

# Diplomasi Ekonomi Indonesia: Hongaria sebagai Pintu Gerbang Pasar Prospektif di Eropa Tengah dan Timur

Emy Sri Reskiyah

Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar

emysrir@gmail.com

*Abstract — Indonesia and Hungary have long established good relations, which is reflected in economic relations, including trade, investment, and tourism. These sectors' performance is a very important indicator for measuring the success of Indonesia's economic diplomacy with Hungary. This study uses descriptive statistical analysis quantitative methods concerning the bilateral relationship between Indonesia and Hungary in the field of economic cooperation and is followed by an analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT). This paper aims to examine the bilateral relations that exist between Indonesia and Hungary in the field of economic cooperation, especially but not limited to the trade, investment, and tourism sectors as part of economic diplomacy in the last ten years (2013-2022). The result of this study shows Hungary has the potential as a gateway as well as a new prospective market for Indonesia. To make Hungary a gateway for Indonesia's economic diplomacy in the Central and Eastern European Region, collaboration from the penta helix or multi-stakeholders is needed including the government, business people/practitioners, academics, communities, and the media.*

**Kata Kunci — economic diplomacy, trade, investment, tourism, prospective market**

## I. PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan terbaru yang dikeluarkan oleh World Bank melalui 'Global Economic Prospects' pada 7 juni 2022, yang sebelumnya memperkirakan pertumbuhan global berkisar 4,1% pada Januari 2022 menjadi 2,9%. Angka ini secara signifikan lebih rendah 1,2% dari laporan

sebelumnya. Sebelumnya, pada 2021 pertumbuhan global masih berada pada kisaran 5,7%. Selain disebabkan pandemi COVID-19, invasi Rusia ke Ukraina juga dianggap ikut berkontribusi dalam perlambatan ekonomi global yang terjadi saat ini. Perang ini dapat mengganggu aktivitas investasi dan perdagangan internasional. Sehingga, mampu meningkatkan risiko stagflasi yang cenderung membahayakan bagi Negara dengan tingkat penghasilan menengah dan rendah (World Bank, 2022). Meskipun demikian, hal ini tidak terlalu berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan yang cukup baik pada Triwulan kedua 2022 menyentuh angka 5,44% (*year on year*). Dibandingkan dengan negara mitra dagang tradisionalnya yang turut mengalami perlambatan ekonomi seperti Amerika Serikat, Jerman, Perancis, Korea Selatan, dan Cina, angka ini jauh lebih baik. Salah satu sektor yang mendukung tercapainya hasil kinerja pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari peran kinerja ekspor sebesar 19,74% serta dari sisi sektoral berupa transportasi pergudangan yang secara impresif berhasil mencatat angka tertinggi sebesar 21,27% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Dari sisi investasi, berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), setidaknya tercatat investasi pada Triwulan I tahun 2022 mencapai Rp. 282,4 triliun. Jika dibandingkan pada periode sebelumnya tahun 2021, angka ini lebih besar 28,5%. Begitu pun jika dibandingkan dengan Triwulan IV pada tahun 2021, capaian realisasi investasi ini juga meningkat 16,9%. Hal ini turut mencerminkan meningkatnya kepercayaan pada

kebijakan pemerintah baik bagi investor di dalam maupun luar negeri (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022).

Sehubungan dengan dirasa perlunya agar pemerintah Indonesia untuk dapat mampu memanfaatkan momentum ini, esai ini ingin mengkaji lebih lanjut terkait upaya yang telah dan dapat dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui diplomasi ekonomi. Sebelumnya, Indonesia melalui menteri luar negeri telah mengungkapkan terkait apa saja yang menjadi prioritas politik luar negeri Indonesia pada era pemerintahan Joko Widodo periode 2019-2024. Salah satu dari prioritas tersebut adalah upaya penguatan diplomasi ekonomi (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2019a). Adapun yang menjadi langkah- langkah strategis dalam pengimplementasian prioritas tersebut antara lain:

1. Kapitalisasi penguatan pasar domestik
2. Penguatan pasar tradisional dan terobosan pasar non-tradisional
3. Penguatan perundingan perdagangan dan investasi
4. Promosi terpadu perdagangan dan investasi serta mendorong *outbound investment*
5. Pengoptimalan diplomasi untuk menjaga kepentingan strategis ekonomi Indonesia (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2019b)

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti lebih lanjut poin nomor 2 dan 4 terkait terobosan pasar non tradisional serta promosi terpadu perdagangan dan investasi. Kedua poin ini sebenarnya saling berkaitan erat dan memiliki benang merah. Indonesia hingga saat ini telah melakukan pemetaan terkait negara mitra mana saja yang masuk ke dalam daftar pasar tradisional dan pasar non tradisional dan terus melakukan upaya dalam mendorong promosi terpadu perdagangan dan investasi terhadap para negara mitranya. Sehubungan dengan terobosan pasar non tradisional, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan bilateral yang terjalin antara Indonesia dan Hongaria sebagai salah satu negara yang termasuk ke dalam pasar non tradisional di bidang kerja sama ekonomi terutama namun tidak terbatas pada sektor perdagangan, investasi, dan pariwisata sebagai bagian dari diplomasi ekonomi dalam kurun waktu 2013- 2022.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memahami terkait peran diplomasi ekonomi yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan negara mitra dagangnya, bagian ini akan memberikan pemaparan lebih detail terkait kerangka teori diplomasi ekonomi. GR Berridge dan Alan James menafsirkan diplomasi ekonomi sebagai upaya sistematis oleh negara untuk menggunakan sumber daya ekonomi sebagai sebuah hadiah untuk mencapai tujuan dari kebijakan luar negerinya (Berridge & James, 2003). Kishan S. Rana mendefinisikan diplomasi ekonomi sebagai suatu proses yang disahkan oleh negara dalam mengelola hubungan luar negerinya, dengan tujuan untuk mengoptimalkan manfaat nasional di segala bidang, termasuk di bidang perdagangan dan investasi, baik di tingkat bilateral, regional maupun multilateral (Rana, 2007).

Selain itu, diplomasi ekonomi juga diartikan sebagai penggunaan alat ekonomi spektrum penuh suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya (van Bergeijk & Moons, 2009). Ruang lingkup diplomasi ekonomi dapat mencakup semua kegiatan ekonomi internasional utama suatu negara termasuk di dalamnya mencakup keputusan kebijakan yang dirancang untuk mempengaruhi ekspor, impor, investasi, pinjaman, bantuan, perjanjian perdagangan bebas, dan sebagainya.

Lebih jauh lagi, diplomasi ekonomi semakin banyak digunakan oleh negara-negara untuk merangsang internasionalisasi perusahaan mereka. Menurut Moon dan Bergeijk, penggunaan relasi dan pengaruh pemerintah dalam diplomasi ekonomi ditujukan untuk merangsang perdagangan dan investasi internasional. Kegiatan berbagai perwakilan internasional semi permanen (kedutaan besar, konsulat, dan fasilitas pendukung bisnis sektor publik lainnya), lembaga dalam negeri (kantor investasi dan promosi ekspor), dan kegiatan diplomatik bilateral (perdagangan dan kunjungan negara) juga merupakan bagian dari bidang diplomasi ekonomi (Moons, 2012; Moons & van Bergeijk, 2013; van Bergeijk, 2014).

Secara garis besar teori diplomasi ekonomi atau diplomasi melalui ekonomi adalah diplomasi yang

dikaitkan dengan faktor ekonomi. Sehingga, diplomasi ekonomi dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan memajukan kebijakan yang berkaitan dengan produksi, pergerakan atau pertukaran barang, jasa, tenaga kerja dan investasi di negara lain. Saat ini sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, pemerintah Indonesia tengah fokus dalam melakukan upaya diplomasi ekonomi dengan berfokus pada tiga sektor utama yaitu perdagangan, investasi, dan pariwisata.

Adapun terkait kegiatan diplomasi ekonomi di bidang perdagangan, pemerintah Indonesia dalam menentukan negara mitra dagangnya telah melakukan pemetaan yang membagi negara mitranya ke dalam dua kategori. Kedua kategori ini terbagi menjadi negara yang tergolong ke dalam kriteria pasar tradisional dan pasar non tradisional (pasar alternatif). Negara mitra dagang Indonesia seperti Amerika Serikat, Australia, Jepang, Tiongkok, Jerman, Inggris, dan Belanda masuk ke dalam kriteria pasar tradisional yang telah menjadi negara tujuan ekspor utama Indonesia selama lebih dari 40 tahun.

Sedangkan, pasar non-tradisional merupakan negara-negara potensial secara ekonomi dan prospektif sebagai tujuan pasar untuk pengembangan ekspor seperti negara-negara di kawasan Amerika Latin, Eropa Tengah dan Timur, Afrika, Asia Tengah, dan Pasifik Selatan (Sabaruddin, 2016: 28). Sehingga dapat dikatakan bahwa negara-negara maju yang sebelumnya mendominasi tujuan ekspor utama Indonesia merupakan pasar tradisional Indonesia. Sementara, pasar non-tradisional atau *emerging markets* diisi oleh negara-negara berkembang yang menjadi tujuan pasar ekspor baru bagi Indonesia (Kementerian Perdagangan, 2013: 3). Dengan adanya pemetaan seperti ini akan memudahkan untuk melihat prospek atau peluang dari negara mitra dagang termasuk Hongaria yang dapat dikategorikan sebagai "Pasar Potensial" bagi Indonesia.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis statistik deskriptif dengan mengacu kepada hubungan bilateral yang terjalin antara Indonesia dan Hongaria di

bidang kerja sama ekonomi. Metode pengumpulan data ini menggunakan sumber data sekunder berdasarkan *literature review* meliputi jurnal akademik, laporan resmi badan institut/lembaga pemerintah yang terkait diantaranya *Trade Map*, *World Bank*, *International Monetary Fund (IMF)*, *United Nations*, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), dan peraturan pemerintah berupa undang-undang. Selain itu, beberapa sumber rujukan juga berasal dari *on-line sources*. Tulisan ini akan mengkaji hubungan bilateral yang terjalin antara Indonesia dan Hongaria di bidang kerjasama ekonomi terutama namun tidak terbatas pada sektor perdagangan, investasi, dan pariwisata sebagai bagian dari diplomasi ekonomi dalam kurun waktu 2013-2022. Analisis esai akan dilakukan dengan menggunakan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, dan threats (SWOT)*. Artikel ini dimulai dengan memberikan gambaran umum tentang profil negara Hongaria beserta hubungan ekonomi antara Indonesia dan Hongaria. Pada bagian selanjutnya akan menampilkan data volume perdagangan, investasi serta pariwisata yang merupakan bagian dari diplomasi ekonomi dalam kurun sepuluh tahun terakhir. Sehingga, kita dapat melihat tren dari ketiga sektor tersebut baik dari masa sebelum pandemi Covid 19, saat pandemi Covid 19, dan masa transisi pasca pandemi Covid 19.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Eropa Barat telah sejak lama menjadi pasar tradisional bagi Indonesia di antaranya ada Belanda, Inggris, Jerman, dan Perancis yang telah berabad-abad menjadi mitra dagang utama Indonesia di kawasan Eropa. Padahal masih banyak negara yang tentunya memiliki potensi untuk menjadi pasar potensial baru bagi Indonesia bila dilihat dari jumlah penduduk, sumber daya alam, keanekaragaman komoditas, dan produk yang dibutuhkannya. Dengan melihat tren ekspor yang terus mengalami peningkatan dan perkembangan saat ini, Indonesia harus mampu memanfaatkan berbagai peluang yang ada bagi strategi diplomasi ekonomi Indonesia kedepannya. Hongaria sebagai negara yang terletak di Timur Eropa menjadi salah

satu kandidat pasar yang potensial bagi Indonesia. Hongaria memiliki jumlah populasi sebesar 9,7 juta jiwa dengan pendapatan per kapita sebesar 20.380 USD serta Produk Domestik Bruto (GDP) berkisar 198,9 Milyar USD (International Monetary Fund, 2021a). Indonesia dan Hongaria merupakan dua negara yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan yang dapat dilakukan melalui kerjasama pembangunan ekonomi di berbagai bidang diantara keduanya. Kedua negara ini juga memiliki sejarah hubungan diplomatik yang cukup panjang dan telah berlangsung selama 67 tahun sejak tahun 1955. Pembukaan KBRI di Budapest pun sudah ada sejak tahun 1960 dengan ditunjuknya R. Iman Surjakusuma sebagai Kuasa Usaha KBRI hingga kedatangan duta besar pertama untuk Hongaria yang berselang dua tahun setelahnya (Embassy of the Republic of Indonesia, 2020). Posisi strategis Hongaria dengan tingkat pertumbuhan ekonomi positif dalam beberapa tahun belakangan menjadikan Hongaria sebagai mitra dagang strategis Indonesia di kawasan Eropa Tengah dan Timur. Tentunya hal ini dapat dijadikan peluang agar Hongaria dapat menjadi pintu gerbang bagi diplomasi ekonomi Indonesia di Eropa Timur.

