

**EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO
INDONESIA DALAM MEMACU KINERJA EKSPOR
INDONESIA KHUSUSNYA PADA PRODUK NON-
MIGAS TAHUN 2016-2019**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun Oleh:

Mochamad Iqbal Santosa

(07041281621076)

**JURUSAN STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO INDONESIA
DALAM MEMACU KINERJA EKSPOR INDONESIA
KHUSUSNYA PADA PRODUK NON-MIGAS TAHUN 2016-
2019**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Hubungan Internasional**

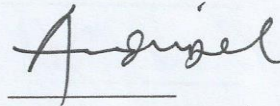
Disusun oleh:

**MOCHAMAD IQBAL SANTOSA
07041281621076**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 28 April 2021

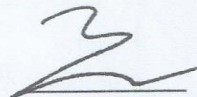
Pembimbing I

Dr. Andy AlFatih, MPA
NIP 196012241990011001



Pembimbing II

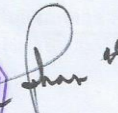
Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si
NIP 198708192019031006



Disetujui oleh,
Ketua Program Studi,



Dr. Azhar, S.H., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP 09650427198903100



LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

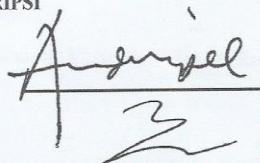
EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO INDONESIA DALAM MEMACU KINERJA EKSPOR INDONESIA KUSUSNYA PADA PRODUK NON MIGAS TAHUN 2016-2019

SKRIPSI

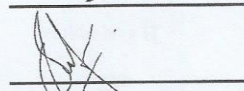
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 27 Mei 2021 dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

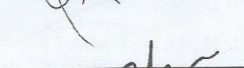
Dr. Andy Alfatih, MPA
Ketua



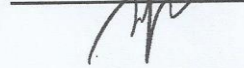
Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si
Anggota



Ferdiansyah Rivai, S.IP., M.A
Anggota



Abdul Halim, S.IP., M.A
Anggota



Indralaya, Juli 2021

Mengesahkan,

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mochamad Iqbal Santosa
NIM : 0704128261076
Tempat dan Tanggal lahir : Kuningan, 02 Juni 1999
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Hubungan Internasional / Diplomas
Perdagangan Internasional

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang dibuat dengan judul "*Efektivitas pergelaran Trade Expo Indonesia dalam memacu kinerja ekspor Indonesia khususnya pada produk Non-migas tahun 2016-2019*" ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.
2. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil dari pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
3. Skripsi yang saya tulis ini adalah hasil asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan bukti bahwa adanya ketidak-benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 29 April 2021
Yang membuat pernyataan,



Mochamad Iqbal Santosa
NIM. 07041281621076

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Kedua orang tua tercinta, Ayah Maman Suniman dan Ibu Eli Supita. Tak pernah cukup rasa terima kasih atas cinta kasih, pengorbanan dan kesabaran mereka, semoga rahmat Tuhan Yang Maha Esa selalu menyertai mereka..
- Para sahabat ku yang telah banyak memberikan semangat dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
- Admin serta seluruh Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

INTISARI

INTISARI


Skripsi ini berjudul Efektivitas Pergelaran Trade Expo Indonesia dalam memacu kinerja ekspor Indonesia khususnya pada produk non-migas tahun 2016-2019, dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif Trade Expo Indonesia dalam memacu ekspor nonmigas. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif-evaluatif dengan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data skripsi ini menggunakan wawancara mendalam, observasi lapangan serta dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan teori Efektivitas Program oleh Pasolong dengan 4 indikator penilaian, yakni ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program dan evaluasi dan monitoring hasil program serta menggunakan teori Diplomasi Komersial oleh Nazirwan hafiz dengan model penilaian efektivitas Diplomasi Komersial oleh Shirin Reuvers.

