

## PARADIPLOMASI PROVINSI JAWA TENGAH DALAM MEMPROMOSIKAN UMKM JAWA TENGAH PADA PAMERAN INTERNASIONAL (2019-2023)

Muhammad Fadillah Wiyototsani<sup>1</sup>, Gilang Nur Alam<sup>2</sup>, Windy Dermawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran

Email Korespondensi: fadhilwiyoto@gmail.com

Email: gnuralam@mail.unpad.ac.id; windy.dermawan@unpad.ac.id

### ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the regional economy of Central Java, Indonesia. However, they face resource limitations that impact their performance, especially in foreign trade. To support MSMEs, the Central Java Provincial Government, through agencies like the Industry and Trade Office and the Koperasi and SMEs Office, promotes them via international exhibitions. Notable events from 2019 to 2023 include Festival Indonesia in Moscow, UKM Virtual Expo, a furniture exhibition in Antwerp, and Expo Indonesia en Mexico in Mexico City. The Covid-19 pandemic heightened the need for government intervention to expand MSMEs' markets abroad. This research analyzes these international activities as a form of paradiplomacy, where subnational actors like provincial governments engage in foreign relations. A qualitative research approach was used, involving literature reviews and interviews, with data triangulation to ensure validity and reliability. The findings indicate that the Central Java Provincial Government has successfully promoted MSMEs internationally through paradiplomacy, aligning with national diplomatic strategies and policies aimed at mitigating Covid-19's impact on MSMEs.

**Keywords:** paradiplomacy, Central Java, MSMEs, exhibition.

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian daerah Jawa Tengah, Indonesia. Namun, mereka menghadapi keterbatasan sumber daya yang berdampak pada performa mereka, terutama dalam perdagangan luar negeri. Untuk mendukung UMKM, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui instansi seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Koperasi dan UKM mempromosikannya di pameran internasional. Peristiwa penting dari tahun 2019 hingga 2023 antara lain Festival Indonesia di Moskow, UKM Virtual Expo, pameran furnitur di Antwerp, dan Expo Indonesia en Mexico di Mexico City. Adanya pandemi Covid-19 meningkatkan perlunya intervensi pemerintah untuk memperluas pasar UMKM di luar negeri. Penelitian ini menganalisis aktivitas internasional tersebut sebagai bentuk paradiplomasi, dimana aktor subnasional seperti pemerintah provinsi terlibat dalam hubungan luar negeri. Pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan adalah tinjauan pustaka dan wawancara, dengan triangulasi data untuk menjamin validitas dan reliabilitas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah berhasil mempromosikan UMKM secara internasional melalui paradiplomasi, selaras dengan strategi dan kebijakan diplomasi nasional yang bertujuan memitigasi dampak Covid-19 terhadap UMKM.

**Kata Kunci:** paradiplomasi, Jawa Tengah, UMKM, pameran.

### PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia mendapat perhatian besar dari masyarakat dan pemerintah karena perannya yang strategis dalam perekonomian nasional. UMKM menyediakan lapangan kerja dan hasil produksi bagi masyarakat, sementara bagi pemerintah, mereka adalah kunci mencapai program pembangunan. UU Nomor 20 tahun 2008 mendefinisikan UMKM berdasarkan bentuk kepemilikan, jumlah aset, dan batasan hasil penjualan tahunan, membedakannya dari usaha besar. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto menyatakan bahwa rasio kewirausahaan di

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



Indonesia mencapai 3,47% pada tahun 2020, melampaui standar internasional 2% (Kementerian Perindustrian, 2018; Yuantisya, 2022). Meski demikian, angka ini masih tertinggal dibandingkan negara ASEAN seperti Singapura (7%) dan Malaysia (5%).

UMKM menyerap 97,05% tenaga kerja dunia usaha di Indonesia dan mendominasi 99,09% unit usaha dalam negeri (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2021). UMKM juga mampu bertahan dalam krisis global, mengurangi pengangguran. Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Koperasi dan UKM, serta dinas terkait di daerah, mendukung pengembangan UMKM berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. Produk UMKM memiliki keunikan dan daya saing internasional. Pameran UMKM di luar negeri, seperti Festival Indonesia di Moskow, UKM Virtual Expo, dan Expo Indonesia en Mexico di Mexico City, mendukung promosi ini. Pameran UMKM, meski terhambat pandemi Covid-19, tetap berlanjut secara virtual dan hibrida untuk memperluas pasar hingga ekspor (Cahya, 2020; Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jateng, 2020).