**Grafik 1. PERSENTASE TINGKAT PENGANGGURAN USIA PRODUKTIF DI HONGARIA PER TAHUN**



Source: imf.org, 2021.

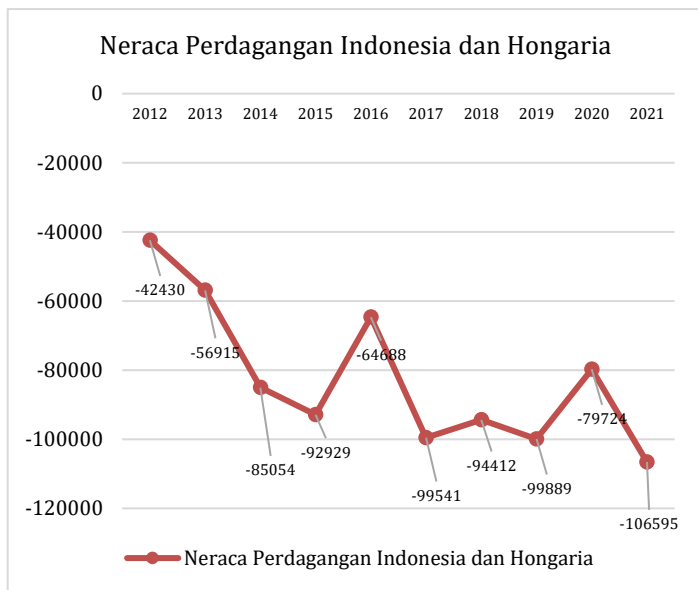
**Grafik 2. TINGKAT PERTUMBUHAN PRODUK DOMESTIK BRUTO (GDP) HONGARIA 2013-2022**



Source: imf.org, 2021.

Pada grafik 1 di atas terlihat tingkat pengangguran di Hongaria menunjukkan perkembangan positif dengan penurunan yang cukup signifikan sejak tahun 2013. Setidaknya semula tercatat sebesar 9,8% dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir berdasarkan estimasi IMF mengalami penurunan hingga mencapai 3,8% dari total penduduk usia produktif di tahun 2022. Bahkan selama masa pandemi Covid 19 pun tingkat pengangguran di Hongaria tidak mengalami perubahan yang berarti (International Monetary Fund, 2021c). Hal positif serupa juga terlihat pada grafik 2 yang menampilkan tren pertumbuhan produk domestik bruto Hongaria yang terlihat cukup stabil dan terus mengalami peningkatan selama pandemi Covid 19 jika diamati dari sepuluh tahun terakhir (International Monetary Fund, 2021b). Total populasi penduduk Hongaria dengan proporsi yang hampir mendekati 10 juta jiwa serta tingkat pertumbuhan GDP tersebut tentu menjadikan Hongaria sebagai pasar tujuan non tradisional di kawasan Eropa Timur yang cukup menjanjikan akan potensinya.

**Grafik 3. NERACA PERDAGANGAN ANTARA INDONESIA DAN HONGARIA 2012-2021**



Source: trademap.org, 2022.

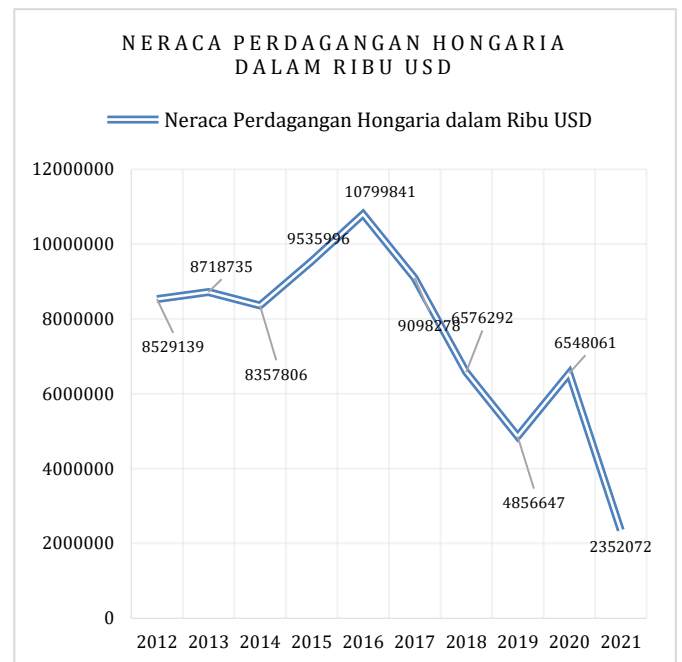
Jika dilihat dari grafik 3 diatas, data neraca perdagangan Indonesia dan Hongaria menunjukkan bahwa dalam sepuluh tahun terakhir meskipun terlihat fluktuatif namun hingga saat ini Indonesia masih mengalami surplus dalam volume perdagangannya dengan Hongaria (International Trade Centre, 2022c). Jika dilihat lebih lanjut pada grafik 4 dibawah ini, meskipun volume ekspor Indonesia ke Hongaria berada cukup jauh diatas volume impor Indonesia dari Hongaria namun nilai dari volume perdagangan keduanya sangatlah kecil (International Trade Centre, 2022a). Tentunya nilai perdagangan antara Indonesia dan Hongaria masih belum merefleksikan potensi yang sesungguhnya. Hal ini menandakan peluang yang masih dapat terus dikembangkan lebih lanjut untuk para pemangku kebijakan dan praktisi di Indonesia untuk dapat terus melakukan promosi komoditas Indonesia sehingga mampu mendorong lebih jauh ekspor komoditas Indonesia di Hongaria. Hingga saat ini, pemerintah Indonesia masih terus mendorong percepatan penyelesaian perundingan *Indonesia- Europe Union Comprehensive Economic Partnership Agreement (I-EU CEPA)* yang telah berjalan selama lebih dari tujuh tahun dan akan masuk putaran ke-12 pada Oktober 2022 (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022a).

**Grafik 4. VOLUME PERDAGANGAN ANTARA INDONESIA DAN HONGARIA**



Source: trademap.org, 2022.

**Grafik 5. NERACA PERDAGANGAN HONGARIA DENGAN SELURUH MITRA DAGANGNYA 2012-2021**



Source: trademap.org, 2022.

Sedangkan untuk neraca perdagangan Hongaria dengan seluruh mitra dagangnya terus mengalami surplus di pihak Hongaria dengan mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2014 hingga mencapai puncaknya di tahun 2016 tercatat sebesar 10,7 juta USD. Namun sejak

mencapai puncaknya pada tahun 2016, neraca perdagangan Hongaria terus mengalami penurunan hingga tahun 2021 dengan menyentuh angka 2 juta USD (grafik 5). Secara keseluruhan neraca perdagangan Hongaria cukup positif dengan terus dapat mempertahankan kondisi surplus selama sepuluh tahun terakhir (International Trade Centre, 2022d).

### A. Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Hongaria (Perdagangan, Investasi, dan Pariwisata)

Untuk mulai memproyeksikan potensi yang dimiliki Hongaria untuk menjadi Pangsa Pasar Prospektif baru bagi Indonesia di wilayah Eropa Tengah dan Timur maka dapat dilakukan melalui kerangka analisis *swot* dengan melihat *strengtsh*, *weaknessess*, *opportunities* dan *threats* dari hubungan bilateral antara kedua negara. Sebelum masuk kepada pembahasan mengenai analisis *swot*, berikut dipaparkan data terbaru mengenai perdagangan, investasi, dan turisme (pariwisata) antara Indonesia dan Hongaria:

#### 1. Perdagangan

Tabel 1. 10 MITRA DAGANG UTAMA EKSPOR-IMPOR HONGARIA TAHUN 2021

Mitra Dagang Hongaria			
Impor	Nilai Total Impor (Ribuan USD)	Ekspor	Nilai Total Ekspor (Ribuan USD)
Jerman	33.044.283	Jerman	37.779.955
Cina	9.817.198	Italia	8.272.767
Austria	8.469.752	Romania	7.433.452
Slovakia	8.161.603	Slovakia	7.268.619
Polandia	7.930.638	Austria	6.386.358
Belanda	6.858.754	Polandia	6.054.355
Ceko	6.806.260	Perancis	5.933.134
Italia	6.198.386	Ceko	5.788.562
Perancis	4.421.452	Belanda	4.684.265
Rusia	4.268.413	Inggris	4.427.287

Source: trademap.org, 2022.

Dari pemaparan tabel 1 diatas terlihat bahwa mitra dagang utama Hongaria untuk impor maupun ekspor mayoritas masih sangat di pengaruhi oleh negara-negara yang memiliki kedekatan geografis. Negara anggota Uni Eropa turut mendominasi mitra dagang utama untuk impor Hongaria. Dengan total 8 dari 10 mitra dagang utama

Hongaria diluar Cina dan Rusia adalah berasal dari Uni Eropa. Bahkan untuk mitra dagang ekspor Hongaria, Uni Eropa menjadi mitra dagang utama secara keseluruhan selain Inggris (International Trade Centre, 2022b).

Tabel 2. 10 KOMODITAS IMPOR UTAMA HONGARIA TAHUN 2020

No.	Komoditas Impor Utama Hongaria (milyar USD)	
1.	Kendaraan bermotor; suku cadang dan aksesoris	5,72
2.	Mobil	4,05
3.	Obat-obatan	3,19
4.	Sirkuit Terpadu	3
5.	Peralatan penyiaran	2,67
6.	Suku Cadang Mesin Kantor	2,26
7.	Vaksin	2,02
8.	Kawat terisolasi	1,89
9.	Minyak bumi mentah	1,84
10	Aksesoris Penyiaran	1,63

Source: The Observatory of Economic Complexity, 2020.

Pada tabel 2, *The Observatory of Economic Complexity* menampilkan daftar 10 komoditas impor utama Hongaria pada tahun 2020. Posisi pertama ditempati oleh kendaraan bermotor; suku cadang dan aksesoris, diikuti mobil, dan obat-obatan pada posisi kedua dan ketiga (*The Observatory of Economic Complexity*, 2020). Hal serupa juga ditunjukkan oleh World Bank dengan mengeluarkan secara garis besar terkait 15 komoditas impor utama Hongaria di tahun 2020 (World Bank, 2020b) Posisi pertama ditempati oleh barang modal, diikuti mesin dan elektronik, dan barang jadi pada posisi kedua dan ketiga. Sehingga, dapat dikatakan secara garis besar komoditas impor utama Hongaria di dominasi oleh sektor industri manufaktur dan produk elektronik (tabel 3).

