

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia kopi merupakan komoditas pertanian potensial yang menjadi sumber devisa ke empat terbesar setelah komoditas minyak kelapa sawit, karet dan kakao. Potensi kopi Indonesia didukung oleh perkebunan kopi yang luas sekitar 1.254.921 hektar pada tahun 2011, dengan luas perkebunan tersebut mendukung untuk menghasilkan produksi kopi dalam jumlah besar yang menjadikan Indonesia sebagai negara produsen kopi urutan ke-4 di dunia setelah Brazil, Kolombia dan Vietnam.<sup>1</sup>

Selain itu, kopi termasuk 10 komoditas utama ekspor Indonesia yang menjadikan kopi sebagai komoditas penting yang memiliki peluang ekonomi untuk meningkatkan penerimaan devisa negara, penyerapan tenaga kerja maupun penerimaan pajak. Kopi sebagai komoditas utama mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah Indonesia dengan diberikan fasilitas dan pelayanan peningkatan ekspor untuk memaksimalkan ekspor ke negara-negara tujuan utama atau pasar baru untuk menciptakan pasar baru yang permanen.<sup>2</sup>

Dalam perdagangan internasional, kopi merupakan komoditas kedua paling banyak diperdagangkan setelah minyak mentah. Kopi juga merupakan bahan minuman populer yang terus mengalami peningkatan permintaan setiap

---

<sup>1</sup> Nuhfil Hanani, Rosihan Asmara dan Fahriyah, "Persaingan Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional," Jurnal Kopi Perphi (2012): 59.

<sup>2</sup> Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Statistik : Negara Tujuan Ekspor Komoditi Utama, <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-commodities/10-main-commodities> (diakses pada Desember 2017).

tahun dan memberikan manfaat ekonomi bagi setiap rantai nilai global, mulai dari petani hingga konsumen. Peningkatan permintaan kopi dipengaruhi peningkatan konsumsi atau kebutuhan di negara-negara utama pengimpor kopi yang terdiri dari Amerika Serikat, Jerman, Prancis, Jepang, dan Italia.<sup>3</sup>

Dari lima negara diatas, impor kopi tertinggi ditempati oleh Amerika Serikat karena faktor kebiasaan masyarakat meminum kopi sehari-hari seperti mengawali aktivitas dipagi hari, membicarakan persoalan bisnis atau menghangatkan suasana. Selain itu, Amerika Serikat juga ikut mengambil bagian dari industri kopi dunia sebagai negara pengekspor kopi olahan. Kedua faktor tersebut membuat Amerika Serikat membutuhkan ketersediaan kopi dalam jumlah besar sepanjang waktu, baik untuk konsumsi masyarakat atau kebutuhan industri. Konsumsi dan kebutuhan Amerika Serikat terhadap kopi menciptakan sebuah peluang ekonomi bagi negara-negara eksportir seperti Indonesia untuk memanfaatkan potensi pasar di Amerika Serikat.<sup>4</sup>

Dalam perkembangan ekspor kopi Indonesia, Amerika Serikat merupakan negara tujuan utama ekspor kopi yang memiliki nilai ekspor tertinggi setelah Jerman dan Jepang. Berikut perkembangan ekspor Indonesia ke berbagai negara.

---

<sup>3</sup> International Coffee Organization, Development of Coffee Trade Flows (Mexico : Internasional Coffee Council, 2018), 1-2.

<sup>4</sup> Edi Soviandre, M. Al Musadieg dan Dahlan Fanani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat," Jurnal Administrasi Bisnis Vol 14 No. 2 (September 2014): 146-147.

**Tabel 1.1 Ekspor Kopi Indonesia Keberbagai Negara pada Tahun 2010-2013**

Negara	Tahun (ribu ton)			
	2010	2011	2012	2013
Amerika Serikat	63.048,0	48.097,7	69.651,6	66.138,1
Jerman	63.688,4	26.461,0	50.978,2	60.418,5
Jepang	59.170,9	26.3682,1	33.134,1	40.580,4
Malaysia	17.803,2	26.382,1	33.134,1	40.580,4
Italia	26.770,7	27.344,4	29.080,8	38.152,5
Aljazair	10.303,2	7.298,4	10.488,9	24.265,5
Inggris	24.343,1	14.868,4	16.312,4	20.718,0
India	9.733,3	12.162,4	19.884,0	18.292,4
Mesir	12.024,7	10.013,9	17.594,6	17.538,3
Maroko	8.369,1	10.013,9	17.594,6	17.538,3
Georgia	9.088,4	6.893,0	9.133,5	12.029,6
Singapura	6.079,0	6.240,4	9.154,1	8.677,9
Rumania	2.219,4	1.497,0	1.362,0	507,6
Lain-lainnya	111.6938	89.915,0	117.529,6	169.962,8