Kondisi UMKM di Jawa Tengah, provinsi terbesar ketiga di Indonesia dengan populasi 36.742.501 jiwa, sangat signifikan. Pada tahun 2016, UMKM mendominasi 99,92% usaha di provinsi dan menyerap 96,78% tenaga kerja (Susatmoko, 2023). Jumlah ini terus bertumbuh hingga tahun 2023, menunjukkan pengaruh besar UMKM dalam perekonomian daerah (Pujiyono et.al, 2018). Besarnya potensi UMKM di Jawa Tengah mendorong diadakannya pameran UMKM di mancanegara. Dari tahun 2019 hingga 2023, berbagai pameran internasional yang menggunakan identitas Jawa Tengah diselenggarakan untuk mempromosikan UMKM, meskipun ada perbedaan dalam pihak penyelenggara, frekuensi acara, dan negara tujuan pameran.

Pertama, pada tahun 2019 terdapat *stand* UMKM Jawa Tengah pada Festival Indonesia di Moskow, Rusia. Pemerintah provinsi Jawa Tengah melalui perangkat daerah terkait mengkoordinasi keikutsertaan UMKM dengan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo sebagai ketua delegasi. Forum bisnis juga diadakan untuk memfasilitasi pertemuan antara pelaku bisnis Jawa Tengah dan Rusia. Sementara pameran UKM Virtual Expo (UVO) yang diselenggarakan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah selama 2020 hingga 2021 ditujukan untuk membantu pemasaran UMKM yang terdampak oleh Covid-19. Program ini diadakan secara virtual dan hibrida agar pameran UMKM tetap dapat berjalan dengan menargetkan pengunjung dan pembeli dari luar negeri.

Terakhir, Expo Indonesia en Mexico di Mexico City, Meksiko, menjadi pameran terbaru yang diikuti UMKM Jawa Tengah di mancanegara, dikoordinasikan oleh perangkat daerah provinsi. UMKM yang ikut serta diseleksi berdasarkan potensi pasar dan kapasitas usaha dengan produk yang beragam dari sektor fashion, furnitur, kerajinan, makanan, dan minuman. Pameran UMKM asal Jawa Tengah yang diselenggarakan di mancanegara atau yang menyasar pasar internasional menarik perhatian peneliti untuk mengkajinya sebagai bagian dari diplomasi provinsi Jawa Tengah. Selain membentuk persepsi internasional terhadap provinsi, penyelenggaraan pameran UMKM ditujukan untuk menarik perhatian aktor dari negara lain terhadap kepentingan Jawa Tengah. Berdasarkan paparan tersebut, maka penelitian ini mengkaji pameran UMKM Jawa Tengah sebagai bentuk paradiplomasi, menggabungkan diplomasi subnasional dengan peran aktor lokal dan non-pemerintah untuk memenuhi kepentingan daerah. Judul penelitian adalah "Paradiplomasi Provinsi Jawa Tengah dalam Mempromosikan UMKM Jawa Tengah pada Pameran Internasional (2019-2023)."

## METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam riset ini adalah kualitatif sebagai strategi riset menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2000) sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang, maupun perilaku yang dapat diamati. Sumber data yang digunakan dalam riset yaitu sumber data primer dan data sekunder yang diperoleh dari pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam riset ini dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan (*library research*) dan wawancara untuk kemudian diolah menjadi sebuah riset. Studi kepustakaan dipilih sebagai teknik pendataan riset mengingat riset terhadap paradiplomasi Jawa Tengah melalui pameran UMKM internasional dapat dilakukan melalui penelusuran konsep dan implementasi terhadap dokumen resmi, buku, artikel jurnal, dan situs resmi. Bagian dari studi kepustakaan adalah *internet-based research* yang merupakan cara periset mengumpulkan data melalui internet. Internet

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



based research memiliki dua jenis yang dibagi sebagai riset primer dan riset sekunder (Carbonnell, 2020). Teknik selanjutnya yang menjadi bagian dari studi kepustakaan adalah *archival document-based research*, meliputi kegiatan menyelidiki dokumen serta bahan tekstual yang dihasilkan dari dan mengenai subjek tertentu. Teknik pengumpulan data yang terakhir adalah wawancara sebagai teknik riset kualitatif dengan periset untuk mendapatkan perspektif dari narasumber yang akan memperkaya data dan memperluas wawasan periset mengenai paradiplomasi Jawa Tengah melalui pameran UMKM internasional.