Tabel 3: 15 KOMODITAS IMPOR UTAMA HONGARIA TAHUN 2020

No.	Komoditas Impor Utama Hongaria (ribuan USD)	
1.	Barang modal (capital goods)	47,48
2.	Mesin dan elektronik	42,52
3.	Barang jadi (consumer goods)	32,77
4.	Barang setengah jadi (intermediate goods)	21,49
5.	Bahan Kimia (chemicals)	12,68
6.	Transportation	12,11
7.	Metals	8,73
8.	Miscellaneous	7,57

9.	Plastic or rubber	7,08
10.	Fuels	6,30
11.	Raw materials	4,81
12.	Food products	3,73
13.	Textiles and clothing	3,26
14.	Wood	2,70
15.	Vegetable	2,05

Source: World Bank, 2020.

Sejalan dengan data yang didapatkan dari World Bank diatas, empat tahun sebelumnya, Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri, Rosan Roeslani juga mengungkapkan bahwa terdapat tiga komoditas ekspor utama Indonesia ke Hongaria. Ketiga komoditas tersebut diantaranya adalah alat elektronik, mesin percetakan dan karet (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2016). Jika kita amati data pada tabel 3, ketiga komoditas tersebut masuk ke dalam daftar 15 komoditas impor utama Hongaria dari negara mitra dagangnya. Mesin percetakan berada pada posisi pertama sebagai bagian dari barang modal, alat elektronik pada posisi kedua, dan komoditas karet pada posisi kesembilan. Hal ini mengindikasikan adanya sifat komplementer antara Indonesia dan Hongaria.

Di tengah kondisi pandemi Covid 19 di tahun 2020, kondisi ini juga tidak jauh berbeda dengan tahun 2016. Berdasarkan data yang dikeluarkan World Bank dalam daftar 10 komoditas ekspor Indonesia ke Hongaria, mesin dan elektronik, barang modal, dan barang jadi masih menempati tiga posisi teratas. Ketiga komoditas tersebut masih terus mendominasi dan menjadi sektor utama yang diperdagangkan. Adapun pada tabel 4 terlihat yang membedakan adalah terkait komoditas plastik dan karet yang berada pada posisi keempat dengan total 26 ribu USD serta tekstil dan pakaian dengan nilai sebesar 4 ribu USD yang menempati posisi kedelapan (World Bank, 2020c).

**Tabel 4: KOMODITAS EKSPOR INDONESIA KE HONGARIA TAHUN 2020**

No.	Komoditas Ekspor Indonesia ke Hongaria (ribu USD)	
1.	Mesin dan elektronik	67.517
2.	Barang modal (capital goods)	47.962
3.	Barang jadi (consumer goods)	29.376
4.	Plastik atau karet	26.515

5.	Raw materials	23.958
6.	Barang setengah jadi (intermediate goods)	14.012
7.	Chemicals	6.861
8.	Textiles and clothing	4.989
9.	Wood	2.632
10.	Vegetables	2.602

Source: World Bank, 2020.

Berdasarkan data yang didapatkan dari trademap di tahun 2021, terdapat perubahan posisi teratas pada komoditas ekspor Indonesia ke Hongaria (International Trade Centre, 2021a). Meskipun mesin dan elektronik masih menempati posisi pertama, namun pada posisi kedua dan ketiga ditempati oleh komoditas karet dan plastik menggantikan barang modal dan barang jadi di tahun sebelumnya (tabel 5). Selain itu, nilai ekspor Indonesia ke Hongaria mengalami peningkatan pada ketiga komoditas tersebut. Meskipun mengalami peningkatan, jika dilihat lebih lanjut nilai perdagangan antara Indonesia dan Hongaria untuk ketiga komoditas tersebut masih terbilang cukup rendah. Sebagaimana yang kita ketahui, baik komoditas mesin dan elektronik, karet, dan tekstil, ketiganya merupakan komoditas ekspor utama Indonesia. Sehingga, hal ini perlu menjadi perhatian bagi Indonesia untuk terus dapat mendorong peningkatan nilai ketiga komoditas ekspor utama Indonesia tersebut.

**Tabel 5: KOMODITAS EKSPOR INDONESIA KE HONGARIA TAHUN 2021**

No.	Komoditas Ekspor Indonesia ke Hongaria 2021 (ribu-USD)	
1.	Mesin dan elektronik	77.856
2.	Karet	26.315
3.	Plastik	9.732
4.	Mesin dan peralatan mekanik	9.676
5.	Kimia Organik	4.786

Source: trademap.org, 2021

**Tabel 6: KOMODITAS IMPOR INDONESIA DARI HONGARIA TAHUN 2020**

No.	Komoditas Impor Indonesia dari Hongaria 2020 (ribu-USD)	
1.	Barang modal (capital goods)	14.025
2.	Barang setengah jadi (intermediate)	13.044

	goods)	
3.	Mesin/Elektronik	10.901
4.	Bahan kimia (chemicals)	9.499
5.	Barang jadi (consumer goods)	8.460
6.	Miscellaneous	3.872
7.	Food products	2.595
8.	Transportation	2.362
9.	Wood	1.855
10.	Metals	1.777

Source: World Bank, 2020.

Adapun berdasarkan data yang dikeluarkan World Bank terkait komoditas impor Indonesia dari Hongaria selama masa pandemi covid 19 di tahun 2020, pada posisi pertama ditempati oleh barang modal dengan total nilai sebesar 14 ribu USD (World Bank, 2020a). Barang setengah jadi dan mesin serta produk elektronik menempati posisi kedua dan ketiga dengan nilai sebesar 13 ribu USD dan 10 ribu USD (tabel 6). Sedangkan untuk komoditas impor Indonesia dari Hongaria pada tahun 2021, tiga komoditas yang berada pada posisi teratas cukup berbeda dengan tahun sebelumnya (International Trade Centre, 2021b). Data trademap menunjukkan pada posisi pertama ditempati oleh mesin dan peralatan mekanik, sedangkan yang menempati posisi kedua dan ketiga teratas adalah mesin dan elektronik serta optic, fotografi, sinematografi (tabel 7).

**Tabel 7: KOMODITAS IMPOR INDONESIA DARI HONGARIA TAHUN 2021**

No.	Komoditas Impor Indonesia dari Hongaria 2021(ribu USD)	
1.	Mesin dan peralatan mekanik	6.973
2.	Mesin/Elektronik	6.737
3.	Optik, fotografi, sinematografi	3.849
4.	Kayu dan barang dari kayu	3.060
5.	Minyak esensial dan parfum	2.739

Source: trademap.org, 2021

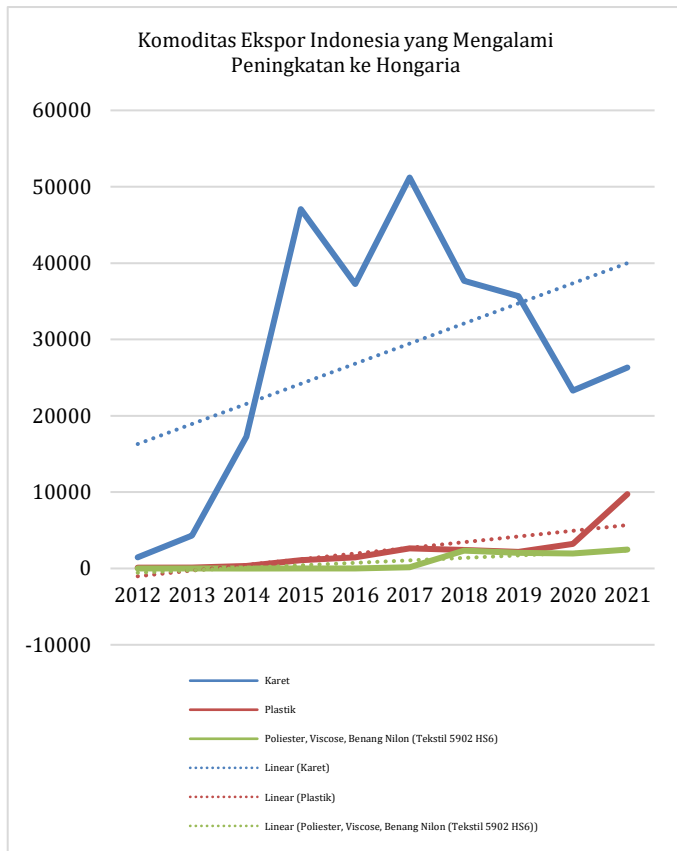
Berdasarkan data diatas, secara keseluruhan nilai ekspor dan impor antara Indonesia dan Hongaria mengalami peningkatan. Hanya saja jika dilihat lebih lanjut volume perdagangan antara Indonesia dan Hongaria tersebut masih belum optimal dan masih terus dapat ditingkatkan. Terlepas dari kecilnya nilai impor dan ekspor antara kedua

negara, tentunya nilai perdagangan antara Indonesia dan Hongaria masih belum merefleksikan potensi yang sesungguhnya. Posisi strategis Hongaria dengan tingkat pertumbuhan ekonomi positif dalam beberapa tahun belakangan menjadikan Hongaria sebagai mitra dagang strategis bagi Indonesia di kawasan Eropa Tengah dan Timur.

Total perdagangan antara Indonesia dan Hongaria pada tahun 2021 tercatat sebesar USD 183.925, angka perdagangan sebesar itu hanya 0,04% dari total perdagangan Indonesia dengan seluruh mitra dagangnya dan 0,58% dari total perdagangan Indonesia dan Uni Eropa, sedangkan untuk total perdagangan tersebut hanya 0,06% dari total perdagangan Hongaria dengan seluruh mitra dagangnya dan 5,09% dari total perdagangan Hongaria dan Negara ASEAN. Saat ini, Hongaria merupakan mitra utama ke-8 Indonesia di kawasan Eropa Tengah dan Timur. Hingga tahun 2020, posisi Indonesia sebagai mitra dagang Hongaria masih berada di urutan ke 49, hal ini sangat jauh berbeda dengan negara ASEAN seperti Vietnam yang berada urutan ke 24, Malaysia serta Thailand pun masih diatas Indonesia berada pada urutan ke 26 dan 31 (The Observatory of Economic Complexity, 2020). Salah satu upaya yang dilakukan Indonesia untuk mampu bersaing dengan negara kompetitornya di ASEAN adalah terus mendorong percepatan penyelesaian perundingan I-EU CEPA dengan tujuan untuk meningkatkan kerja sama ekonomi Indonesia dan Uni Eropa. Hongaria sebagai negara anggota dari Uni Eropa yang menerapkan kebijakan *Common Commercial Policy* atau biasa juga disebut *Joint Commercial Policy*, mengharuskan Hongaria dalam membuat perjanjian kerja sama ekonomi dengan negara mitranya termasuk Indonesia harus melalui UE. Perjanjian kerja sama ekonomi ini nantinya akan dilakukan oleh Parlemen Eropa atas nama negara anggotanya dan selanjutnya akan diratifikasi oleh Uni Eropa dan semua negara anggotanya termasuk Hongaria (European Union, 2022).