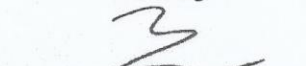
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara program dan diplomasi komersial, Trade Expo Indonesia sudah sangat efektif dan sudah melampaui beberapa dimensi dan indikator, tetapi Trade Expo Indonesia masih belum cukup efektif dalam memacu kinerja ekspor non-migas Indonesia

Kata kunci : Efektivitas Program, Diplomasi Komersial, Trade Expo Indonesia, Ekspor Non-migas Indonesia

Pembimbing I \

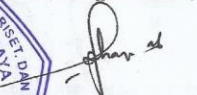

Dr. Andy AlFatih, MPA
NIP 196012241990011001

Pembimbing II


Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si
NIP 198708192019031006

Disetujui oleh,
Ketua Program Studi,




Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP 19650427198903100

ABSTRACT

ABSTRACT

This thesis entitled the Effectiveness of the Trade Expo Indonesia in spurring the performance of Indonesian exports, especially in non-oil and gas products in 2016-2019, was conducted to find out how effective the Trade Expo Indonesia was in spurring non-oil and gas exports. Researchers used descriptive-evaluative research with qualitative and quantitative data types. This thesis data collection method uses in-depth interviews, field observations and documentation.

This study uses the theory of program effectiveness by Pasolong with 4 assessment indicators, namely the accuracy of program targets, program socialization, program objectives and evaluation and monitoring of program results and uses the theory of Commercial Diplomacy by Nazirwan Hafiz with the commercial diplomacy effectiveness assessment model by Shirin Reuvers.

The results of this study indicate that in program and commercial diplomacy, the Trade Expo Indonesia has been very effective and has exceeded several dimensions and indicators, but the Trade Expo Indonesia is still not effective enough in spurring the performance of Indonesia's non-oil and gas exports.

Keywords : Program Effectiveness, Commercial Diplomacy, Trade Expo Indonesia, Indonesia's non-oil and gas exports.

Advisor I

Dr. Andy AlFatih, MPA
NIP 196012241990011001

Advisor II

Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si
NIP 198708192019031006

Approved by,

Head of International Relations Sciences,



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP 19650427198903100

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul Efektivitas Pergelaran Trade Expo Indonesia Dalam Memacu Kinerja Ekspor Indonesia Khususnya Pada Produk Non-migas Tahun 2016-2019.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala berkah dan kemudahan yang diberikan.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
4. Bapak Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM dan Ibu Dra. Retno Susilawati MM. Selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

5. Bapak Dr. Andy Alfatih MPA, selaku dosen pembimbing utama saya yang telah memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat baik dalam penyusunan skripsi ini dari awal.
6. Bapak Muchammad Yustian Yusa S.S., M.Si, selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat baik dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Sari Mutiara Aisyah S.IP., MA selaku dosen pembimbing akademik saya selama masa perkuliahan.
8. Ayah dan ibu serta keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan dan para Staff Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala keperluan selama masa perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi.
10. Ibu Rita Tri Mutiawati yang bertugas sebagai atase perdagangan KBRI Bangkok selama penulis melaksanakan magang dan mengizinkan untuk ikut terjun langsung sebagai bagian dari team KBRI Bangkok dalam acara Trade Expo Indonesia dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Admin terbaik jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya kampus Indralaya, mas Dimas dan mbak Sisca yang selalu sangat membantu dalam urusan administrasi.
12. Para kamerad perkuliahan, Alda dan Asry yang selalu memotivasi penulis dan berjuang bersama selama penyusunan skripsi ini.

13. Tongku Aidil Syahputra, penggembala domba yang tersesat yang selalu bersedia mengorbankan waktunya untuk berdiskusi dalam hal apapun.
14. Teman-teman dan Saudara-saudaraku terkasih yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang sangat berharga dan selalu membantu, mendukung serta memotivasi untuk terus berusaha, berjuang, dan menjadi pendorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas budi baik kalian dan memberikan berkah kepada kita semua, Aamiin.