## PEMBAHASAN

### Profil UMKM Jawa Tengah

Data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 menunjukkan bahwa terdapat 4.174.210 usaha di provinsi Jawa Tengah. Jumlah ini terdiri dari 3.776.843 usaha mikro, 354.884 usaha kecil, 39.125 usaha menengah, dan 3.358 usaha besar (Susatmoko, 2023). Menurut data terbaru dari Dinas Koperasi (Dinkop) UKM Jawa Tengah, UMKM merupakan mayoritas dengan 99,92% dari total 4.170.852 usaha di provinsi tersebut, dan jumlah ini terus meningkat sejak 2016. UMKM memiliki peran besar dalam perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), dan keberlanjutan rantai pasokan. Selain itu, UMKM membantu mengurangi ketergantungan ekonomi pada sektor tertentu dan mendukung diversifikasi serta inovasi ekonomi (Susatmoko, 2023).

Produk UMKM Jawa Tengah telah mencapai pasar ekspor, berkontribusi pada perdagangan non-migas. Negara tujuan utama ekspor dari Januari hingga Mei 2023 adalah Amerika Serikat, Jepang, Cina, Jerman, Korea Selatan, Belanda, India, Malaysia, Australia, dan Taiwan. Produk-produk unggulan UMKM meliputi fashion, furnitur, kerajinan, serta makanan dan minuman (Susatmoko, 2023). Selain itu, produk berbahan baku herbal seperti jamu juga menjadi unggulan, terkait dengan tradisi lokal (Dwiprasetiyanti, 2023). Keunggulan produk UMKM Jawa Tengah juga didukung oleh nilai budaya lokal, seperti batik dari Pekalongan, Surakarta, Sukoharjo, dan Lasem. Jawa Tengah merupakan provinsi dengan usaha batik terbesar, dengan 2.191 UMKM dan 108 usaha menengah dan besar (Ahdiat, 2022). Selain batik, jamu dari Sukoharjo telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Tak Benda asal Indonesia pada tahun 2023, bersama produk lain seperti tenun lurik dari Klaten dan tenun ikat Troso dari Jepara.

UMKM Jawa Tengah menghadapi kendala dalam promosi produk dan pemenuhan standar ekspor. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah daerah memberikan pembinaan dan dukungan, termasuk pelatihan digitalisasi dan pemenuhan syarat ekspor seperti sertifikasi halal dan Sistem Verifikasi Legal Kayu (SVLK) (Susatmoko, 2023). Hingga triwulan 2023, Dinkop UKM Jawa Tengah telah membina 183.181 UMKM dari berbagai sektor, dengan dukungan dari instansi lain seperti Disporapar, Disperindag, Bank Indonesia, dan Bank Jateng. Partisipasi UMKM dalam pameran internasional menjadi salah satu strategi efektif untuk promosi, diikuti dengan forum business matching yang mempertemukan pelaku UMKM dengan bisnis asing. Namun, keterbatasan finansial menghalangi partisipasi mandiri UMKM. Oleh karena itu, UMKM memanfaatkan inisiatif dari pemerintah daerah dan bank untuk berpartisipasi dalam pameran seperti Festival Indonesia di Moskow, UKM Virtual Expo, pameran furnitur di Antwerp, dan Expo Indonesia en Mexico di Mexico City (Dwiprasetiyanti, 2023).

### Ikhtiar Provinsi Jawa Tengah Mempromosikan UMKM melalui Pameran Internasional

Selain melalui kerja sama provinsi kembar, Jawa Tengah aktif mempromosikan kepentingan daerah melalui aktivitas luar negeri. UMKM memiliki posisi penting dalam ekonomi daerah, tetapi keterbatasan aktivitas luar negeri mendorong Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk melakukan promosi melalui pameran. Pada periode 2019-2023, Jawa Tengah menggelar pameran di luar negeri seperti Festival Indonesia di Moskow, UKM Virtual Expo, pameran furnitur di Antwerp, dan Expo Indonesia en Mexico, dengan variasi dalam bentuk, durasi, lokasi, penyelenggara, dan peserta pameran.

#### 1. Festival Indonesia di Moskow

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



Pada tahun 2019, produk UMKM Jawa Tengah tampil di Moskow, Rusia, dalam Festival Indonesia keempat yang diselenggarakan oleh KBRI Moskow. Festival ini bertujuan memperkenalkan Indonesia melalui perdagangan, pariwisata, investasi, dan budaya, serta memperingati 70 tahun hubungan diplomatik antara Indonesia dan Rusia. Festival berlangsung pada 2-4 Agustus 2019 di Taman Krasnaya Presnya Moskow, menampilkan 200 stan dan 700 peserta asal Indonesia dari unsur pemerintah pusat, pemerintah daerah, pelaku bisnis, dan kegiatan seni. Pemerintah daerah yang ikut serta berasal dari 10 provinsi dan kabupaten, termasuk Jawa Tengah. Delegasi Jawa Tengah, yang diundang oleh Duta Besar RI untuk Rusia, Mohamad Wahid Supriyadi, terdiri dari 22 orang termasuk Gubernur Ganjar Pranowo dan perwakilan UMKM terpilih. Keikutsertaan dalam festival ditangani oleh Disperindag Jawa Tengah dengan misi perdagangan, serta dinas terkait investasi dan pariwisata. UMKM yang ikut serta dipilih berdasarkan minat pasar Moskow terhadap produk makanan dan minuman, busana, furnitur, dan kerajinan.