**Grafik 6. KOMODITAS EKSPOR INDONESIA YANG MENGALAMI PENINGKATAN KE HONGARIA**



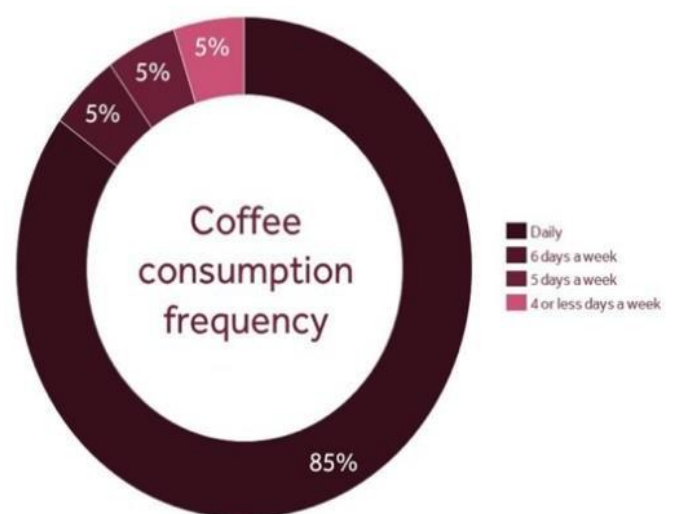
Source: trademap.org, 2022

Berdasarkan data pada grafik 6 terdapat sektor komoditas ekspor yang mengalami peningkatan selama sepuluh tahun terakhir antara lain: karet, plastik dan tekstil terutama poliester, viscose, dan nilon (International Trade Centre, 2021c). Hal ini juga sejalan dengan keinginan pemerintah Indonesia seperti yang disampaikan sebelumnya oleh Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto dimana Indonesia terus mendorong ekspor untuk produk prioritas diantaranya pakaian, alas kaki, dan tekstil (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2017). Tekstil yang menjadi komoditas andalan Indonesia di pasar Eropa juga terlihat pada peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Hongaria untuk komoditas tekstil khususnya poliester, viscose, dan nilon.

Selain kelima sektor komoditas (karet, plastik, tekstil, pakaian, dan alas kaki) tersebut yang perlu mendapat perhatian adalah peluang ekspor produk makanan dan minuman (mamin) ke Hongaria. Pemerintah Indonesia dalam hal ini terus berupaya melakukan koordinasi dengan

pihak *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* yang berada di Budapest untuk turut berpartisipasi pada berbagai pameran yang berlangsung di Hongaria. Seperti yang terlihat pada kegiatan Hungexpo di tahun 2020, Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut dalam penyelenggaraan pameran tersebut. Tercatat sebesar 3,5 juta USD berhasil diperoleh Indonesia dengan keikutsertaannya tersebut. Dengan adanya Sirha Budapest yang merupakan acara tiap dua kali setahun dan bertaraf internasional juga akan membantu Indonesia dalam menysasar pasar Eropa Tengah dan Timur. Kegiatan ini pun dapat dijadikan ajang untuk memperkenalkan serta mempromosikan berbagai produk Indonesia diantaranya seperti permen kopi, biskuit kopi, wafer, kerupuk, mi instan, aneka kopi Indonesia, minuman coklat, produk santan, gula kelapa, serta bahan pembuat kue yang berasal dari berbagai perusahaan yang bergerak di sektor mamin (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2020). Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Vegvari Kristof, yang merupakan seorang *area manager department of international affairs* dari Kadin Hongaria, bahwa produk kelapa, kakao serta bahan makanan Indonesia lainnya banyak diminati oleh importer asal Hongaria. Selain itu, ia juga mengungkapkan masih besarnya potensi yang dimiliki oleh para pengusaha Indonesia yang ingin memasarkan produknya di Hongaria (Asworo, 2019).

**Grafik 7. TINGKAT FREKUENSI KONSUMSI KOPI DI HONGARIA**



Source: Nielsen, 2019

Adapun terkhusus untuk komoditas kopi Indonesia juga sebenarnya memiliki potensi pasar di Hongaria. Hal ini sejalan dengan pasar kopi ritel di Hongaria yang berkembang sebesar 6,4 persen setiap tahun. Tercatat setidaknya sebanyak 85 persen dari total populasi orang dewasa Hongaria yang meminum kopi (grafik 7). Lebih lanjut, orang Hongaria rata-rata mengonsumsi 2,7 cangkir sehari. Setidaknya sebelum masa pandemi covid 19, terhitung sebanyak 91 persen peminum kopi tersebut memilih untuk minum kopi di rumah setiap hari, dan sebesar 53 persen lainnya memilih minum kopi setiap hari di tempat kerja. Tren peminum kopi di Hongaria pun menunjukkan peningkatan terkait minat mereka untuk mencari kopi berkualitas (Coca-Cola HBC, 2020). Tentu hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia untuk lebih mempromosikan hasil perkebunan kopi Indonesia agar bisa menembus pasar Eropa dan memiliki daya saing serta dapat sesuai dengan standardisasi pasar Eropa. Komoditas kopi yang merupakan komoditas utama Indonesia serta komoditas terbesar kedua yang diperdagangkan tentunya memiliki peluang untuk mengalami peningkatan jika terus dikembangkan (Nasution, 2018). Hal tersebut dikarenakan Eropa memiliki tingkat konsumsi kopi per kapita tertinggi di dunia (Samosir, 2022).

Meskipun nilai ekspor komoditas kopi Indonesia masih belum menunjukkan perkembangan positif namun melihat potensi dari pasar di Hongaria, Indonesia dapat terus melakukan berbagai upaya promosi. Promosi ini dapat melalui *business meeting* antar pelaku usaha di Indonesia dan Hongaria maupun melalui pameran dagang pada ekshibisi yang diadakan oleh kolaborasi antara pihak Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), *Trade Promotion Organisation* (TPO), dan ITPC di Budapest.

## 2. Investasi

Pada bagian ini akan membahas lebih lanjut terkait perkembangan investasi yang masuk ke dalam Indonesia yang berasal dari Hongaria. Selain itu, untuk dapat membandingkan tren perkembangan penanaman modal asing tersebut, bagian ini juga akan menampilkan data

investasi asing yang masuk dari negara di wilayah Eropa Tengah dan Timur lainnya. Sehingga, kita dapat melihat dan mengetahui seberapa jauh perkembangan investasi yang masuk dari Hongaria dari saat sebelum pandemi covid 19 hingga memasuki akhir masa pandemi covid 19 (tahun 2013- 2022).

**Tabel 8: INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI HONGARIA TAHUN 2013-2022**

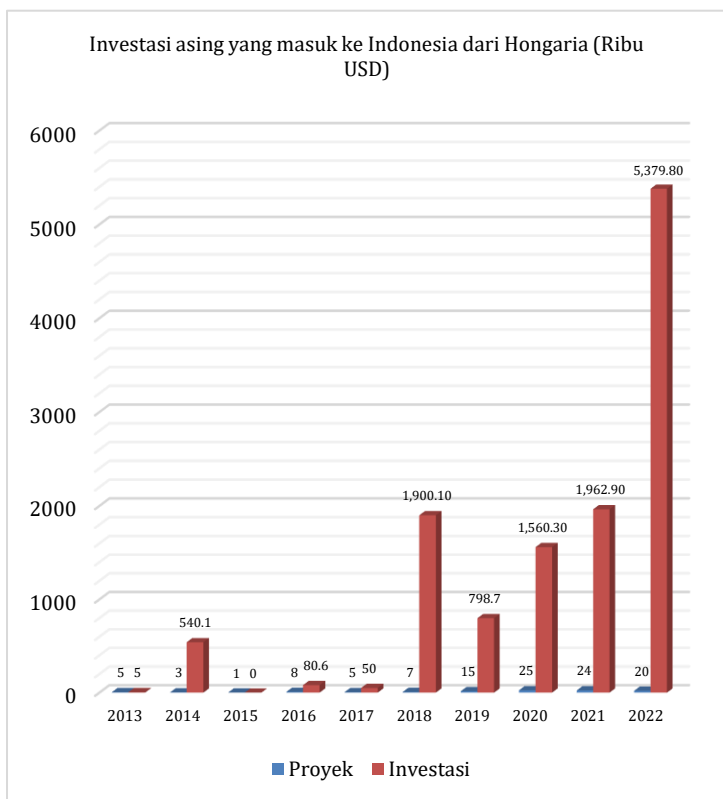
Penanaman Modal Asing dari Hongaria		
Tahun	Nilai Investasi (Ribu USD)	Proyek
2013	5,0	5
2014	540,1	3
2015	0	1
2016	80,6	8
2017	50,0	5
2018	1.900,1	7
2019	798,7	15
2020	1.560,3	25
2021	1.962,9	24
2022*	5.379,8	20

Source: BKPM, 2022.

\*Data yang tertera hingga bulan September 2022

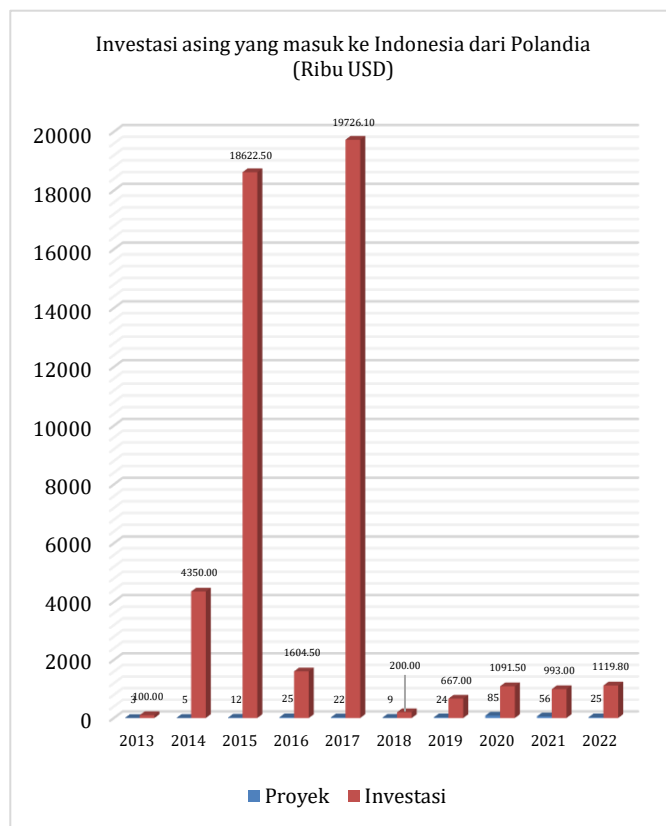
Berdasarkan tabel 8 diatas, kita dapat melihat dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, investasi yang masuk ke Indonesia dari Hongaria terus mengalami peningkatan secara keseluruhan (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022c). Meskipun sempat mengalami penurunan di tahun 2015, 2017, dan 2019, jika kita melihat pada grafik 8 dan membandingkan nilai investasi Hongaria yang hanya berkisar 5 ribu USD di tahun 2013 dengan nilai investasi di tahun 2022 hingga bulan September yang telah mencapai 5,37 juta USD, tren perkembangan investasi ini tentunya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kondisi ini tentunya sangat positif mengingat sejak memasuki masa pandemi covid 19 di tahun 2020, nilai investasi Hongaria mencapai 1,56 juta USD dengan investasi yang masuk ini didominasi sektor perdagangan, hotel, dan restoran di sekitar wilayah Bali dan Nusa Tenggara (IDN Financials, 2021). Hingga memasuki akhir pandemi covid 19 di tahun 2022, nilai investasi yang berasal dari Hongaria terus meningkat.

**Grafik 8. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI HONGARI**



Sumber: BKPM, 2022.

**Grafik 9. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI POLANDIA**



Sumber: BKPM, 2022.

