia supaya dapat dihasilkan strategi yang efektif untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit ke Brasil.

Kemudian, untuk membangun citra positif komoditas minyak kelapa sawit dan para pelaku bisnis Indonesia di sektor tersebut, *image campaign* dilakukan dengan mempromosikan praktik produksi minyak kelapa sawit Indonesia yang berkelanjutan untuk melawan pandangan negatif terhadap produksi minyak kelapa sawit yang dinilai dapat merusak lingkungan.

Sertifikasi RSPO dapat menjamin kegiatan produksi kelapa sawit tidak menyebabkan deforestasi, menjaga keanekaragaman hayati, dan menjamin hak dan kehidupan masyarakat lokal yang dependen pada produk hutan (MUTU International 2022). Selain itu, melalui Trade Expo Indonesia (TEI), khususnya pada TEI Ke-36 Digital Edition 2021, Indonesia berupaya untuk meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit di tengah kondisi pandemi Covid-19 dengan menyajikan konsep *e-catalog* untuk mempromosikan produk unggulan Indonesia. Salah satu pengeksport minyak kelapa sawit Indonesia, Apical Group, berpartisipasi dalam kegiatan ini untuk bertemu dengan para pembeli dari berbagai negara secara *online* dan membahas potensi kerja sama dalam industri minyak kelapa sawit (Hortus Archipelago 2021).

Pemerintah Indonesia pun melakukan beberapa kegiatan advokasi sebagai *support business*, khususnya dukungan untuk mengeksport minyak kelapa sawit ke Brasil. Kunjungan dilakukan oleh delegasi Grup Kerja Sama Bilateral (GKSB) DPR RI-Parlemen Brasil ke Brasil pada tahun 2021. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan hubungan persahabatan antara kedua negara yang telah dibangun melalui kerja sama antarpemerintah, antarpelaku bisnis, dan antar masyarakat dalam berbagai bidang termasuk ekonomi. Pada tahun 2019 pun, Menteri Luar Negeri Republik Indonesia, Retno Marsudi, melaksanakan pertemuan bilateral dengan Menteri Luar Negeri Brasil, Y.M. Aloysio Nunes Ferreira. Dalam pertemuan tersebut, *support business* diberikan melalui pembahasan bahwa Indonesia dan Brasil perlu meningkatkan kerja sama dalam bidang ekonomi dan politik lantaran kedua negara itu adalah mitra penting; perlu dilakukannya revitalisasi dan reaktivasi mekanisme bilateral; kesepakatan akan dukungan Brasil terhadap Indonesia untuk membentuk Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA) RI-Mercosur; dan ajakan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia terhadap Brasil untuk bersama-sama melawan kampanye hitam yang dilakukan oleh Uni Eropa pada produk kelapa sawit (DPR RI 2021).

Manfaat dari Aktivitas Diplomasi Komersial (Output)

Berdasarkan kerangka pemikiran Reuvers & Ruël (2012), manfaat dari aktivitas diplomasi komersial terbagi menjadi dua, yaitu manfaat ekonomi dan manfaat politik. *Network activities* melalui forum bisnis INA-LAC, khususnya pada tahun 2021, telah menghasilkan transaksi bisnis sebesar \$87,96 dolar AS atau Rp1,23 triliun. Jumlah tersebut terdiri dari transaksi dagang yang telah disepakati sebesar \$19,08 juta dolar AS atau Rp268,74 miliar dan komitmen dagang sebesar \$68,88 dolar AS atau Rp969,92 miliar. Brasil sendiri telah menyepakati transaksi dagang dengan Indonesia senilai \$6.320.072 dolar AS. Selain itu, forum ini juga menghasilkan berbagai penandatanganan kerja sama ekonomi khususnya

yang berkaitan dengan peningkatan ekspor minyak kelapa sawit, yaitu Pernyataan Kehendak Jejaring Bisnis antara Indonesia dengan Amerika Latin dan Karibia di mana pernyataan tersebut sudah ditandatangani oleh enam asosiasi pengusaha yang berasal dari kawasan Amerika Latin dan Karibia. Penandatanganan kerja sama ini menjadi bentuk tanggapan positif terhadap inisiatif Indonesia untuk memperkuat kerja sama dengan negara-negara kawasan Amerika Latin dan Karibia (INA Access Indonesia 2021).