Sebelum festival, pada 1 Agustus 2019, diadakan Indonesia-Russia Business Forum di Hotel Ritz Carlton Moskow dengan 500 peserta. Gubernur Ganjar Pranowo menjadi pembicara utama, membahas potensi provinsi dalam perdagangan, pariwisata, dan investasi, serta menyaksikan penandatanganan 9 MoU antara perusahaan Jawa Tengah dan Rusia senilai jutaan dolar AS. Selama festival, KBRI Moskow mencatat 117.669 pengunjung, dengan total pembelian produk UMKM Jawa Tengah mencapai 48.862.000 rupiah dan 7 Letter of Agreement (LoA) senilai 911.000 dolar AS. Keikutsertaan Jawa Tengah dalam Festival Indonesia di Moskow menghasilkan pembelian produk dan kesepakatan bisnis yang signifikan, menunjukkan minat pasar Rusia terhadap produk UMKM Jawa Tengah dan mendorong Disperindag Jawa Tengah untuk menindaklanjuti hasil tersebut.

## 2. UKM Virtual Expo

UKM Virtual Expo (UVO) adalah pameran virtual produk UMKM Jawa Tengah, diselenggarakan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (Dinkop UKM) Jawa Tengah. UVO pertama kali diadakan pada tahun 2020 karena pandemi Covid-19, menampilkan 910 produk dari 42 UMKM di bidang fashion, furnitur, kerajinan, serta makanan dan minuman. UVO 2020 dilakukan dua kali, dengan fokus kedua pada produk fashion tradisional seperti batik dan tenun lurik. Pameran ini menarik 20.678 kunjungan virtual dan transaksi produk dari dalam dan luar negeri.

Pada 2021, UVO diadakan dua kali. Pameran pertama pada 16-18 Februari berfokus pada UMKM makanan dan minuman, sementara pameran kedua pada 18-21 September berfokus pada produk furnitur dan dekorasi rumah. Pameran tersebut diikuti oleh 399 UMKM dengan total 4.232 produk dan 17.388 kunjungan virtual. Dinkop UKM Jawa Tengah mencatat transaksi sebesar 5,5 miliar rupiah dari semua pameran UVO hingga 2021, dengan tambahan 4,5 miliar rupiah dari pembelian berulang (Susatmoko, 2023; Diskominfo Jateng, 2022).

## 3. Pameran Furnitur Dinas Koperasi Jawa Tengah di Antwerp

Dinkop UKM Jawa Tengah juga terlibat dalam pameran furnitur di Antwerp, Belgia, dari Desember 2021 hingga Desember 2022. Pameran ini menampilkan produk furnitur dari 4 UMKM binaan yang menggunakan bahan baku berkelanjutan. Program ini didukung oleh Bank Indonesia dan Bank Jateng, serta aggregator produk Codesignhub. Kerjasama tersebut selain mempromosikan produk UMKM Jawa Tengah dalam bentuk pameran juga mencakup penghubungan pada pelanggan retail, business matching dengan pelaku bisnis Belgia serta penyelenggaraan aktivitas yang melibatkan masyarakat lokal. Program tersebut terbentuk melalui kerjasama antara Dinkop UKM Jawa Tengah, Bank Indonesia Kantor Wilayah Jawa Tengah yang memenuhi biaya pengiriman produk melalui jalur laut hingga ke lokasi pameran dari Semarang ke Antwerp, Codesignhub sebagai agregator produk yang merupakan perusahaan diaspora Indonesia di Belgia, serta Borgerhub yang memasarkan produk UMKM dengan prinsip berkelanjutan di Antwerp melalui 'pop-up store.'