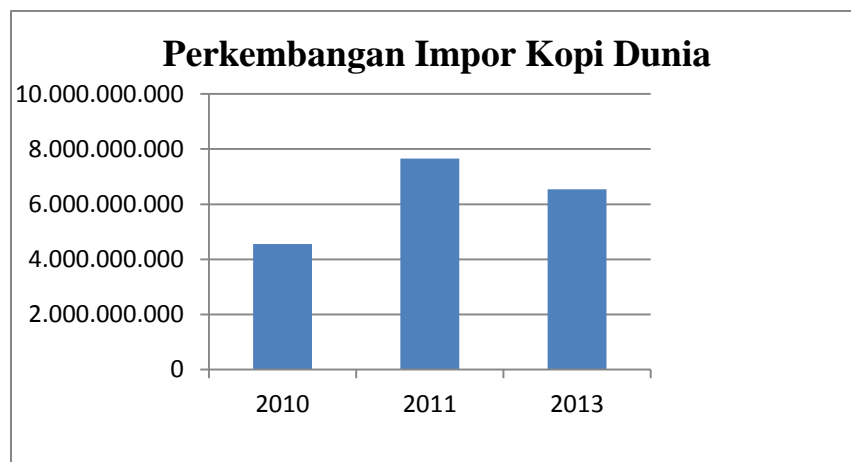
sumber : Badan Pusat Statistik (diolah).<sup>5</sup>

Pada tahun 2011, Indonesia mengalami penurunan ekspor kopi ke Amerika Serikat. Kondisi ini merupakan capaian terburuk ekspor kopi Indonesia dalam perkembangan beberapa tahun terakhir. Penurunan ekspor terjadi pada saat kopi dunia mengalami kenaikan harga akibat dari terbatasnya ketersediaan stok kopi dunia. Pada kondisi yang sama, Amerika Serikat tetap mengalami peningkatan konsumsi dan peningkatan impor kopi dari negara-negara produsen kopi seperti Brazil dari USD 1.164.000 menjadi USD 2.031.00, Kolombia dari USD 909.000 menjadi USD 1.434.000, Vietnam dari USD 369.800 menjadi USD 500.300 dan Jerman dari USD 134.200 menjadi USD 212.500.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Lempira Christy Elisha, "Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan *Error Correction Model* (ECM) Tahun 1981-2013." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 4 No. 4 (November 2015): 382.

<sup>6</sup> United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service : Global Agricultural Trade System, <https://apps.fas.usda.gov/gats/> (diakses pada Desember 2018).

Peningkatan konsumsi dan kebutuhan kopi Amerika Serikat memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan impor kopi dunia yang mengalami peningkatan sebesar 58% pada tahun 2011. Pada tahun tersebut melihat peluang terbaik pasar kopi Amerika Serikat yang menjadi kesempatan bagi negara-negara produsen kopi dunia untuk mendapatkan manfaat ekonomi sebagai bagian dari nilai rantai global. Berikut data perkembangan impor kopi dunia.



**Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Impor Kopi Dunia pada Tahun 2010-2012**

Sumber : Global Trade Atlas (diolah).<sup>7</sup>

Pasar kopi Amerika Serikat bertolak belakang dengan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2011, melihat adanya pencapaian tidak maksimal dengan penurunan ekspor kopi Indonesia pada saat peluang ekspor kopi ke Amerika Serikat meningkat. Hal ini menimbulkan pertanyaan, bagaimana peran negara dalam mengelola dan mendorong ekspor kopi yang termasuk 10 komoditas utama ekspor yang seharusnya mengalami peningkatan ekspor dan dapat memanfaatkan peluang pasar kopi di Amerika Serikat lebih optimal.

<sup>7</sup> Reza Pahlevi Chairul, Market Brief Kopi (Chicago : ITPC, 2013), 14.