Indralaya, Agustus 2021

Mochamad Iqbal Santosa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
1. Tujuan Objektif	7
D. MANFAAT PENELITIAN	7
1. Manfaat Penelitian Teoritis.....	7
2. Manfaat Penelitian Praktis	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	9
A. KAJIAN PUSTAKA	9
B. KERANGKA TEORI	31
C. KERANGKA PEMIKIRAN	38
D. ARGUMEN UTAMA	40
BAB III : METODE PENELITIAN.....	42
A. METODE PENELITIAN.....	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Definsi Konsep	43
3. Fokus Penelitian.....	44
4. Jenis Data dan Sumber Data.....	46
A. Jenis Data	46

B. Sumber Data	46
5. Teknik Keabsahan Data.....	46
6. Teknik Analisa Data	47
B. SISTEMATIKA PENULISAN.....	50
BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	51
A. KEMENTERIAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA.....	51
B. STRUKTUR ORGANISASI KEMENTERIAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA.....	53
C. SEJARAH TRADE EXPO INDONESIA	57
1. Program-program yang dijalankan selama TEI berlangsung	58
2. Penyelenggaraan Trade Expo Indonesia	61
BAB V : PEMBAHASAN.....	75
A. Efektivitas Trade Expo Indonesia melalui ketepatan sasaran program	75
1. Pelaku Industri yang berpartisipasi	75
2. Calon Pembeli di Trade Expo Indonesia	81
B. Efektivitas Trade Expo Indonesia melalui Sosialisasi Program.....	87
1. Sosialisasi program terhadap peserta program	87
2. Sosialisasi program terhadap pengunjung Trade Expo Indonesia	92
C. Efektivitas Trade Expo Indonesia melalui Tujuan Program	98
1. Tujuan diadakannya program eksibisi Trade Expo Indonesia.....	98
2. Tujuan partisipasi program eksibisi Trade Expo Indonesia.....	104
D. Efektivitas Trade Expo Indonesia melalui Pemantauan Program.....	108
E. Efektivitas Trade Expo Indonesia sebagai Diplomasi Komersial.....	111
1. <i>Input</i> Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial.....	111
2. <i>Throughput</i> Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial.....	114
3. <i>Output</i> Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial	120
F. Faktor yang mempengaruhi indikator	122
BAB VI : PENUTUP.....	130
A. KESIMPULAN.....	130
B. SARAN.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	: Total Transaksi berbagai pameran perdagangan Indonesia	5
TABEL 1.2	: Total transaksi Trade Expo Indonesia 2013-2016.....	6
TABEL 3.1	: Fokus Penelitian	45
TABEL 5.1	: Pelaku industri yang berpartisipasi	76
TABEL 5.2	: Calon pembeli di Trade Expo Indonesia.....	82
TABEL 5.3	: Sosialisasi program terhadap peserta program	88
TABEL 5.4	: Sosialisasi program terhadap pengunjung Trade Expo Indonesia....	93
TABEL 5.5	: Tujuan diadakannya program eksibisi Trade Expo Indonesia	98
TABEL 5.6	: Tujuan partisipasi program eksibisi Trade Expo Indonesia.....	105
TABEL 5.7	: Pemantauan hasil akhti Trade Expo Indonesia	109
TABEL 5.8	: Input Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial	111
TABEL 5.9	: Throughput Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial...	114
TABEL 5.10	: Output Trade Expo Indonesia sebagai diplomasi komersial	120

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 : Kriteria Efektivitas oleh Sasaka Peter Situma	13
GAMBAR 4.1 : Struktur Organisasi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.....	54