Produk furnitur yang diikutsertakan memiliki prinsip berkelanjutan dalam produksinya dengan memanfaatkan limbah sebagai bahan baku seperti kayu bekas perahu, kayu jati reklamasi, dan kayu limbah pantai (driftwood). Karakteristik produk tersebut sesuai dengan minat konsumen Belgia dan Uni Eropa yang memiliki perhatian tinggi terhadap isu keberlanjutan lingkungan serta regulasi yang ketat terhadap asal-usul produk berbahan kayu yang masuk ke pasar Uni Eropa

#### 4. Expo Indonesia en Mexico

Expo Indonesia en Mexico (EIM) 2023 diadakan oleh Kementerian Perdagangan dan KBRI Mexico City, memperingati 70 tahun hubungan diplomatik Indonesia-Meksiko. Pameran yang diselenggarakan oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) dengan bekerja sama dengan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Mexico City ini bertujuan untuk mempromosikan tiga sektor utama yaitu perdagangan, pariwisata, dan investasi (*trade, tourism, and investment*) serta budaya Indonesia pada publik dan pemerintah Meksiko. Pameran ini diikuti oleh 51 peserta, termasuk 6 UMKM dari Jawa Tengah yang menampilkan produk bulu mata palsu, briket arang, gula kelapa, furnitur, tas tangan, dan batik pewarna alami. Disperindag Jawa Tengah mencatat transaksi langsung sebesar 2.161 dolar AS dan potensi pembelian 725.200 dolar AS, serta lima Letter of Intent (LOI) dengan mitra Meksiko. Demikian eksistensi pameran ini berhasil menunjukkan adanya minat pasar Meksiko terhadap produk UMKM Jawa Tengah dan membuka peluang untuk memperluas pasar di Amerika Latin (Susatmoko, 2023).

#### Relasi UMKM Jawa Tengah dengan Paradiplomasi

Aktor daerah melakukan paradiplomasi untuk tujuan ekonomi, budaya, dan politik (Keating, 2013). Globalisasi ekonomi menjadikan ekonomi daerah dan internasional saling terhubung, mendorong daerah untuk mencari investasi, pasar produk, transfer teknologi, dan pariwisata internasional demi penguatan UMKM. UMKM mendominasi 99,92% usaha di Jawa Tengah (Susenas BPS 2016) dan berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan, dan PDRB (Susatmoko, 2023). Peningkatan perdagangan internasional UMKM meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Dwiprasetyanti, 2023).

Kerjasama provinsi kembar, seperti antara Jawa Tengah dan Fujian, Chungcheongbuk-do, Siem Reap, Sverdolsk, dan Queensland, mempromosikan UMKM melalui sektor perdagangan, pariwisata, dan investasi (Puspitasarie et al., 2022). Selain itu, Jawa Tengah aktif dalam pameran internasional seperti Festival Indonesia di Moskow dan Expo Indonesia en Mexico untuk mempromosikan UMKM. Aktivitas luar negeri Jawa Tengah yang terkait dengan UMKM, seperti pameran dan forum bisnis, merupakan bagian dari paradiplomasi. Secara legal-formal, kegiatan ini mencakup representasi, negosiasi, dan promosi ekonomi, sesuai dengan fungsi diplomasi dalam Konvensi Wina tentang Hubungan Diplomatik (1961).

#### Tujuan dan Sasaran Paradiplomasi Jawa Tengah untuk Mempromosikan UMKM

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah melakukan berbagai aktivitas untuk mempromosikan UMKM di pasar internasional. Kegiatan ini meliputi partisipasi dalam pameran internasional seperti Festival Indonesia di Moskow dan Expo Indonesia en Mexico, serta penyelenggaraan pameran seperti pameran furnitur berkelanjutan di Antwerp dan UKM Virtual Expo. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mempromosikan kepentingan Jawa Tengah, terutama keberlangsungan UMKM. Empat faktor yang mendorong hubungan internasional aktor daerah, menurut Kincaid (2003), adalah ekonomi, budaya, politik, dan urusan perbatasan. Keating (2013) menegaskan bahwa ekonomi menjadi faktor utama bagi aktor daerah dalam melakukan hubungan luar negeri, termasuk untuk mencari investasi, menarik wisatawan, dan menemukan pasar baru untuk produk daerah. UMKM memiliki dampak besar pada ekonomi daerah namun seringkali memiliki keterbatasan sumber daya dan relasi untuk menembus pasar global. Oleh karena itu, promosi UMKM melalui paradiplomasi menjadi penting untuk mencegah ketergantungan ekonomi daerah pada aktivitas internasional dan menjaga kestabilan ekonomi lokal.

Keikutsertaan Jawa Tengah dalam Festival Indonesia di Moskow bertujuan untuk mempromosikan potensi dan produk unggulan UMKM di pasar Rusia dan Eropa Timur. Selain untuk meningkatkan kerjasama perdagangan, partisipasi ini juga bertujuan untuk mendorong UMKM Jawa Tengah meningkatkan mutu produknya sesuai permintaan pasar internasional. Aktivitas ini juga memperkuat hubungan sister province dengan Oblast Sverdlovsk, Rusia, yang telah terjalin sebelumnya (Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2019). Dalam Expo Indonesia en Mexico, tujuan utama Jawa Tengah adalah mempromosikan produk UMKM di pasar Meksiko dan membuka peluang kerjasama perdagangan. Partisipasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk UMKM agar sesuai

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



dengan permintaan pasar internasional, khususnya di Amerika Latin. Aktivitas ini juga berupaya membangun citra positif Jawa Tengah di mata pemerintah dan publik Meksiko (Disperindag Jawa Tengah, 2023).