Aktivitas *intelligence* melalui kegiatan *joint study* memberikan manfaat baik secara politik maupun ekonomi. Secara politik, kegiatan ini penting untuk mempromosikan narasi produksi minyak kelapa sawit yang berkelanjutan sebagai bentuk usaha pencapaian SDGs di tingkat internasional, melawan kampanye negatif minyak kelapa sawit, dan perilaku diskriminasi dalam produksi minyak kelapa sawit. Dari diskusi dalam *joint study* ini, ditemukan bahwa deforestasi merupakan tahap akhir dari degradasi lahan di seluruh dunia, bukan disebabkan oleh perkebunan kelapa sawit. Selain itu, kelapa sawit seringkali dikaitkan dengan masalah berkelanjutan sehingga menciptakan diskriminasi terhadap minyak kelapa sawit. Padahal, minyak kelapa sawit merupakan komoditas yang memiliki standardisasi paling komprehensif dibandingkan dengan komoditas lainnya dan memiliki sertifikasi keberlanjutan (Kemlu 2021). Temuan-temuan ini pada akhirnya dapat memperbaiki citra minyak kelapa sawit secara politik dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan minyak kelapa sawit sehingga memberikan manfaat secara ekonomi. Dari aktivitas pertukaran ilmu pengetahuan biofuel antara Indonesia dengan Brasil, inovasi bahan bakar nabati biohidrokarbon berbasis kelapa sawit dapat berperan dalam substitusi impor dan menaikkan nilai hasil produksi minyak kelapa sawit. Keberhasilan ITB dan Pertamina dalam melakukan uji coba produksi green diesel D100 dari *refined bleached deodorized palm oil* (RBDPO) kelapa sawit dengan kapasitas 1.000 barel per hari memberikan harapan terhadap kemandirian energi terbarukan Indonesia (APROBI 2020).

Kemudian, sertifikasi RSPO sebagai salah satu bentuk *image campaign* telah berhasil membuat berbagai perusahaan minyak kelapa sawit menggunakan merek dagang RSPO untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah transaksi penjualan minyak kelapa sawit. Selain itu, perusahaan minyak kelapa sawit yang memiliki sertifikat ini juga memiliki peluang yang lebih besar untuk memasuki pasar internasional (MUTU International 2022). Sementara itu, TEI khususnya pada tahun 2021 telah berhasil membukukan transaksi penjualan sebesar \$6.06 miliar dolar AS di mana Brasil menjadi negara pembeli terbesar keempat dengan nilai transaksi \$285,8 juta dolar AS atau sebesar 4,71%. Minyak kelapa sawit menjadi produk yang berhasil menarik minat pembeli pada TEI

dengan nilai \$166,65 juta dolar AS pada 2019 dan \$307,8 juta dolar AS pada 2021 (Gareta 2021; Santia 2020). Selanjutnya, aktivitas *support business* yang diberikan oleh pemerintah Indonesia melalui kunjungan delegasi Grup Kerja Sama Bilateral (GKSB) DPR RI-Parlemen Brasil ke Brasil pada tahun 2021 telah menghasilkan salah satu *output* yang dapat mendukung peningkatan ekspor minyak kelapa sawit ke Brasil, yaitu penandatanganan dokumen Persetujuan Kerja Sama Teknik antara Pemerintah RI dengan Pemerintah Brasil yang bertujuan untuk mendorong kerja sama antara lain di bidang pertanian, peternakan, kesehatan, pendidikan dan bidang terkait lainnya untuk tujuan pembangunan ekonomi dan sosial (DPR RI 2021).

Kesimpulan

Peningkatan ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke Brasil di tengah kondisi perdagangan internasional yang tidak stabil dapat terjadi karena kegiatan diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Faktor-faktor atau *input* dari diplomasi komersial tersebut terdiri dari faktor internal berupa kemampuan produksi dan kapasitas ekspor minyak kelapa sawit Indonesia yang tergolong tinggi, penetrasi produk ekspor unggulan ke negara-negara pasar non-tradisional di kawasan Amerika Latin, dan pandangan komunitas bisnis Indonesia terhadap pasar Brasil yang tergolong positif. Di lain sisi, permintaan minyak kelapa sawit di Brasil pun tergolong tinggi, tetapi negara tersebut tidak mampu memenuhi permintaan minyak kelapa sawit yang melimpah itu secara mandiri sehingga Brasil bergantung pada pasar internasional dan menjadi importir minyak kelapa sawit terbesar ke-30 di dunia.