DAFTAR SINGKATAN

APEC	: <i>Asia-Pacific Economic Cooperation</i>
ASEPHI	: Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia
ASMINDO	: Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia
CEIR-USA	: <i>The Center for Exhibition Industry Research – United States of America</i>
DITJEN PEN KEMDAG RI	: Direktorat Jenderal Pengembangan Eskpor Nasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
FDI	: <i>Foreign Direct Investment</i>
IFEX	: <i>The Indonesia International Furniture Expo</i>
IFFINA	: <i>The Indonesia International Furnitture and Craft Fair</i>
INACRAFT	: <i>The International Handicraft Trade Fair</i>
ITPC	: <i>Indonesia Trade and Promotion Center</i>
KADIN	: Kamar Dagang dan Industri Indonesia
KBRI	: Kedutaan Besar Republik Indonesia
KDEI	: Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia
KJRI	: Konsulat Jenderal Republik Indonesia
KUAI	: Kuasa Usaha Ad-Interim
MOU	: <i>Memorandum Of Understanding</i>
TEI	: <i>Trade Expo Indonesia</i>
TEI-VE	: <i>Trade Expo Indonesia – Virtual Event</i>
TTI	: <i>Trade, Tourism and Investment</i>
UKM	: Usaha Kecil dan Menengah
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
WTO	: <i>World Trade Organization</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pesatnya globalisasi telah mempengaruhi hampir seluruh kegiatan manusia, tidak terkecuali juga kehidupan ekonomi, sosial dan politik di masyarakat. (Saner & Yiu, *International Economic Diplomacy : Mutations in Post-odern Times*, 2003). Hal tersebut bisa terlihat dari adanya suatu konektivitas lebih lanjut dan adanya interdependensia dengan bertambahnya para aktor non-negara yang secara langsung ikut kedalam sistem tersebut. Dalam kesempatan yang sama juga, negara-negara juga ikut turut ambil andil dengan berlomba-lomba dalam peningkatan ekonomi dan disaat bersamaan pula, mereka menjalin kerjasama-kerjasama dengan negara-negara lain untuk mencapai perjanjian-perjanjian perdagangan. Melalui perdagangan lintas batas inilah negara akan meraih *Foreign Direct Investment* (FDI) sebanyak-banyaknya.

Perdagangan merupakan hal yang penting bagi setiap umat manusia di bumi ini, perdagangan merupakan komponen yang penting agar bisa bertahan hidup. Bahkan sudah banyak sekali orang-orang menggunakan teknik perdagangan sebagai mata pencaharian utamanya, tidak terkecuali suatu negara. Melalui perdagangan internasional, suatu negara bisa mendapatkan pemasukan dalam bentuk devisa, ruang kerja sama, relasi antar negara, dan pengendalian harga-harga domestik

Dikutip dari Maulana, “perdagangan Internasional sebagai akibat dari globalisasi kini semakin menjadi pusat perhatian dunia, kepentingan pencapaian pasar semakin membutuhkan ruang yang luas dari wilayah suatu negara, hubungan yang saling menguntungkan, menjadi bahasan utama dalam forum-forum kerja sama internasional baik bilateral maupun multilateral seperti WTO dan APEC. Pemetaan peluang serta tantangan perdagangan internasional dilakukan terus menerus sebagai strategi fundamental dalam menghadapi perkembangan perdagangan internasional, agar dapat meraih kejayaan ekonomi dalam negeri.” (Maulana, 2018)

Dalam perolehan dari survei tahun 2009 lalu dilaksanakan oleh AUMA - *Association of the German Trade Fair Industry*, dapat disimpulkan bagi para pengusaha di Jerman, cara yang paling efektif menaikkan aktivitas jual beli berskala besar adalah partisipasi dalam pameran dagang atau *trade expo* (81%), disusul oleh *personal sell* (74%), *direct mailing* (53%), *advertising in trade journal* (49%), *public relations* (41%) dan *internet sales* (36%) dan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh *The Center for Exhibition Industry Research – United States of America* (CEIR-USA) mengatakan bahwa menyelenggarakan eksibi pameran perdagangan sangat berguna untuk meningkatkan daya beli dan memperluas jaringan perdagangan dikarenakan 86% dari pengunjung suatu eksibisi perdagangan adalah orang-orang yang disebut sebagai *influenced buying decisions* yang artinya orang tersebut cenderung sudah memiliki tujuan dan maksud tertentu untuk membeli di suatu eksibisi pameran perdagangan. (Hidajat, 2011).

Beragam jenis eksibisi pameran perdagangan yang diselenggarakan di dunia mulai dari skala yang paling kecil seperti bazaar dan skala yang paling besar seperti pameran perdagangan internasional. Eksibisi pameran perdagangan terbesar ialah *World Expo* yang diadakan setiap 5 tahun sekali. *World Expo* pertama telah diselenggarakan pada tahun 1851 di London dan yang terbaru adalah *World Expo 2020* yang akan diselenggarakan di Dubai dan digadang-gadang akan menjadi *World Expo* terbesar yang pernah diselenggarakan.