Adapun jika kita membandingkan dengan nilai investasi yang masuk ke Indonesia yang berasal dari Polandia, tren dalam sepuluh tahun terakhir cukup fluktuatif (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022d). Nilai investasi ini mencapai puncaknya di tahun 2017 hingga mencapai 1,97 juta USD dimana dua tahun sebelumnya juga mencapai 1,86 juta USD. Hanya saja nilai investasi ini terus mengalami penurunan dan pada tahun 2022 hanya mencapai 1,11 juta USD (grafik 9). Hal yang sama juga terlihat pada nilai investasi yang masuk ke Indonesia dari Slovakia, tren dalam sepuluh tahun terakhir cenderung fluktuatif (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022f). Nilai investasi Slovakia mengalami peningkatan yang signifikan dan mencapai puncaknya di tahun 2021 hingga mencapai 687 ribu USD dimana tahun sebelumnya hanya berkisar 20 ribu USD. Hanya saja memasuki masa akhir pandemi covid 19, nilai investasi ini kembali menurun di tahun 2022 yang hanya berkisar 252 ribu USD (grafik 10).

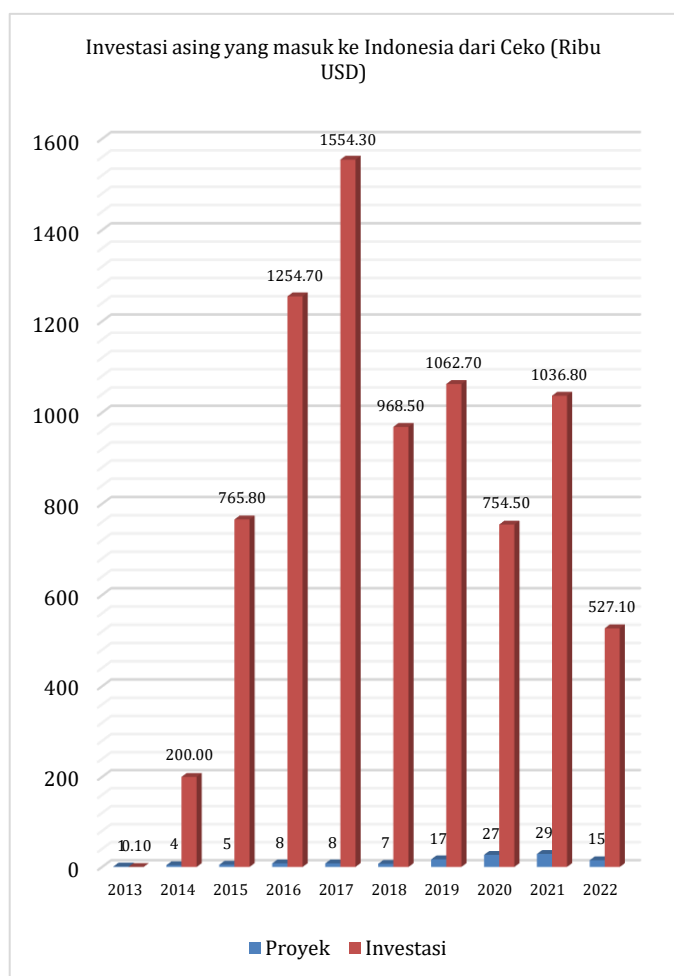
**Grafik 10. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI SLOVAKIA**



Sumber: BKPM, 2022.

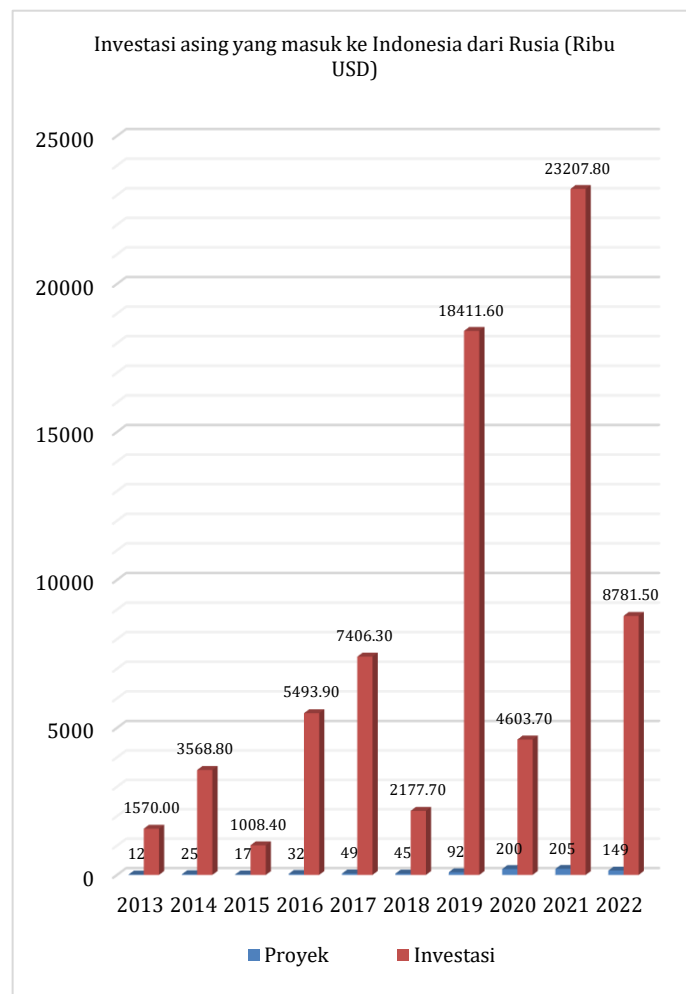
Tidak jauh berbeda dengan negara visegrad lainnya, nilai investasi yang masuk dari Ceko ke Indonesia juga menunjukkan tren yang fluktuatif dalam sepuluh tahun terakhir (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022b). Setelah mencapai puncaknya di tahun 2017 dengan mencatat angka sebesar 1500 USD, nilai investasi Ceko di Indonesia terus mengalami penurunan hingga mencapai angka 527 ribu USD di tahun 2022 (grafik 11). Adapun terkait nilai investasi yang masuk dari Rusia ke Indonesia menunjukkan perbedaan yang cukup jauh (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022e). Namun, jika kita melihat trennya maka akan ditemukan kesamaan dimana nilai investasi yang berasal dari Rusia cukup fluktuatif dan mencapai puncaknya di tahun 2021 dengan nilai sebesar 23 juta USD. Di tahun 2022, nilai investasi yang masuk ke Indonesia terhitung sebesar 8 juta USD (grafik 12).

**Grafik 11. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI CEKO**



Sumber: BKPM, 2022.

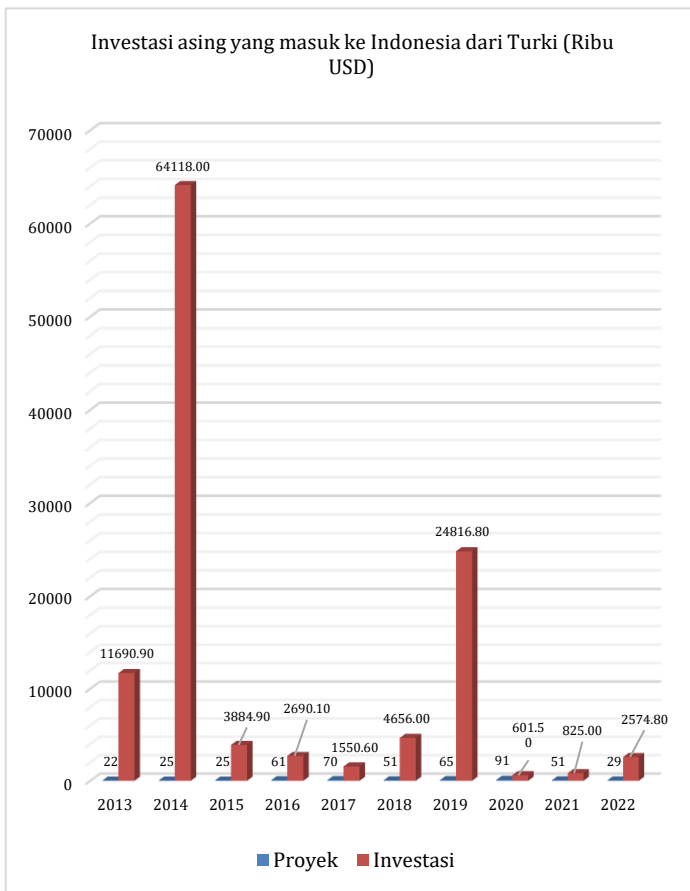
**Grafik 12. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI RUSIA**



Sumber: BKPM, 2022.

Sedangkan jika kita melihat nilai investasi yang masuk dari Turki ke Indonesia maka tren investasi cenderung cukup stabil dengan terus mengalami penurunan setelah mencapai puncaknya di tahun 2014 mencapai 64 juta USD (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2022g). Meskipun nilai investasi Turki ke Indonesia di tahun 2019 sempat mengalami peningkatan kembali hingga mencapai 24 juta USD, nilai investasi ini kembali mengalami penurunan hingga mencapai 2 juta USD di tahun 2022 (grafik 13).

Grafik 13. INVESTASI ASING YANG MASUK KE INDONESIA DARI TURKI



Sumber: BKPM, 2022.

Dari grafik diatas dapat terlihat bahwa nilai investasi yang berasal dari Hongaria masih sangat minim jika dibandingkan dengan negara lain yang berada di kawasan Eropa Timur seperti Rusia. Namun, jika dibandingkan dengan Turki serta *Visegrád Four Countries* (V4) yakni Polandia, Slovakia, dan Ceko yang memiliki proporsi populasi yang hampir sama dengan Hongaria maka volume investasi dan total proyek yang berasal dari Hongaria di tahun 2022 menunjukkan angka yang paling besar. Sehingga, Indonesia harus mampu memanfaatkan momentum ini dengan terus berupaya untuk menarik lebih banyak investasi asing masuk kedalam negeri. Terdapat beberapa cara yang telah dilakukan dan terus diupayakan oleh pemerintah Indonesia. Salah satu hal yang terus digalakkan oleh pemerintah Indonesia adalah dengan terus berbenah dengan kebijakan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) yang sudah diterapkan secara lebih luas baik dalam penanaman modal asing maupun penanaman modal dalam negeri (Kementerian Investasi, 2022). Selain itu, Indonesia

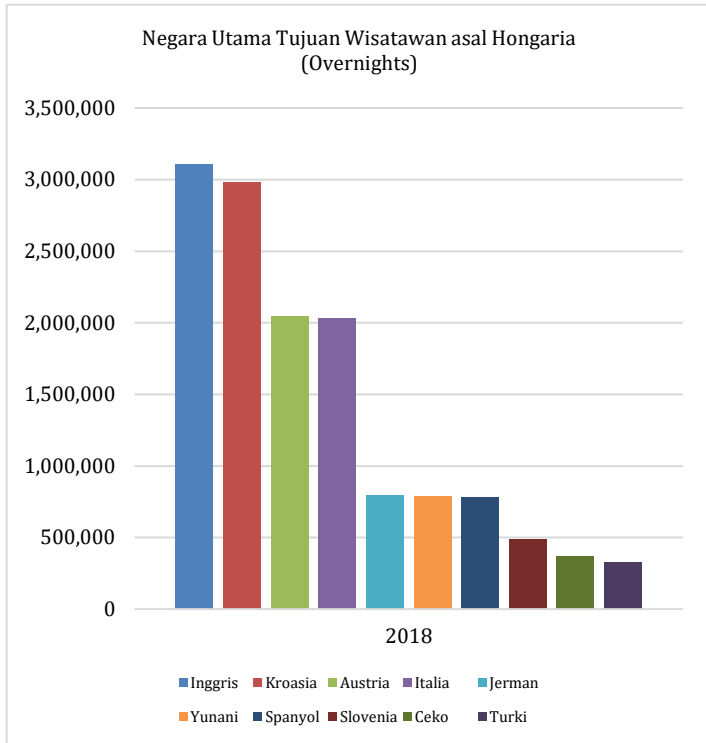
juga dapat terus berbenah terkait kejelasan peraturan dan berbagai biaya tambahan untuk pengurusan ijin bagi para pengusaha dan pelaku bisnis, terus mendorong terciptanya keadaan iklim investasi yang kondusif, serta terkait pelayanan perizinan yang lebih konsisten dan akomodatif. Dengan cara ini diharapkan para pelaku bisnis dan investor dapat merasa lebih terakomodasi dan tertarik untuk melakukan investasi di Indonesia.