Diplomasi komersial Indonesia ke Brasil diperkuat dengan kerja sama bilateral kedua negara tersebut sesuai Deklarasi Kemitraan Strategis. Aktivitas diplomasi komersial atau proses *throughput* yang dilakukan Indonesia terbagi menjadi kegiatan *network activities* melalui forum INA-LAC, *intelligence* melalui kegiatan *joint study* dan pertukaran ilmu biofuel, *image campaign* melalui promosi praktik produksi minyak kelapa sawit berkelanjutan dan *e-catalog* pada Trade Expo Indonesia, serta *support business* melalui beberapa kegiatan advokasi oleh pemerintah Indonesia. Upaya-upaya tersebut menghasilkan manfaat atau *output* secara politik untuk melawan kampanye negatif minyak kelapa sawit dan secara ekonomi mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan transaksi minyak kelapa sawit. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya diplomasi komersial Indonesia terhadap Brasil berhasil meningkatkan ekspor minyak kelapa sawit pada periode 2019-2021. Secara khusus pun, penulis menilai bahwa strategi paling efektif dalam upaya diplomasi komersial ini adalah TEI sebagaimana upaya ini dapat dikembangkan sebagai ajang untuk mempromosikan produksi minyak kelapa sawit yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan transaksi ekspor minyak kelapa sawit ke depannya.

Referensi

Buku atau Sub Bab dalam Buku

- Berridge, 2001. *A dictionary of diplomacy*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Busschers, S. dan Ruël, H., 2012. "Chapter 3 The Value of Commercial Diplomacy from an International Entrepreneurs Perspective", dalam Ruël, H. (ed.), *Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Kementan, 2020. *Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2019 - 2021*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Feketekuty, G., 2012. *Policy Development and Negotiations in International Trade: A Practical Guide to Effective Commercial Diplomacy*. US: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Kelly, D., 2000. *The International Chamber of Commerce as a diplomatic actor*. Leicester: Centre for the Study of Diplomacy, University of Leicester.
- Naray, O., 2010b. "What a good commercial diplomat has to know and be capable of", dalam *Exchange: The Magazine for International Business and Diplomacy*.
- Otte, T. G., 2017. "A Kind of Black Hole?": Commercial Diplomacy Before 1914", dalam J. Fisher, E. G. H. Pedaliu, & R. Smith (eds.), *The Foreign Office, Commerce and British Foreign Policy in the Twentieth Century*. London: Palgrave Macmillan.
- Ozdem, M. I., 2009. *Government agencies in commercial diplomacy: Seeking the optimal agency structure for foreign trade policy*. Raleigh NC, USA: North Carolina State University.
- Rana, K. S., 2007. "Economic diplomacy: The experience of developing countries", dalam N. Bayne & S. Woolcock (eds.), *The new economic diplomacy: Decision-making and negotiation in international economic relations*. Aldershot: Ashgate.
- Reuvers, S. & Ruël, H., 2012. "Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications", dalam H. J. M. Ruël (ed.), *Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Visser, R. & Ruël, H., 2012. "Commercial Diplomats as Corporate Entrepreneurs: An Institutional Perspective", dalam H. J. M. Ruël (ed.), *Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.