Di Indonesia sendiri banyak sekali jenis eksibisi pameran perdagangan seperti *The International Handicraft Trade Fair* (INACRAFT) yang diselenggarakan oleh Asosiasi Eksportir dan Produsen Handicraft Indonesia (ASEPHI) dimana ini adalah salah satu pameran yang bersifat campuran *Business-to-business* (B-to-B) dan *Business-to-customer* (B-to-C), lalu ada *Jakarta Fair* yang diselenggarakan setiap tahun oleh Dinas Perdagangan DKI Jakarta yang bersifat *Business-to-customer*, *International Furniture & Craft Fair Indonesia* (IFFINA) dan berganti nama menjadi *Indonesia International Furniture Expo* (IFEX) yang menasar pasar khusus furniture dan mebel yang diselenggarakan oleh Asosiasi Pengusaha Mebel Indonesia (ASMINDO) dan Trade Expo Indonesia (TEI) yang berorientasi kepada *Business-to-business* merupakan annual agenda yang selalu diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Ditjen PEN KEMDAG, 2011).

Dari berbagai pameran perdagangan tersebut, penulis akan memfokuskan penelitiannya terhadap “Trade Expo Indonesia” yang merupakan eksibisi pergelaran pameran perdagangan paling besar se-Indonesia dan diselenggarakan

setiap tahun. Trade Expo Indonesia ini terakhir kali diselenggarakan pada bulan Oktober tahun 2019 dan merupakan penyelenggaraan Trade Expo Indonesia yang ke-36.

Dalam penelitian kali ini, penulis akan menganalisis seefektif apa Trade Expo Indonesia dalam memacu kinerja ekspor Indonesia sejak tahun 2016-2019. Alasan utama dalam penelitian ini adalah :

1. Trade Expo Indonesia merupakan pameran perdagangan paling besar se-Indonesia

Untuk mencari kesempatan baik di pasar internasional., Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan melakukan pengembangan lebih lanjut, salah satunya dengan pergelaran Trade Expo Indonesia (TEI). “Trade Expo Indonesia merupakan program pergelaran pameran perdagangan tahunan dan yang paling besar di Indonesia yang dilaksanakan oleh Ditjen Pengembangan Ekspor Nasional (PEN) Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Pameran perdagangan ini diikuti oleh perusahaan-perusahaan terkemuka nasional dan dihadiri oleh banyak calon pembeli dari luar negeri. TEI diselenggarakan untuk bertujuan meningkatkan citra bangsa Indonesia di dunia internasional melalui berbagai potensi kekayaan alam, kreativitas dan budaya yang dihadirkan dalam berbagai bentuk produk yang berkualitas, berdaya saing dan memenuhi standar internasional. TEI memamerkan seluruh produk buatan Indonesia dimulai dari sektor industry, pertambangan, pertanian hingga kerajinan dari pemasok

produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi dengan reputasi yang terjamin di dunia internasional” (Ditjen PEN Kemdag, 2011). Sebagai perbandingan untuk besaran total transaksi Trade Expo Indonesia dengan pameran perdagangan di Indonesia lainnya dapat diketahui dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Total Transaksi berbagai pameran perdagangan di Indonesia

Nama Pameran Perdagangan	Total Transaksi			
	2016	2017	2018	2019
INACRAFT	Rp 164 M	Rp 128 M	RP 139,7 M	Rp 149 M
IFFINA / IFEX	Rp 9,7 T	Rp 14 T	Rp 15,9 T	Rp 17,8 T
TEI	Rp 14,2 T	Rp 19,4 T	Rp 127,33 T	Rp 153,28 T
Jakarta Fair	Rp 6,1 T	Rp 6,6 T	Rp 7,3 T	Rp 7,5 T

(sumber : diolah oleh penulis dari berbagai sumber)

TEI ini juga bersifat *Business-to-business* agar produsen bisa memperkenalkan produk ekspor berkualitas pada calon pembeli, sementara calon pembeli ini bisa mengetahui secara langsung produk-produk yang ditawarkan oleh produsennya, setelahnya pembeli dan produsen bisa melakukan gelar kontrak perdagangan dan biasanya dilakukan dalam partai besar, dari sinilah diharapkan timbul prospek bisnis.