### 3. Pariwisata

Pada bagian ini akan membahas terkait negara yang menjadi tujuan utama dan preferensi untuk wisatawan asal Hongaria. Selanjutnya, bagian ini juga akan menampilkan kinerja sektor pariwisata terkait perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Indonesia. Selain itu, untuk dapat membandingkan tren perkembangan tersebut, bagian ini akan menampilkan data kunjungan wisman sebelum masa pandemi hingga masa transisi pasca pandemi (data terakhir) yang terdapat dalam laporan kementerian pariwisata. Sehingga, kita dapat melihat dan mengetahui seberapa jauh perkembangan baik itu tren peningkatan maupun penurunan jumlah wisman yang masuk ke Indonesia dari tahun 2018 hingga 2021.

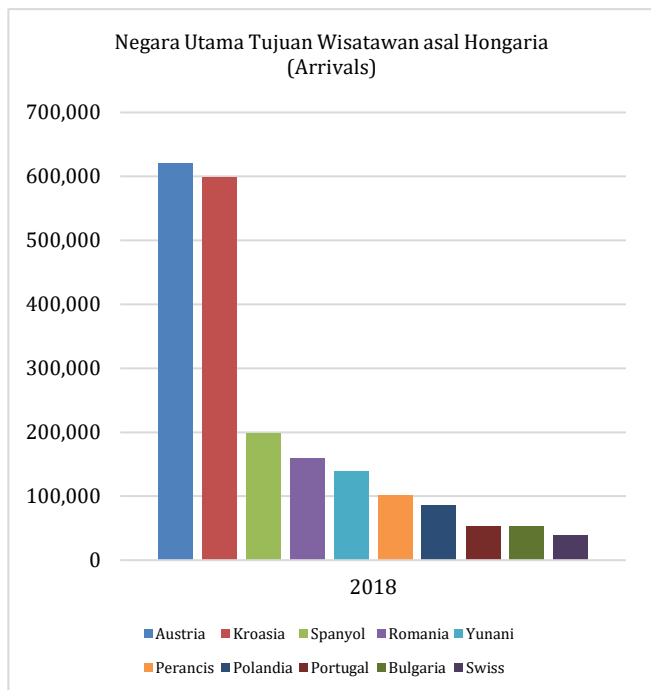
Berdasarkan data hasil observasi pada grafik 14 yang diambil dari *United Nations*, terlihat negara yang menjadi destinasi utama tujuan wisatawan asal Hongaria berdasarkan data overnights semuanya adalah negara Eropa (*United Nation World Tourism Organisation, 2018c*). Dengan negara tujuan utama adalah Inggris tercatat sebanyak lebih dari 3,1 juta pengunjung asal Hongaria pada tahun 2018. Pada posisi kedua dan ketiga ditempati oleh Kroasia dan Austria dengan total wisatawan asal Hongaria sebanyak 2,9 juta dan 2 juta pengunjung. Hal yang sama juga terlihat pada destinasi utama tujuan wisatawan asal Hongaria berdasarkan data kedatangan yang turut didominasi oleh negara Eropa (*United Nation World Tourism Organisation, 2018a*). Pada posisi pertama ditempati oleh Austria diikuti oleh Kroasia dan Spanyol pada posisi ke 2 dan ke 3 dengan total tercatat sebanyak 620 ribu, 599 ribu, dan 198 ribu pengunjung asal Hongaria (grafik 15).

**Grafik 14. NEGARA UTAMA TUJUAN WISATAWAN ASAL HONGARIA TAHUN 2018 (OVERNIGHTS)**



Source: UNWTO.org, 2018.

**Grafik 15. NEGARA UTAMA TUJUAN WISATAWAN ASAL HONGARIA TAHUN 2018 (ARRIVALS)**



Source: UNWTO.org, 2018.

Sementara jika dilihat berdasarkan data kedatangan, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia

pada tahun 2018 terlihat didominasi oleh negara yang berasal dari kawasan Asia (United Nation World Tourism Organisation, 2018b). Terhitung total 7 dari 10 negara teratas wisman yang berkunjung ke Indonesia adalah merupakan negara dari Kawasan Asia. Posisi pertama ditempati oleh Malaysia dengan jumlah 2,5 juta pengunjung. Disusul Cina dan Singapura pada posisi ke 2 dan ke 3 dengan jumlah sebesar 2,1 juta dan 1,7 juta pengunjung. Adapun wisatawan yang berkunjung ke Indonesia asal Hongaria hanya menempati posisi ke 49 dengan total pengunjung sebanyak 13 ribu pengunjung (grafik 16).

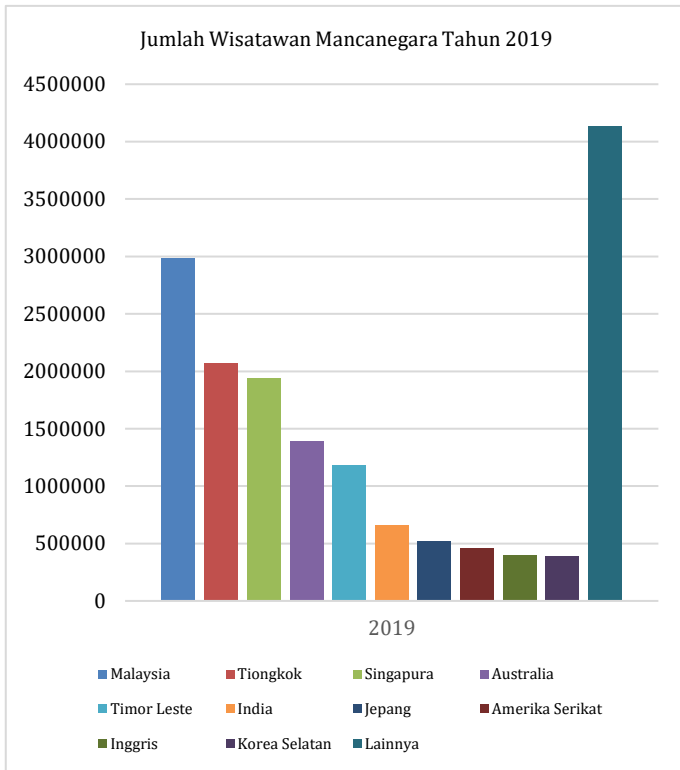
**Grafik 16. WISATAWAN MANCANEGERA YANG BERKUNJUNG KE INDONESIA TAHUN 2018 (ARRIVALS)**



Source: UNWTO.org, 2018.

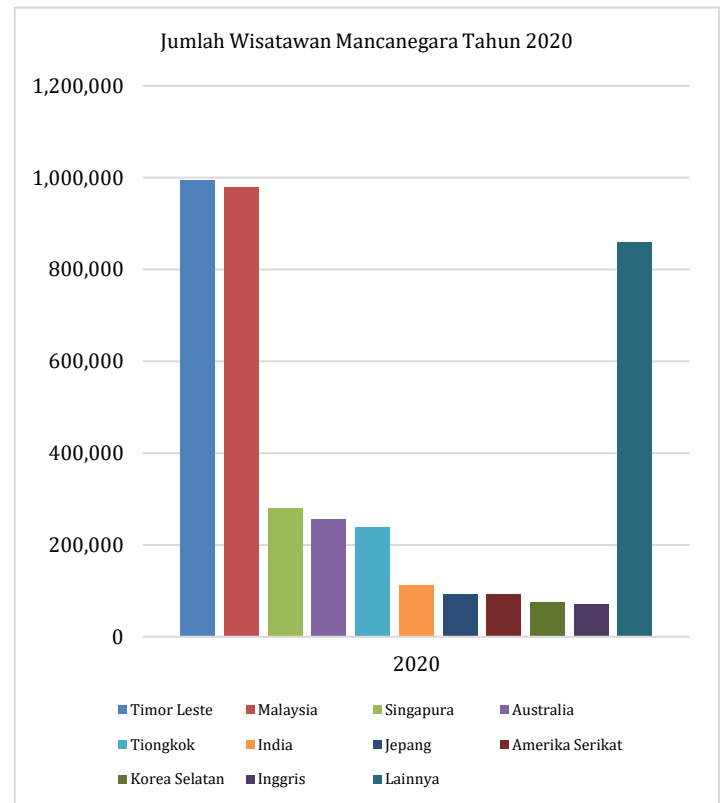
Sejalan dengan jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia di tahun 2019, jika kita lihat data yang didapatkan dari Kementerian Pariwisata, sebanyak 7 dari 10 negara teratas asal wisman berasal dari Asia khususnya Asia Tenggara (grafik 17). Pada posisi pertama ditempati oleh Malaysia dengan total sebesar 2,9 juta pengunjung. Posisi ke 2 dan ke 3 ditempati oleh Tiongkok dan Singapura dengan jumlah pengunjung terhitung sebanyak 2 juta dan 1,9 juta pengunjung (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019).

**Grafik 17. JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA YANG BERKUNJUNG KE INDONESIA 2019**



Source: kemenparekraf.go.id, 2019.

**Grafik 18. JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA YANG BERKUNJUNG KE INDONESIA 2020**

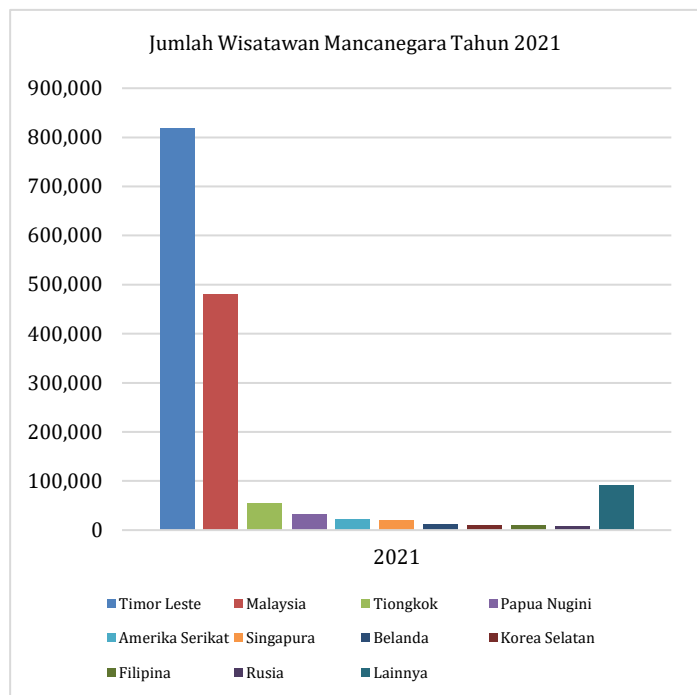


Source: kemenparekraf.go.id, 2020.

Sedangkan untuk jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia di tahun 2020, terlihat sedikit perubahan pada masa pandemi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Dengan jumlah yang sama sebanyak 7 dari 10 negara teratas asal wisman berasal dari Asia. Tetapi terdapat perubahan posisi dimana sebelumnya posisi pertama ditempati oleh Malaysia kini digantikan oleh Timor Leste dengan total sebesar 994 ribu pengunjung. Posisi ke 2 dan ke 3 ditempati oleh Malaysia dan Singapura dengan jumlah pengunjung terhitung sebanyak 980 ribu dan 280 ribu pengunjung (grafik 18). Sehingga, selisih antara posisi pertama dan kedua sangat tipis.