Artikel Jurnal

- Annef, A. Darmastuti, S., dan Kurniawan, A., 2022. "Aplikasi Model Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Brasil dalam Meningkatkan Ekspor Minyak Nabati Periode 2017-2021", *Indonesian Perspective*, 7(1): 35–56.
- Arum, A. S., dan Suryadipira, 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.
- Coolsaet, R., 2004. "Trade and diplomacy: The Belgian case", *International Studies Perspectives*, 5(1): 61–65.
- Dewi, W. S., 2016. "Analisis Hubungan Diplomatik Indonesia-Brasil terhadap Kebijakan Hukuman Mati kepada Drug Trafficker di Indonesia (2009-2015)", *Journal of International Relations*, 2(3): 34–44.
- Henrikson, A., 2005. "Diplomacy's possible futures", *The Hague: Journal of Diplomacy*, 1(1): 3–27.
- Knobel, J. dan Ruël, H., 2017. "How do MNCs conduct business diplomacy? Exploratory study on business diplomacy instruments", *International Journal of Diplomacy and Economy*. 3(3): 243–263.
- Latief, M., Rimapradesi, Y., dan Jhuswanto, F. R., 2022. "Diplomasi Komersial PT INKA (PERSERO) Indonesia dalam Kegiatan Ekspor Gerbong Barang untuk KiwiRail New Zealand Tahun 2021", *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1): 31–53.
- Lee, D. dan Hudson, L., 2004. "The Old and New Significance of Political Economy in Diplomacy", *Review of International Studies*, 30(3): 343–360.
- Morrow, J. D., Siverson, R. M., dan Tabares, T. E., 1998. "The political determinants of international trade: The major powers 1907-90", *American Political Review*, 92(3): 649–661.
- Muller, M., 2002. "South Africa's Economic Diplomacy: Constructing a Better World for All?", *Diplomacy & Statecraft*, 13(1): 1–30.
- Naray, O., 2010a. "Commercial Diplomats in the Context of International Business", *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(1–2): 121–148.
- Okano-Heijmans, M., 2008. "Economie en diplomatie in de relatie Japan-China: Voorwaarts ondanks het verleden", *Internationale Spectator*, 62(3): 155–159.
- Okano-Heijmans, M., 2011. "Conceptualizing Economic Diplomacy: The Crossroads of International Relations, Economics, IPE and Diplomatic Studies", *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(1-2): 7–36.

- Okano-Heijmans, M. dan Ruël, H. J. M., 2011. “Commerciële diplomatie en internationaal ondernemen”, *Internationale Spectator*, 65(9): 463-465.
- Potter, E. H. 2004. “Branding Canada: The Renaissance of Canada’s Commercial Diplomacy”, *International Studies Perspectives*, 5(1): 55–60.
- Ruël, Huub, Gesink, T., dan Bondarouk, T., 2015. “Electronic commercial diplomacy: a research model and an empirical analysis of embassy websites”, *International Journal of Diplomacy and Economy*, 2(4): 299–329.
- Ruël, Huub J. M., Boer, S. De, dan Haaf, W. Ten, 2013. “Commercial diplomacy in practice: experiences of international business executives and representatives in Malaysia”, *International Journal of Diplomacy and Economy*, 1(3–4): 258–273.
- Sabaruddin, S. S., 2017. “Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional”, *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(2): 205–219.
- Salvi, R. M. dan Ruël, H. J. M., 2022. “Corporate diplomacy and sustainable internationalisation: a conceptual and empirical exploration”, *International Journal of Diplomacy and Economy*, 8(1): 41-64.
- Sherman, R. dan Eliasson, J., 2007. “Privatizing commercial diplomacy: Institutional innovation at the domestic-international frontier”, *Current Politics and Economics of Europe*, 18(3): 335–351.
- Sridharan, K., 2002. “Commercial Diplomacy and Statecraft in the Context of Economic Reform: The Indian Experience”, *Diplomacy & Statecraft*, 13(2): 57–82.
- Bergeijk, Van P. A. G., 1992. “Diplomatic barriers to trade”, *De Economist*, 140(1): 45–64.
- Visser, Robin dan Ruël, H. J. M., 2014. “Innovation of international business support: a research agenda for commercial diplomacy”, *International Journal of Diplomacy and Economy*, 2(3): 238-257.
- Wulandari, A. R. dan 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.
- Yang, S., Shin, H., Lee, J., dan Wrigley, B., 2008. “Country reputation in multidimensions: Predictors, effects, and communication channels”, *Journal of Public Relations Research*, 20(4): 421–440.

Yelta, D. dan Situmorang, J., 2016. "Pengaruh Capoeira terhadap Hubungan Luar Negeri Brasil-Indonesia Tahun 2003-2014". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(1): 1-14.

Laporan Penelitian

J.H., A. I., dan Kartasasmita, G., 2015. "Diplomasi Komersial Indonesia ke Belanda Masa Kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono", Penelitian Monodisipliner. Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan.

Mahalli, H. A., 2020. "Strategi Diplomasi Komersial Indonesia melalui Promosi Kopi ke Luar Negeri (2015-2019)", Tugas Akhir (S1). Jakarta: Universitas Bakrie.