2. Trade Expo Indonesia tahun 2016 dianggap sebagai titik kebangkitan ekspor nasional. TEI mulai mengalami trend yang positif di sektor

ekspornya yang mulai memiliki produk-produk yang bervariasi dan tidak hanya berfokus pada produk-produk migas saja setelah pada tahun sebelumnya mengalami penurunan transaksi yang cukup signifikan. Perbandingannya dapat diketahui dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Total transaksi Trade Expo Indonesia 2013-2016

Trade Expo Indonesia	Periode penyelenggaraan			
	2013	2014	2015	2016
Total transaksi	Rp 25,48 T	Rp 19,8 T	Rp 12,7 T	Rp 14,2 T

(sumber : diolah oleh peneliti dari berbagai sumber)

Bisa dilihat bahwasanya transaksi pada tahun 2014-2015 menurun secara pesat, pada Trade Expo Indonesia tahun 2013 berhasil membukukan transaksi yang cukup fantastis yakni Rp 25,48 T hal ini menandakan adanya peningkatan jumlah transaksi daripada tahun 2012 sebelumnya sebesar Rp 14 Triliun, meningkat 80,91% (Tempo.co, 2013), pada tahun 2014 total dari transaksi penyelenggaraan Trade Expo Indonesia adalah sebesar RP 19,8 Triliun, capaian ini menurun 22% dari penyelenggaraan pada tahun sebelumnya dan pada 2015 total transaksi Kembali anjlok ke angka Rp 12,7 Triliun. Transaksi ini mengalami penurunan sangat jauh atau sekitar 35,96% daripada transaksi tahun 2014 (CNN.com, 2015).

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis mengangkat penelitian dengan judul

**EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO INDONESIA
DALAM MEMACU KINERJA EKSPOR INDONESIA KHUSUSNYA PADA
PRODUK NON-MIGAS 2016-2019**

Melalui Trade Expo Indonesia ini yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan diharapkan bisa menjadi pemacu yang baik untuk kinerja ekspor Indonesia, baik transaksi jangka panjang maupun transaksi jangka pendek.

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang didapat dari pemaparan pada latar belakang yang pada paragraf-paragram diatas, diantaranya:

1. Bagaimana efektivitas pergelaran Trade Expo Indonesia dalam memacu kinerja ekspor Indonesia tahun 2016-2019 khususnya pada produk non-migas?;
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas tersebut?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Tujuan Objektif

- (a) Agar bisa mengetahui seberapa efektif pergelaran Trade Expo Indonesia dalam memacu kinerja ekspor Indonesia;
- (b) Agar bisa mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas tersebut.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Penelitian Teoritis

- (a) Harapannya, dari penelitian ini bisa menjadi acuan dalam penelitian lebih lanjut dan menerapkan teori-teori yang telah didapat selama bangku perkuliahan kedepannya.