Penurunan ekspor kopi Indonesia yang terjadi pada tahun 2011, disebabkan oleh beberapa faktor sebagai berikut. **Pertama**, produksi kopi Indonesia. Pada tahun 2011, sekitar 95,94% perkebunan kopi Indonesia dikelola oleh masyarakat yang sebagian besar merupakan petani kecil dengan keterbatasan alat, modal dan pengetahuan dalam menunjang pengolahan kopi. Keterbatasan petani kopi lokal dan kondisi cuaca ekstrim mengakibatkan penurunan hasil produksi sebesar 7,87% serta kopi yang dihasilkan kurang berkualitas.<sup>8</sup>

**Kedua**, standar kopi ekspor. Amerika Serikat sebagai negara konsumsi kopi terbesar memiliki standar kopi tinggi yang harus di penuhi produsen kopi. Jaminan standar kopi harus memenuhi ketentuan dan persyaratan pihak ketiga seperti sertifikasi serta ketentuan nutrisi dan labelling yang ditetapkan oleh lembaga pemerintahan Amerika Serikat seperti *Food and Drug Administration* (FDA) dalam *Federal Food, Drug and Comestic Act* (FD & C Act) dan *Fair Packing and Labeling Act* dengan tujuan menjaga produk yang beredar dipasar. Pada tahun 2011, sebagian besar kopi Indonesia belum memenuhi standar kopi Amerika Serikat, sehingga belum dapat mengakses pasar kopi di Amerika Serikat.<sup>9</sup>

**Ketiga**, *image* buruk kopi Indonesia. Pandangan buruk merupakan permasalahan umum yang dihadapi oleh produsen kopi di negara berkembang. Negara perkembang dinilai belum mampu menghasilkan kopi dengan kualitas terbaik dimata konsumen, karena produsen negara berkembang masih memiliki

---

<sup>8</sup> Reyandi Desnky, Syaprudin dan Siti Aminah, "Ekspor Kopi Indonesia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi," e-Jurnal Perdagangan, Industri dan Moneter Vol. 6 No. 1 (Januari-April, 2018): 29.

<sup>9</sup> Reza Pahlevi Chairul, *Market Brief Kopi* (Chicago : ITPC, 2013), 17.

permasalahan di sektor produksi dan jaminan standar. Selain itu, harga kopi yang murah terutama jenis kopi robusta juga menjadi penyebab pandangan buruk kopi di negara berkembang. Permasalahan ini yang menjadi masalah utama dan akar permasalahan yang harus diselesaikan Indonesia, meskipun Indonesia memiliki kopi premium dan telah dikenal oleh dunia, beberapa atau sebagian kopi Indonesia masih memiliki *image* buruk dimata konsumen dan kurang diminati.<sup>10</sup>

**Keempat**, persaingan dalam pasar internasional. Kopi sebagai komoditas yang kedua terbesar diperdagangkan memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Negara-negara produsen kopi seperti Brazil, Kolombia dan Vietnam merupakan pesaing utama Indonesia yang memiliki penguasaan pasar lebih unggul. Selain itu, konsumen-konsumen kopi di negara Amerika Serikat cenderung lebih menyukai kopi dari negara tersebut, karena memiliki jaminan standar yang lebih dari kopi Indonesia dan tingkat produktivitas yang juga lebih tinggi.<sup>11</sup>

Berdasarkan faktor diatas, Indonesia belum mampu memanfaatkan peluang pasar kopi di Amerika Serikat secara optimal, sehingga kopi Indonesia mengalami penurunan ekspor dan kalah saing dari negara produsen kopi terbesar seperti Brazil, Kolombia dan Vietnam. Penurunan ekspor kopi Indonesia merupakan kondisi umum yang terjadi dalam aktivitas perdagangan, yang terus mengalami perubahan dan memerlukan cara yang tepat dalam menjawab

---

<sup>10</sup> H. Hevrinaldy, "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat," JOM FISIP Vol. 4 No. 2 (Oktober 2017): 9.

<sup>11</sup> Desi Ratna Sari, Ermi Tety dan Eliza "Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Dunia," Jom Faperta Vol. 3 No. 1 (Februari, 2016): 2.

tantangan saat ini.<sup>12</sup> Salah satu cara yang digunakan Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat adalah dengan diplomasi ekonomi, seperti diplomasi kopi yang dilakukan oleh Duta besar RI, Dino Patti Jalal di *World Trade Centre* (WTC), merupakan diplomasi ekonomi dengan cara mengadakan sebuah demo pembuatan kopi dengan melihatkan proses pengolahan kopi unggulan untuk memperkenalkan komoditas kopi serta mencari peluang pasar di Amerika Serikat.<sup>13</sup>



---

<sup>12</sup> Syprianus Aristeus, "Peluang Industri dan Perdagangan Indonesia dalam Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi Asean (*Industry and Trade Opportunity of Indonesia on Asean economic Community*)," Rechts Viding Vol. 3 No.2 (Agustus 2014): 146-148.