Mercyana, D. S., 2020. "Diplomasi Komersial Indonesia dan Aljazair untuk Mengatasi Kelangkaan Minyak Bumi: Dimensi Ketersediaan dan Keberlanjutan", Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Nurika, R. R. dan Hapsari, M., 2015. "Peran Diplomasi Komersial dalam Pengembangan Industri Smelter Bauksit di Indonesia", Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Putra, C. P., 2016. "Upaya Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Menyikapi Sertifikasi Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)", Diploma thesis. Padang: Universitas Andalas.

Yakop, M. dan Bergeijk, Van P. A. G., 2009. "The Weight of Economic and Commercial Diplomacy", Working Paper No. 478. The Hague: International Institute of Social Studies (ISS).

Dokumen Resmi

DPR RI, 2021. *Laporan Kunjungan Delegasi GKSB DPR RI - Parlemen Brasil ke Brasil 26 November - 2 Desember 2021*. Jakarta: DPR RI.

Kostecki, M. dan Naray, O., 2007. *Commercial Diplomacy and International Business*. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael".

Mercier, A., 2007. *Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US*. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael".

Kemlu, 2021. *Dissemination of Joint Study: Contribution of Vegetable Oils Towards Sustainable Development Goals: A Comparative Analysis*. Jakarta: Center for Policy Analysis and Development for Multilateral Affairs Policy Analysis and Development Agency Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia.

Naray, Olivier, 2008. *Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview*. The Hague: 7th World Conference of TPOs.

RSPO, 2020. *RSPO Supply Chain Certification Standard*. Kuala Lumpur: RSPO.

Saner, R. dan Yiu, L., 2003. *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times*. Netherlands: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael".

Bergeijk, Van P., Veenstra, M., dan Yakop, M., 2010. *Economic diplomacy, the level of development and trade*. The Hague: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael".

Yadav-Pauletti, S., 2022. *Brazil Palm Oil: Potential and Pitfalls*. Washington, D.C.: United States Department of Agriculture.

Publikasi Daring

APROBI, 2020. "Indonesia-Brazil Bertukar Ilmu Pengolahan Biofuel", *APROBI*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.aprobi.or.id/indonesia-brazil-bertukar-ilmu-pengolahan-biofuel/> [diakses pada 25 April 2023].

Damayanti, I. dan Yolanda, F., 2019. "Ekspor CPO Mandek, Pasar Amerika Selatan Potensial?", *Republika*, [Daring]. Tersedia dalam <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pw6idn370/ekspor-cpo-mandek-pasar-amerika-selatan-potensial> [diakses pada 19 April 2023].

Expert Market Research, 2022. "Brazil Palm Oil Market: By Product: Crude Palm Oil, Palm Kernel Oil, Palm Kernel Cake, Others; By Application: Edible Oil, Cosmetics, Biodiesel, Lubricants, Surfactants, Others; Regional Analysis; Historical Market and Forecast (2018-2028)", *Market Dynamic*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.expertmarketresearch.com/reports/brazil-palm-oil-market> [diakses pada 29 Maret 2023].

Gareta, S. P., 2021. "Trade Expo Indonesia 2021 bukukan transaksi 6,06 miliar dolar AS", *Antara*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.antaranews.com/berita/2598593/trade-expo-indonesia-2021-bukukan-transaksi-606-miliar-dolar-as> [diakses pada 26 April 2023].

Hortus Archipelago, 2021. "Apical Group Kembali Berpartisipasi dalam Trade Expo Indonesia (TEI) Digital Edition 2021", *Majalah Hortus Archipelago*, [Daring]. Tersedia dalam <https://news.majalahhortus.com/apical-group-kembali-berpartisipasi-dalam-trade-expo-indonesia-tei-digital-edition-2021/> [diakses pada 25 April 2023].