2. Manfaat Penelitian Praktis

- (a) Bisa dijadikan wadah dalam pengembangan, penalaran dan pembentukan pola pikir yang dinamis serta dapat mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang sudah diperoleh;
- (b) Dapat memberikan masukan serta pengetahuan terhadap masyarakat dan berbagai sisi sehubungan dengan masalah-masalah penelitian, yang nantinya bisa digunakan oleh para pihak yang memiliki kesamaan masalah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, D., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Berridge, G. R., & James, A. (2003). *A Dictionary of Diplomacy*. London: Palgrave Mcmillan.
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (1996). *Principles of Economics*. London: Pearson.
- CNN.com. (2015, November 19). *Trade Expo Indonesia 2015 Bukukan Transaksi Rp 12 Triliun*. Retrieved from CNN.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151118182140-92-92560/trade-expo-indonesia-2015-bukukan-transaksi-rp-12-triliun>
- Ditjen Pen Kemendag Republik Indonesia. (2019). *Trade Expo Indonesia 2016-2019 post-show report*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Ditjen Pen Kementerian Perdagangan. (2011). *PENGHARGAAN PRIMANIYARTA*. Retrieved from DIRECTORATE GENERAL FOR NATIONAL EXPORT DEVELOPMENT: http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/links/80-penghargaan-primaniyarta
- Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. (2011). *Trade Expo*. Retrieved from Directorate General for National Export Development: http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/91-trade-expo
- Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. (2012). *Trade Expo Indonesia ke-27 : Menghadirkan Produk dalam negeri Berkualitas dan Prestisius*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. (2014). *Trade Expo Indonesia ke-29*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. (2015). *Trade Expo Indonesia ke-30*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Ditjen Pen Kementerian Perdagangan. (2016). *31st Trade Expo Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Ditjen PEN Kementerian Perdagangan. (2018). *33rd Trade Expo Indonesia : Creating Products for global opportunities!* Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

- Dr. J.H, A. I., & Kartasasmita, G. S. (2015). *Diplomasi Komersial Indonesia ke Belanda : Masa Kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014)*. Bandung: LPPM Universitas Katolik Parahyangan.
- Hafiz, M. N. (2016). *Modul Ajar Diplomasi*. Palembang: FISIP Universitas Sriwijaya.
- Hidajat, D. (2011). *99 Kunci Sukses Trade Expo Nasional dan Internasional*. Jakarta: PT. Lithopica Offset.
- Irawan, & Wijaya, F. (2000). *PEMASARAN Prinsip dan Kasus. Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPF.
- Johanta, A. (2012). *Analisis Kinerja Pameran Dagang Industri Kerajinan Indonesia (Studi Kasus Trade Expo Indonesia 2011)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mas'ood, M. (1989). *Studi Hubungan Internasional : Tingkat Analisis dan Teorisi*. Jogjakarta: Pusat Antar Universitas - Studi Sosial Universitas Gadjah Mada.
- Mas'ood, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES - Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi Indonesia.
- Maulana, D. (2018, Oktober 16). *Perkembangan Indonesia dalam Perdagangan Internasional*. Retrieved from Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/dicky99014/5bc54be8677ffb3f4a68c643/perkembangan-indonesia-dalam-perdagangan-internasional?page=all>
- Maxmanroe. (2019). *Pengertian Ekspor*. Retrieved from Maxmanroe.com: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-ekspor.html>
- Mutiawati, R. (2020, November). (M. I. Santosa, Interviewer)
- Orwin Yahya, A., & P Lubis, Y. (n.d.). EFEKTIVITAS PAMERAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DEWAN KERAJINAN NASIONAL DAERAH KOTA BOGOR. *Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*.
- Peter Situma, S. (2012). THE EFFECTIVENESS OF TRADE SHOWS AND EXHIBITIONS AS ORGANIZATIONAL MARKETING TOOL : ANALYSIS OF SELECTED COMPANIES IN MOMBASA. *International Journal of Business and Social Science*, 219-230.
- Reuvers, S. (2012). *Research on Commercial Diplomacy :Review and Implications*. Enschede: Universiteit Twente.

- Saner, R., & Yiu, L. (2003). International Economic Diplomacy : Mutations in Post-modern Times. *Discussion Paper on Diplomacy*.
- Saner, R., & Yiu, L. (2003). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times. *Discussion Paper in Diplomacy*, 13-14.
- Satow, E. (1932). *A Guide To Diplomatic Practice*. London: Longmans, Green and Co.
- Suryadi Umar, B. (2017). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Tempo.co. (2013, October 24). *Transaksi Trade Expo Indonesia Naik 80,91 Persen*. Retrieved from Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/524382/transaksi-trade-expo-indonesia-naik-8091-persen>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2012). *Economic Development (11th Ed)*. New York: Pearson.
- Wijayati, H. (2019, April 14). *Portal Ilmu*. Retrieved from Sejarah Perkembangan Teori Diplomasi Ekonomi: <https://portal-ilmu.com/sejarah-teori-diplomasi-ekonomi>