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah juga mengadakan pameran furnitur berkelanjutan di Antwerp dengan tujuan membuka pasar baru di Belgia dan Uni Eropa. Pameran ini memanfaatkan regulasi Uni Eropa tentang produk kayu berkelanjutan yang menguntungkan produk furnitur dari Jawa Tengah yang menggunakan Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) (Andri Hadi, 2021). Selain itu, tren peningkatan impor furnitur Indonesia ke Belgia selama pandemi Covid-19 menunjukkan potensi pasar yang besar. Pandemi Covid-19 telah memperkuat urgensi untuk mempromosikan UMKM Jawa Tengah ke pasar internasional. Penurunan omzet UMKM akibat pandemi mendorong pemerintah daerah untuk lebih aktif dalam membuka dan mengembangkan pasar baru melalui pameran internasional (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jateng, 2020).

Aktivitas paradiplomasi Jawa Tengah dalam mempromosikan UMKM juga menunjukkan paralelitas dengan diplomasi negara. Pemerintah daerah bekerjasama dengan KBRI di negara tujuan pameran, seperti KBRI Moskow, KBRI Mexico City, dan KBRI Brussel, menunjukkan sinergi antara aktor daerah dan pusat dalam mencapai tujuan bersama. Dokumen seperti Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 5 Tahun 2020 dan Rencana Strategis Kementerian Perdagangan Tahun 2020-2024 mendukung promosi UMKM Jawa Tengah di pasar internasional (Kemenkop UKM, 2020; Kemendag, 2020). Pandemi Covid-19 juga memperkuat kebijakan ini dengan adanya Peraturan Pemerintah No.23 Tahun 2020 yang mendorong perluasan pasar UMKM hingga ekspor. Inisiatif ini menjadi pendorong bagi pemerintah Jawa Tengah untuk melindungi dan memulihkan UMKM melalui upaya promosi ke luar negeri (PP No.23 Tahun 2020). Dengan demikian, aktivitas paradiplomasi Jawa Tengah untuk mempromosikan UMKM melalui pameran internasional memiliki tujuan utama untuk membuka dan memperluas pasar, mendukung keberlangsungan UMKM, dan membangun citra positif Jawa Tengah di mata internasional.

## **Pameran sebagai Paradiplomasi Provinsi Jawa Tengah untuk Mempromosikan UMKM**

Aktivitas Jawa Tengah dalam berbagai pameran untuk mempromosikan UMKM ke pasar luar negeri adalah bentuk paradiplomasi. Menurut Cornago (1999), paradiplomasi adalah aktivitas hubungan internasional yang dilakukan oleh aktor subnasional untuk mempromosikan kepentingan ekonomi, budaya, politik, dan dimensi lainnya. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melakukan ini melalui perangkat daerah terkait, dengan mandat untuk mewakili dan bertanggung jawab atas kepentingan daerah. Kolaborasi antara aktor daerah dan pusat, seperti KBRI dan KJRI, mendukung aktivitas paradiplomasi dengan menyediakan pengetahuan, relasi, dan sumber daya yang diperlukan. Dukungan dari KBRI mencakup promosi pameran, penyebaran informasi, dan penghubungan dengan pelaku bisnis setempat. Kehadiran duta besar sebagai kepala KBRI dalam pameran menunjukkan dukungan formal dan peran aktif dalam kegiatan ini.

Paradiplomasi Jawa Tengah mencerminkan beberapa fungsi diplomasi yang dibakukan dalam Konvensi Vienna (1961), yaitu representasi, proteksi, negosiasi, penyelidikan, dan promosi. Dalam pameran seperti Festival Indonesia di Moskow dan Expo Indonesia en Mexico, delegasi Jawa Tengah mempromosikan kepentingan daerah, menghasilkan komitmen perdagangan yang dituangkan dalam LoA dan LoI, serta mengumpulkan informasi pasar. Pameran virtual seperti UKM Virtual Expo juga menjalankan fungsi promosi ekonomi dengan cara yang berbeda namun tetap efektif. Partisipasi masyarakat dalam pameran, seperti KADIN Jawa Tengah dan Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia (Asmindo) Jawa Tengah, membantu dalam persiapan dan pelaksanaan pameran. Mereka berperan sebagai penghubung antara pelaku bisnis UMKM dan pemerintah daerah, memberikan pendampingan, dan membantu dalam kurasi produk. Misalnya, pameran furnitur di Antwerp melibatkan kerjasama dengan Codesignhub yang membantu dalam merancang pameran dan kegiatan promosi lainnya.

