

**DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT PADA TAHUN 2012-2017**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Andalas*



ARIE FIESTA

1410852023

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat pada tahun 2012-2017, menggunakan konsep diplomasi ekonomi oleh Kishan S. Rana. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model penulisan deskriptif menggunakan data sekunder berbasis studi pustaka. Indonesia sebagai produsen kopi terbesar mengalami penurunan ekspor terburuk pada tahun 2011, karena beberapa hambatan seperti produksi yang tidak optimal, standar kopi ekspor, *image* buruk kopi Indonesia dan persaingan dalam pasar internasional. Merespon penurunan ekspor kopi tersebut, Indonesia melakukan perubahan mendasar praktik diplomasi dengan menjadikan diplomasi ekonomi sebagai tulang punggung diplomasi Indonesia. Penelitian ini menemukan enam strategi dan bentuk *trade promotion* sebagai diplomasi ekonomi yang telah dilakukan Indonesia terdiri dari analisis target pasar, membantu perusahaan lokal mengadakan ekspor, *market data and insights*, prioritas khusus produk baru, *buyer-seller meets* dan partisipasi pada pameran dagang. Dengan Kementerian perdagangan, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, *Indonesian Trade Promotion Center* dan Atase Perdagangan sebagai aktor diplomasi ekonomi.

Kata Kunci : Diplomasi Ekonomi, Trade Promotion, Kopi, Indonesia, Amerika Serikat



ABSTRACT

This study analyzes Indonesia's economic diplomacy in increasing coffee exports to the United States in 2012-2017, using the concept of economic diplomacy by Kishan S. Rana. This study uses qualitative methods with descriptive writing models using secondary data based on literature research. Indonesia as the largest coffee producer experienced the worst decline in exports in 2011, due to several obstacles such as non-optimal production, export coffee standards, bad image of Indonesian coffee and competition in the international market. Responding to the decline in coffee exports, Indonesia made fundamental changes to diplomatic practices by making economic diplomacy the backbone of Indonesian diplomacy. This study found six strategies and forms of trade promotion as economic diplomacy that Indonesia has done consisting of analysis of target markets, helping local companies to export, market data and insights, priority of new products, buyer-seller meets and participation in trade shows. With the Ministry of trade, Directorate General of National Export Development, Indonesian Trade Promotion Center and Trade Attache as actors of economic diplomacy.

Keywords: *Economic Diplomacy, Trade Promotion, Coffee, Indonesia, United States of America*