Data jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia di tahun 2021 tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Dengan jumlah yang sama sebanyak 6 dari 10 negara teratas asal wisman berasal dari Asia. Pada posisi pertama masih ditempati oleh Timor Leste dengan total sebesar 819 ribu pengunjung. Disusul oleh Malaysia dan Tiongkok pada posisi ke 2 dan ke 3 dengan jumlah pengunjung terhitung sebanyak 480 ribu dan 54 ribu pengunjung (grafik 19). Sehingga, jelas terlihat terjadi penurunan yang cukup signifikan dari masa sebelum pandemi hingga masa transisi pasca pandemi.

**Grafik 19. JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA YANG BERKUNJUNG KE INDONESIA 2021**



Source: kemenparekraf.go.id, 2021.

Dari aspek pariwisata, wisatawan asal Hongaria terlihat lebih memilih kawasan yang berada dekat dari negara asal mereka. Hal ini tentu salah satunya disebabkan karena biaya yang dibutuhkan lebih kecil jika dibandingkan harus mengunjungi negara dengan jarak yang lebih jauh. Jika diperhatikan lebih lanjut, tipe karakteristik wisatawan asal Hongaria juga memiliki kecenderungan untuk mengunjungi negara terdekat yang memiliki pantai seperti Kroasia, Yunani, dan Italia (Kovács, 2017). Sebagaimana yang kita ketahui, Hongaria merupakan *landlocked country* sehingga tidak memiliki laut dan pantai yang biasanya menjadi preferensi utama bagi para wisatawan. Hal ini tentunya bisa dimanfaatkan oleh Indonesia untuk menarik minat para wisatawan mancanegara khususnya yang berasal dari Hongaria. Dengan adanya potensi wisata Indonesia yang memiliki keunggulan (3)s yaitu *sea, sun, dan sand* dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan asal Hongaria. Dalam hal ini, media dan komunitas setempat juga berperan penting dalam upaya promosi wisata di Indonesia. Kedua pihak ini dapat membantu dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan yang nantinya akan dapat diliput dan dijadikan berbagai artikel berita yang dapat terus diperbaharui oleh pihak media. Nantinya, dengan peliputan

media ini akan memudahkan wisatawan mancanegara termasuk wisatawan asal Hongaria dalam mendapatkan informasi terkini seputar berbagai keunikan dan keberagaman potensi wisata yang dimiliki Indonesia.

Lebih lanjut, untuk menarik minat wisatawan asal Hongaria untuk berkunjung ke Indonesia, pihak KBRI sebagai perwakilan Indonesia dapat menggenjot bisnis *meeting, incentive, conference, dan exhibition* (MICE) baik bekerjasama dengan ITPC dan TPO yang berada di Budapest serta dapat juga dengan kolaborasi dengan pihak Kemenparekraf di Jakarta dengan mengadakan pameran atau *mini expo* untuk mempromosikan lokasi wisata yang ada Indonesia. Indonesia juga dapat melakukan promosi wisata dengan cara diplomasi kuliner. Diplomasi kuliner ini memiliki keunggulan dengan menonjolkan aspek variatif dan cita rasa yang dimiliki masing-masing daerah di Indonesia maupun keunikan dari tiap destinasi wisata yang ada di berbagai pulau di Indonesia.

Pemerintah Indonesia juga telah memberikan kemudahan bagi para wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan bebas visa. Berdasarkan Peraturan Presiden nomor 21 tahun 2016, Hongaria merupakan salah satu dari 169 negara yang diberikan bebas visa kunjungan singkat (BVKS) ke Indonesia selama 30 hari sejak tahun 2016 (Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia, 2016). Pemberian BVKS diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing termasuk asal Hongaria yang ingin datang ke Indonesia. Disisi lain, adanya faktor perbedaan bahasa dan budaya serta kurangnya akses informasi juga menjadi kendala bagi wisatawan asal Hongaria untuk menentukan destinasi pariwisata di Indonesia yang akan mereka kunjungi. Oleh karena itu, kolaborasi dan sinergi dari pihak pelaku bisnis, pemerintah, komunitas, dan media sangat diperlukan untuk menjembatani hambatan dan perbedaan ini.

### **B. Proyeksi Polandia sebagai Pasar Potensial Baru Bagi Indonesia Melalui Analisis SWOT**

Berdasarkan data yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan identifikasi mengenai analisis SWOT



(*strength, weakness, opportunity, and threat*) serta faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan bilateral antara Indonesia dengan Hongaria sebagai berikut:

### 1. *Strengths*

Sebagaimana yang telah dijelaskan diawal bahwa Indonesia dan Hongaria merupakan dua negara yang memiliki hubungan diplomatik yang sudah berlangsung selama 67 tahun dengan dilanjutkan pembukaan KBRI di Budapest, Hongaria. Hongaria merupakan salah satu negara anggota OECD dengan tingkat pertumbuhan GDP yang cukup baik dan kondisi perekonomian yang stabil. Selanjutnya dengan volume total perdagangan antar kedua negara dan surplus selalu berada di pihak Indonesia tentunya hal ini perlu untuk terus ditingkatkan. Dengan terjalannya hubungan diplomatik yang terus dijaga baik oleh kedua negara dari tahun ke tahun, merupakan fondasi yang kuat bagi peningkatan hubungan kerja sama antar negara khususnya dalam kerangka kerjasama ekonomi yang komprehensif di bidang perdagangan, investasi, dan pariwisata. Adapun terkait aliran investasi yang masuk ke Indonesia dari Hongaria, tren perkembangan investasi ini terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terhitung sejak awal tahun 2020 pandemi covid 19 dimulai hingga masa transisi pasca pandemi covid 19, nilai investasi yang berasal dari Hongaria terus menunjukkan peningkatan dan tren positif.

### 2. *Weaknesses*

Indonesia merupakan negara yang terletak di Asia Tenggara, sementara Hongaria berada di Benua Eropa tepatnya di Eropa Timur. Jarak antar negara yang demikian jauh ini tentu saja berpengaruh kepada volume perdagangan antara kedua negara yang masih sangat kecil. Jarak yang jauh antar kedua negara tentu memperbesar biaya transportasi dan logistik dalam perdagangan kedua negara. Posisi Indonesia sebagai mitra dagang Hongaria juga berada di urutan ke 49. Masih tertinggal jauh dengan negara ASEAN lainnya khususnya Vietnam yang berada di urutan ke 24 sebagai negara mitra dagang Hongaria serta Malaysia dan Thailand yang berada pada urutan ke 26 dan 31. Dari aspek volume investasi dari Hongaria yang masuk

ke Indonesia, meski nilai investasi cenderung relatif sama dengan Turki, angka investasi ini masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan negara Eropa Timur lainnya seperti Rusia. Hal ini mungkin disebabkan karena Hongaria merupakan negara yang juga masih cenderung lebih memilih untuk menarik investasi asing masuk ke negaranya daripada berupaya untuk menanamkan investasi ke negara lain.

Dari aspek pariwisata pun tingkat kunjungan wisatawan asal Hongaria secara keseluruhan cenderung sangat rendah, hal ini dikarenakan preferensi turis asal Hongaria lebih memilih untuk berwisata ke negara-negara Eropa Selatan dan Timur. Hal ini mungkin disebabkan oleh dua hal; pertama, selera wisatawan Hongaria lebih cenderung memilih kultur dan pariwisata yang terdapat di kawasan Eropa Selatan dan Timur, sehingga kultur dan pariwisata yang menjadi ciri khas Indonesia dinilai kurang menarik; kedua, turis asal Hongaria belum mendapat pengetahuan dan informasi yang cukup akan potensi dan keunggulan sektor wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Selain itu, tidak dapat dipungkiri adanya faktor perbedaan budaya dan bahasa menjadi hal yang juga ikut mempengaruhi kinerja diplomasi ekonomi Indonesia terutama dalam bidang promosi lokasi pariwisata di Indonesia.

### 3. *Opportunities*

Indonesia harus mampu untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki Hongaria dengan mulai membuka *untapped market*, dengan total populasi yang cukup besar di Eropa Timur. Selain itu, Hongaria yang menjadi menjadi hub (pintu gerbang Indonesia) di Eropa Tengah dan Timur tentu menjadi nilai tambah akan lokasinya yang strategis. Selanjutnya dengan masih terus berlangsungnya perundingan kerjasama kemitraan ekonomi melalui kerangka I-EU CEPA, Indonesia harus mampu melihat berbagai peluang yang dapat dinegosiasikan saat berlangsungnya perundingan, yang tentunya secara signifikan akan meningkatkan hubungan ekonomi Indonesia dengan negara mitra yang tergabung didalamnya termasuk Hongaria nantinya. Terutama dalam hal kerjasama sektoral yang dianggap memiliki peluang lebih

besar dan menguntungkan serta bersifat komplementer bagi kedua pihak khususnya Indonesia.

Adapun terkait investasi yang terus menunjukkan tren positif dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir dari Hongaria didominasi sektor perdagangan, hotel, dan restoran di sekitar wilayah Bali dan Nusa Tenggara. Maka pemerintah Indonesia dapat mengupayakan dan terus mendorong promosi terpadu perdagangan dan investasi terhadap para negara mitranya dengan berkolaborasi dengan pihak TPO serta ITPC yang berada di Budapest.

Dalam aspek pariwisata Indonesia dapat memanfaatkan berbagai peluang diantaranya pengadaan bebas visa kunjungan singkat selama 30 hari dimana Hongaria merupakan salah satu negara yang termasuk dalam daftar 169 negara yang dapat menggunakan jenis visa tersebut. Indonesia juga memiliki potensi wisata dengan keunggulan (3)s yaitu *sea*, *sun*, dan *sand* menjadi daya tarik utama bagi wisatawan asal Hongaria. Selain itu untuk menarik minat wisatawan asal Hongaria untuk berkunjung ke Indonesia, pihak KBRI dapat melakukan bisnis MICE dengan bekerjasama dengan ITPC dan TPO yang berada di Budapest serta dapat juga dengan kolaborasi dengan pihak Kemenparekraf di Jakarta dengan mengadakan pameran atau *mini expo* untuk mempromosikan lokasi wisata yang ada Indonesia. Indonesia dapat melakukan diplomasi kuliner dengan menonjolkan aspek variatif dan cita rasa yang dimiliki masing-masing daerah di Indonesia maupun keunikan dari tiap destinasi wisata yang ada di berbagai pulau di Indonesia.

#### 4. *Threats*

Hubungan diplomasi ekonomi Indonesia dan Hongaria juga dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk politik dan keamanan antar kedua negara. Hongaria saat ini menghadapi berbagai tantangan diantaranya; (a) kondisi pasca pandemi covid 19 yang menjadi permasalahan global (b) dampak sanksi ekonomi Uni Eropa terhadap Rusia yang mendapat kritik dari Perdana Menteri Hongaria Viktor Orban (Reuters, 2022) (c) krisis iklim (d) aneksasi Rusia terhadap Krimea dan Ukraina dimana Hongaria yang terletak berbatasan dengan Ukraina akan menimbulkan

ancaman dengan adanya perang yang masih terus berlangsung (e) peningkatan mobilitas pengungsi yang berasal dari negara Suriah, Afghanistan, dan Ukraina ke negara Eropa (f) serta penurunan perdagangan dan harga komoditas dunia yang dipengaruhi oleh perlambatan ekonomi global. Hal ini tentunya turut serta mempengaruhi iklim investasi dan perdagangan kedua negara.