Dominasi aktivitas aktor pemerintahan provinsi dalam promosi UMKM di luar negeri ditopang oleh kemampuan pembiayaan dari APBD. UMKM di Jawa Tengah umumnya memiliki keterbatasan sumber daya finansial dan relasi untuk mengikuti pameran internasional secara mandiri, sehingga masih

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed



bergantung pada bantuan dan inisiatif pemerintah daerah. Kegiatan hubungan luar negeri oleh pelaku bisnis secara mandiri hanya dilakukan oleh perusahaan besar atau UMKM dengan sumber daya besar, tetapi ini bukan bagian dari paradiplomasi Jawa Tengah (Dwiprasetiyanti, 2023).

Paradiplomasi Jawa Tengah melalui pameran digarisbawahi karakteristik kerjasama antara aktor daerah dan pusat, di mana keduanya saling mendukung untuk mencapai kepentingan bersama. Aktor daerah Jawa Tengah memperoleh bantuan dari KBRI untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan dan sumber daya di negara lokasi pameran, sementara KBRI terbantu dalam melaksanakan fungsi diplomasi perdagangan. Kincaid (2003) menggambarkan bahwa aktivitas internasional aktor daerah dengan latar belakang ekonomi lebih terbuka untuk kolaborasi dengan pemerintah pusat, karena keberhasilan ekonomi daerah juga berdampak positif bagi ekonomi nasional. Melalui paradiplomasi, Jawa Tengah mampu mengatasi tantangan dalam promosi UMKM di pasar global, memperluas peluang perdagangan, dan mendukung keberlanjutan ekonomi daerah. Pandemi Covid-19 memperkuat urgensi promosi internasional UMKM, sejalan dengan inisiatif nasional untuk pemulihan ekonomi (Peraturan Pemerintah No.23 Tahun 2020).

## KESIMPULAN

Pengaruh UMKM terhadap ekonomi daerah mendorong Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk memperluas pasar internasional, meningkatkan kualitas dan inovasi UMKM, serta mencapai kepentingan daerah dalam sektor perdagangan, pariwisata, dan investasi (TTI). Promosi UMKM dilakukan melalui pameran internasional seperti Festival Indonesia di Moskow (2019), Expo Indonesia en Mexico di Mexico City (2023), pameran furnitur di Antwerp (2021-2022), dan UKM Virtual Expo (2020-2021). Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, bersama aktor pusat seperti KBRI dan KJRI, serta unsur masyarakat seperti KADIN dan Asmindo, menjadi aktor utama dalam promosi ini. Upaya ini dipahami sebagai bentuk paradiplomasi Jawa Tengah untuk mempromosikan UMKM. Paralelitas antara paradiplomasi Jawa Tengah dan diplomasi negara terlihat dalam kesesuaian agenda promosi UMKM di pasar internasional, serta kehadiran aktor daerah dan pusat dalam pameran internasional.

Demikian promosi UMKM Jawa Tengah ke pasar luar negeri telah berjalan dengan baik, namun masih ada ruang untuk peningkatan. Periset menyarankan agar aktor daerah meningkatkan intensitas promosi ke pasar tradisional dan non-tradisional, serta melakukan riset mendalam tentang peluang pasar dan memperluas pembinaan UMKM. Pendampingan oleh aktor daerah dan masyarakat juga penting untuk menjaga komitmen dagang dan citra positif UMKM. Di samping itu, periset juga mengamati adanya kerancuan dalam definisi paradiplomasi, khususnya terkait batasan aktor yang bisa melakukannya, yang menjadi dasar dalam membedakan paradiplomasi dari diplomasi negara dan aktor non-negara lainnya. Kerancuan ini berdampak pada minat studi Hubungan Internasional dalam menggunakan konsep paradiplomasi, meskipun aktivitas luar negeri oleh aktor daerah terus meningkat. Periset berharap kajian mengenai aktivitas luar negeri oleh aktor daerah, terutama di Indonesia, semakin berkembang untuk mengakomodasi peningkatan aktivitas tersebut.