- INA Access Indonesia, 2021. “Forum Bisnis Indonesia-Amerika Latin dan Karibia (INA-LAC) 2021 Meraih Transaksi Bisnis US\$87,96 juta”, *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*, [Daring]. Tersedia dalam <https://ina-access.com/news/17-forum-bisnis-indonesia-amerika-latin-dan-karibia-ina-lac-2021-meraih-transaksi-bisnis-us8796-juta> [diakses pada 26 April 2023].
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021. “Pemerintah Terus Berupaya Meningkatkan Jumlah Eksportir Indonesia”, *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2911/pemerintah-terus-berupaya-meningkatkan-jumlah-eksportir-indonesia> [diakses pada 29 Maret 2023].
- Kemlu, 2020. “Indonesia – Brasil Sepakati Peningkatan Kerja Sama dalam Forum Konsultasi Bilateral”, *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*, [Daring]. Tersedia dalam <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1993/berita/indonesia-brasil-sepakati-peningkatan-kerja-sama-dalam-forum-konsultasi-bilateral> [diakses pada 1 April 2023].
- Kemlu, 2022. “Indonesia-Latin America and the Caribbean (INA-LAC) Business Forum 2022 Transforming into a New Era”, *Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*, [Daring]. Tersedia dalam <https://kemlu.go.id/portal/id/read/4079/berita/indonesia-latin-america-and-the-caribbean-ina-lac-business-forum-2022-transforming-into-a-new-era> [diakses pada 25 April 2023].
- Kemendag, 2019. “Kemendag Gencarkan Perjanjian Dagang Dengan Pasar Nontradisional”, *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-gencarkan-perjanjian-dagang-dengan-pasar-nontradisional> [diakses pada 19 April 2023].
- Maesaroh, 2021. “Nilai Ekspor Sawit 2021 Tertinggi dalam Sejarah Indonesia”, *MUTU International*, [Daring]. Tersedia dalam <https://mutucertification.com/nilai-ekspor-sawit-2021-tertinggi-dalam-sejarah-indonesia/> [diakses pada 19 April 2023].
- MUTU International, 2022. “Apa itu RSPO dan Mengapa itu Penting?”, *MUTU International*, [Daring]. Tersedia dalam <https://mutucertification.com/mengenal-apa-itu-rspo/#> [diakses pada 25 April 2023].
- OECD, 2020. “Palm Oil in Brazil”, *The Observatory of Economic Complexity*, [Daring]. Tersedia dalam <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/palm-oil/reporter/bra?redirect=true> [diakses pada 29 Maret 2023].
- Ozbun, T., 2022. “Brazil: palm oil consumption 2008-2022”, *Statista*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.statista.com/statistics/876584/palm-oil-consumption-brazil/> [diakses pada 21 April 2023].

- Ramadhani, N., 2019. "Austindo Tak Henti Penetrasi ke Pasar Ekspor Non-Tradisional", *BorneoNews*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.borneonews.co.id/berita/116469-austindo-tak-henti-penetrasi-ke-pasar-ekspor-non-tradisional> [diakses pada 19 April 2023].
- Saeno, 2021. "INA-LAC Business Forum 2021 Hasilkan Kesepakatan US\$88 Juta", *Bisnis Internasional*, [Daring]. Tersedia dalam <https://bisnisindonesia.id/article/inalac-business-forum-2021-hasilkan-kesepakatan-us88-juta> [diakses pada 25 April 2023].
- Santia, T., 2020. "Kemendag Luncurkan Trade Expo Indonesia Virtual Exhibition 2020 Berkonsep 3D", *Liputan6*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4362041/kemendag-luncurkan-trade-expo-indonesia-virtual-exhibition-2020-berkonsep-3d> [diakses pada 26 April 2023].
- Tangermann, S., 2002. "The Future of Preferential Trade Arrangements for Developing Countries and the Current Round of WTO Negotiations on Agriculture", *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, [Daring]. Tersedia dalam <https://www.fao.org/3/Y2732E/y2732e00.htm#Con> [diakses pada 19 April 2023].
- UN Comtrade, 2022. "UN Comtrade Database", *UN Comtrade*, [Daring]. Tersedia dalam <https://comtradeplus.un.org/TradeFlow?Frequency=A&Flows=X&CommodityCodes=151110&Partners=76&Reporters=360&period=all&AggregateBy=none&BreakdownMode=plus> [diakses pada 18 Maret 2023].
- Yuniartha, L., 2021. "Perluas pasar non tradisional, Kemendag akan manfaatkan perjanjian dagang", *Kontan.co.id*, [Daring]. Tersedia dalam <https://nasional.kontan.co.id/news/perluas-pasar-non-tradisional-kemendag-akan-manfaatkan-perjanjian-dagang> [diakses pada 29 Maret 2023].