## V. KESIMPULAN

Hongaria memiliki potensi untuk menjadi pintu gerbang sekaligus pasar prospektif baru bagi Indonesia. Hal ini terlihat dari data pada sektor perdagangan, investasi, dan pariwisata. Pada sektor perdagangan, volume perdagangan antara Indonesia dan Hongaria dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan surplus di pihak Indonesia dengan nilai ekspor Indonesia ke Hongaria berada cukup jauh diatas volume impor Indonesia dari Hongaria. Hal ini juga terlihat selama masa pandemi covid 19 hingga masa transisi pasca pandemi covid 19. Meskipun secara keseluruhan nilai perdagangan tercatat masih rendah, terdapat berbagai peluang untuk beberapa komoditas diantaranya karet, plastik, tekstil, pakaian, alas kaki, produk mamin, dan kopi.

Pada sektor investasi, tren perkembangan aliran investasi yang masuk ke Indonesia dari Hongaria terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terhitung sejak awal tahun 2020 pandemi covid 19 dimulai hingga masa transisi pasca pandemi covid 19, nilai investasi yang berasal dari Hongaria terus menunjukkan peningkatan dan tren positif.

Pada sektor pariwisata, Indonesia memiliki keunggulan yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara termasuk asal Hongaria. Keunggulan ini diantaranya seperti kebijakan bebas visa kunjungan singkat selama 30 hari dan wisata alam dengan (3)s yaitu *sea*, *sun*, dan *sand* yang sesuai dengan preferensi wisatawan asal Hongaria.

Adapun terkait upaya mewujudkan Hongaria sebagai pintu gerbang bagi diplomasi ekonomi Indonesia di Kawasan Eropa Tengah dan Timur dibutuhkan kolaborasi

dari pentahelix atau multi pihak diantaranya pihak KBRI sebagai perpanjangan tangan pemerintah Indonesia di Hongaria, pelaku bisnis/praktisi, akademisi, komunitas, dan media. Terkait upaya Indonesia untuk terus dapat mendorong promosi terpadu perdagangan dan investasi terhadap para negara mitranya, kolaborasi antara pihak KBRI, TPO serta ITPC sangat berperan penting.

## REFERENSI

- Asworo, H. T. W. (2019). *LAPORAN DARI HONGARIA: Ini Peluang Ekspor dan Investasi di Budapest*. Bisnis.Com.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022a). *Investasi Indonesia Bergerak Bangkit Pasca Pandemi, Realisasi Investasi Triwulan I Tahun 2022 Mencapai Rp 282,4 triliun*.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022b). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Ceko Tahun 2013-2022*. [https://nswi.bkpm.go.id/data\\_statistik](https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik)
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022c). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Hungaria Tahun 2013-2022*. [https://nswi.bkpm.go.id/data\\_statistik](https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik)
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022d). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Polandia Tahun 2013-2022*. [https://nswi.bkpm.go.id/data\\_statistik](https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik)
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022e). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Rusia Tahun 2013-2022*.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022f). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Slovakia 2013-2022*. [https://nswi.bkpm.go.id/data\\_statistik](https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik)
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2022g). *Perkembangan Realisasi Investasi PMA Negara Turki Tahun 2013-2022*. [https://nswi.bkpm.go.id/data\\_statistik](https://nswi.bkpm.go.id/data_statistik)
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Bebas Visa Kunjungan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39891/perpres-no-21-tahun-2016>
- Berridge, G. R., & James, A. (2003). *A Dictionary of Diplomacy* (2nd ed.). Basingstoke: Palgrave macmillan.
- Coca-Cola HBC. (2020). *COSTA TAPS INTO HUNGARY'S LOVE OF COFFEE*. <https://hu.coca-colahellenic.com/en/media/news/corporate/2020/costa-taps-into-hungary-s-love-of-coffee>
- Embassy of the Republic of Indonesia. (2020). *THE HISTORY OF THE EMBASSY OF THE REPUBLIC OF INDONESIA*. [http://www.indonesia.hu/page.php?id=87&title=embassy\\_history&l=en](http://www.indonesia.hu/page.php?id=87&title=embassy_history&l=en)
- European Union. (2022). *Common commercial policy*. European Union. <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/common-commercial-policy.html>
- IDN Financials. (2021). *Indonesia dan Hongaria bahas potensi kerja sama dimasa depan*. <https://www.idnfinancials.com/id/news/38138/indonesia-hungary-discuss-potential-cooperation-future>
- International Monetary Fund. (2021c). *World Economic Outlook Database: Unemployment rate in Hungary*.
- International Monetary Fund. (2021a). *Report for Hungary*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October/weo-report?c=944,&s=NGDPD,LUR,LP,&sy=2013&ey=2022&ssm=0&scsm=1&sc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1>
- International Monetary Fund. (2021b). *World Economic Outlook Database: Gross domestic product in Hungary*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October/weo-report?c=944,&s=NGDPD,LUR,LP,&sy=2013&ey=2022&ssm=0&scsm=1&sc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1>
- International Trade Centre. (2021a). *Bilateral trade between Hungary and Indonesia in 2021*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- International Trade Centre. (2021b). *Bilateral trade between Hungary and Indonesia in 2021*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- International Trade Centre. (2022a). *Bilateral trade between Hungary and Indonesia*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- International Trade Centre. (2022b). *Bilateral trade between Hungary and United Kingdom*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C826%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C826%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C2%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- International Trade Centre. (2022c). *Trade Balance between Hungary and Indonesia*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C7](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C7)

- C2%7C1 %7C1%7C3%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1
- International Trade Centre. (2022d). *Trade Balance between Hungary and its all trade partners*. [https://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C3%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C3%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- International Trade Centre. (2021c). *Komoditi Ekspor Indonesia yang Mengalami Peningkatan ke Hongaria*. [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7C348%7C%7C360%7C%7CTOTAL%7C%7C%7C2%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1%7C1%7C1)
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan Desember Tahun 2021*. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2021>
- Kementerian Investasi. (2022). *Pelayanan Terpadu Satu Pintu*. <https://www.investindonesia.go.id/id/panduan-berinvestasi/one-stop-service>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022a). *Dorong Percepatan Penyelesaian Perundingan IEU-CEPA, untuk Meningkatkan Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Uni Eropa*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4559/dorong-percepatan-penyelesaian-perundingan-ieu-cepa-untuk-meningkatkan-kerja-sama-ekonomi-indonesia-uni-eropa>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022b). *Tren Positif Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Terus Berlanjut di Tengah Upaya Menjaga Momentum Pemulihan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4541/tren-positif-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-terus-berlanjut-di-tengah-upaya-menjaga-momentum-pemulihan-ekonomi>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2019a). *Penyampaian Prioritas Politik Luar Negeri Republik Indonesia 2019-2024*. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/725/pidato/penyampaian-prioritas-politik-luar-negeri-republik-indonesia-2019-2024>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2019b). *PENYAMPAIAN PRIORITAS POLITIK LUAR NEGERI REPUBLIK INDONESIA 2019-2024*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2019). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2019*. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2020*. <https://api2.kemenparekraf.go.id/storage/app/uploads/public/62a/aae/3c6/62aaae3c6856c886041808.pdf>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2020). *Sasar Ekspor Mamin ke Hongaria: Indonesia Raih Transaksi Potensial USD 3,50 Juta di Sirha Budapest 2020*. <https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/trade-news/sasar-ekspor-mamin-ke-hongaria-indonesia-raih-transaksi-potensial-usd-3-50-juta-di-sirha-budapest-2020-1>
- Kementerian Perdagangan. (2013). *Warta Ekspor: Peluang dan Tantangan Ekspor ke Negara-negara Non-Tradisional*. 4 Februari, 2020. [http://djpen.kemendag.go.id/app\\_frontend/admin/docs/publication/9421384233412.pdf](http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/9421384233412.pdf)
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *RI-Hungaria Perkuat Hubungan Dagang dan Investasi*. [https://kemenperin.go.id/artikel/14259/RI-Hungaria-Perkuat-Hubungan-Dagang-dan-Investasi#:~:text=Saat ini%2C komoditas ekspor utama,%2C generator%2C mesin dan antibiotik](https://kemenperin.go.id/artikel/14259/RI-Hungaria-Perkuat-Hubungan-Dagang-dan-Investasi#:~:text=Saat%20ini%20komoditas%20ekspor%20utama,%20generator%20mesin%20dan%20antibiotik)
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). *Kemenperin Perluas Pasar Ekspor Tiga Produk Unggulan Indonesia di Uni Eropa*. <https://kemenperin.go.id/artikel/18490/Kemenperin-Perluas-Pasar-Ekspor-Tiga-Produk-Unggulan-Indonesia-di-Uni-Eropa>
- Kovács, Z. (2017). *These were the favourite holiday destinations of Hungarians in 2017*. <https://dailynewshungary.com/favourite-holiday-destinations-hungarians-2017-2/>
- Moons, S. (2012). What are the effects of economic diplomacy on the margins of trade? *International Journal of Diplomacy and Economy*, 1(2), 147–162.
- Moons, S., & van Bergeijk, P. A. G. (2013). A meta-analysis of economic diplomacy and its effect on international economic flows. *ISS Working Paper Series/General Series*, 566, 1–30.
- Nasution, B. B. (2018). Specialty Kopi Indonesia. In *Warta Ekspor*. [http://djpen.kemendag.go.id/app\\_frontend/admin/docs/publication/9321548126511.pdf](http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/9321548126511.pdf)
- Rana, K. S. (2007). Economic diplomacy: the experience of developing countries. In N. Bayne & S. Woolcock (Eds.), *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in international economic relations* (pp. 201–220). Aldershot: Ashgate.
- Reuters. (2022). *Hungary PM Orban says EU's Russia sanctions should be scrapped*. Reuters. <https://www.reuters.com/world/europe/hungary-pm-orban-says-eus-russia-sanctions-should-be-scrapped-report-2022-09-22/>

- Sabaruddin, S. S. (2016). Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 12(1), 69–90.
- Samosir, S. L. (2022). *POTENSI EKSPOR KOPI DARI INDONESIA KE EROPA*.
- The Observatory of Economic Complexity. (2020). *Hungary*. <https://oec.world/en/profile/country/hun?latestTrendsFlowSelectorNonSubnat=flow1&yearlyTradeFlowSelector=flow1>
- United Nation World Tourism Organisation. (2018c). *Overnight stays of Tourists in 2018 from Hungary*. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- United Nation World Tourism Organisation. (2018b). *Arrivals of Tourists in 2018 to Indonesia*.
- United Nation World Tourism Organisation. (2018a). *Arrivals of Tourists in 2018 from Hungary*. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- van Bergeijk, P. A. G. (2014). *Economic diplomacy and the geography of international trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- van Bergeijk, P. A. G., & Moons, S. (2009). Economic Diplomacy and Economic Security. *New Frontiers for Economic Diplomacy*, 37–54.
- World Bank. (2020a). *Hungary Product Exports to Indonesia 2020*. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/HUN/Year/2020/TradeFlow/Export/Partner/IND/Product/all-groups>
- World Bank. (2020b). *Hungary Product Imports 2020*. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/HUN/Year/2020/TradeFlow/Import/Partner/WLD/Product/all-groups>
- World Bank. (2020c). *Hungary Product Imports from Indonesia 2020*. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/HUN/Year/2020/TradeFlow/Import/Partner/IND/Product/all-groups>
- World Bank. (2022). *Stagflation Risk Rises Amid Sharp Slowdown in Growth*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/06/07/stagflation-risk-rises-amid-sharp-slowdown-in-growth-energy-markets>.