## REFERENSI

- Ahdiat, A. (2022, October 2). Ini 10 Provinsi yang Punya Produsen Batik Terbanyak. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/02/ini-10-provinsi-yang-punya-produsen-batik-terbanyak>
- Cahya, C. (2020, Juli 23). 26.568 UMKM di Jawa Tengah terdampak pandemi covid-19. Suara Merdeka. Melalui <<https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/pr-04141491/26568-umkm-di-jawa-tengah-terdampak-pandemi-covid19>> [23/6/22]
- Carbournell, J. (2020). Research Methodology: Comparative Cultural Studies and Internet-Based Research. Retrieved from Medium: <https://julien-carbournell.medium.com/research-methodology-comparativestudies-and-internet-based-research-a24219066677>
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2021, September 25). Empat Kunci UMKM Untuk Tembus Pasar Global. Melalui <[https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2324821.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2324821.aspx)> [8/8/22]

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

- Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jateng (2020, Juli 22). *Prime topic: Menopang Daya Tahan UMKM*. DPRD JATENG. Melalui <<https://dprd.jatengprov.go.id/2020/07/22/prime-topic-menopang-daya-tahan-umkm/>> [22/7/20]
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Data UMKM Binaan Triwulan I 2023*. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/public/uploads/statistik-1684993752.pdf> (Diakses 5 September 2023).
- Diskominfo Jateng. (2021, February 14). *Kembali Digelar, UKM Virtual expo Jateng Fokus Makanan Dan Minuman*. Portal Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. <https://jatengprov.go.id/beritaopd/kembali-digelar-ukm-virtual-expo-jateng-fokus-makanan-dan-minuman/>
- Diskominfo Jateng. (2022, April 18). *UKM Virtual Expo 2022 digelar "hybrid."* Portal Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. <https://jatengprov.go.id/publik/ukm-virtual-expo-2022-digelar-hybrid/>
- Diskominfo Jateng. (2023, July 7). *19 Tahun, Pemprov Jateng Terus perkuat Kerja sama "sister province" Dengan Chungcheongbuk-do Korsel*. Portal Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. <https://jatengprov.go.id/publik/19-tahun-pemprov-jateng-terus-perkuat-kerja-sama-sister-province-dengan-chungcheongbuk-do-korsel/>
- Diskominfo Jateng. (2024, February 24). *33 Tahun Terjalin, Kerja Sama "sister province" Provinsi Jateng-Queensland Australia Siap Berlanjut*. Portal Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. <https://jatengprov.go.id/publik/33-tahun-terjalin-kerja-sama-sister-province-provinsi-jateng-queensland-australia-siap-berlanjut/>
- Keating, M. (2013). *Regions and International Affairs: Motives, Opportunities, and Strategies*. Dalam Aldecoa, F. & Keating, M. *Paradiplomacy in Action The Foreign Relations of Subnational Governments*, hlm. 1-16. New York: Routledge.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2019, August 7). *Antara Bisnis dan Budaya di Festival Indonesia Moskow*. Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/moscow/id/news/1563/%20antara-bisnis-dan-budaya-di-festival-indonesia-moskow>
- Kementerian Luar Negeri. (2020, August 7). *Belgia menyambut Baik Ekspor Mebel Dan Industri Produk kayu*. Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1541/berita/belgia-menyambut-baik-ekspor-mebel-dan-industri-produk-kayu-#>
- Kementerian Luar Negeri. (2023, August 8). *Indonesia hadir di Meksiko Melalui expo Indonesia en Mexico EIM 2023*. Portal Kementerian Luar negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/5057/berita/indonesia-hadir-di-meksiko-melalui-expo-indonesia-en-mexico-eim-2023>
- Kementrian Perindustrian. (2018, November 23). *Kemenperin: Indonesia butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara maju*. Kementerian Perindustrian. Melalui <<https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju>> [25/7/22]
- Kincaid, J. (2003). *Foreign Relations of Sub-national Units*. Dalam Blindenbacher, R. & Koller, A. *Federalism in a Changing World: Learning from Each Other*, hlm. 74-96. London: McGill-Queen's University Press.
- Moleong, L.J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja
- Pujiyono, A., Setyawati, R., & Idris. (2018). Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesian Journal of Halal*, 1(1): 1–7.
- Puspitasarie, F. D., Rosyiddin, M., & Alfian, M. F. (2022). Efektivitas Program ITAC Dalam Kerjasama Sister Province Provinsi Jawa Tengah Dengan Queensland Tahun 2019-2021. *Journal of International Relations Diponegoro*, 8(4): 910–921. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jirud.v8i4.36162>



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 10 Nomor 4 Juni 2024

Yuantisya, M. (2022, February 17). *Cara Kemenkop UKM Kejar target Rasio Kewirausahaan 3,95 persen pada 2024*. Tempo. Melalui <<https://bisnis.tempo.co/read/1561840/cara-kemenkop-ukm-kejar-target-rasio-kewirausahaan-395-persen-pada-2024>> [25/7/22]