<sup>13</sup> Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Diplomasi Kopi : Cita Rasa Premium Indonesia, <http://www.kemendag.go.id/id/news/2013/04/25/diplomasi-kopi-cita-rasa-premium-indonesia> (diakses pada 12 Desember 2016).

## 1.2 Rumusan Masalah

Komoditas kopi sering dianggap hanya sebatas bahan minuman dalam pandangan masyarakat secara umum, dibalik pahitnya kopi terdapat peluang ekonomi seperti pemasukan devisa negara, penyerapan tenaga kerja atau penerimaan pajak. Hambatan ekspor kopi Indonesia seperti masalah produksi, standar ekspor, *image* buruk dan persaingan mengakibatkan penurunan ekspor pada tahun 2011. Namun, Indonesia tetap memiliki konsumen di negara Amerika Serikat sebagai negara pengimpor kopi terbesar. hal ini dapat dilihat dari keberhasilan Indonesia menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) pembelian kopi senilai USD 18 juta dengan Royal Coffee Inc. California dan New York pada 14-17 April 2016 di *Specialty Coffee Association of American* (SCAA) *Expo*. Melihat Pencapaian oleh pemerintahan Indonesia tersebut, penulis tertarik untuk melihat bagaimana upaya Indonesia dalam peningkatan ekspor kopi ke Amerika Serikat.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut.

“Bagaimana upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat?”



#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam memanfaatkan peluang pasar kopi dunia dan meningkatkan ekspor kopi ke negara tujuan ekspor utama seperti Amerika Serikat setelah terjadinya penurunan ekspor kopi pada tahun 2011.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain, sebagai berikut.

1. Penelitian ini bermanfaat untuk memperbanyak referensi dan kepastakaan Ilmu Hubungan Internasional mengenai diplomasi ekonomi dalam meningkat ekspor.
2. Secara akademis penelitian ini bermanfaat dalam memahami penerapan alat analisis seperti teori dan konsep dalam menjelaskan fenomena hubungan internasional.
3. Manfaat lain dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan yang berkaitan dengan topik yang dibuat.

#### 1.6 Tinjauan Pustaka

Dalam menganalisis mengenai judul “*Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat paskah Penurunan Ekspor pada Tahun 2011*”, Penulis merujuk pada daftar pustaka yang dianggap relevan pada penulisan kali ini. Pustaka yang dijadikan landasan antara lain jurnal Administrasi Bisnis dengan judul Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Harga Kopi dan Produksi Kopi Domestik terhadap Ekspor Indonesia (Studi Volume Ekspor Kopi Periode 2009-20013). Artikel dalam jurnal ini menjelaskan kedudukan kopi Indonesia dalam pasar internasional dan hal yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia, serta

perkembangan ekspor kopi Indonesia. Jurnal ini juga menjadi salah satu dasar kajian dalam penelitian ini, karena data-data terkait ekspor kopi Indonesia yang mengalami penurunan dan kedudukan kopi dalam pasar internasional memberikan alasan pentingnya komoditas kopi dalam memberikan sumbangan terhadap visa negara.<sup>14</sup>

Kajian pustaka selanjutnya adalah Jurnal Ekonomi Pembangunan yang berjudul Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan *Error Correction Model* (ECM) Tahun 1981-2013. Artikel jurnal ini menjelaskan bagaimana perkembangan jangka panjang dan jangka pendek ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 1981-2013, dengan melihat pengaruh dari faktor produksi, harga kopi dunia dan nilai tukar rupiah. Hal yang membedakan penelitian ini dengan kajian pustaka tersebut adalah faktor yang mempengaruhi ekspor, pada kajian pustaka menjelaskan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Sedangkan, dalam penelitian ini penulis lebih mencoba memaparkan faktor yang mempengaruhi dari melihat upaya yang dilakukan Indonesia dalam memanfaatkan peluang pasar kopi di Amerika Serikat.<sup>15</sup>

Kajian pustaka yang ketiga adalah tulisan A. Irawan J.H dan Giandi Kartasmita dengan judul Diplomasi Komersial Indonesia ke Belanda Masa Kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014), dalam tulisan tersebut dijelaskan Dipomasi Komersial atau Diplomasi Ekonomi yang mengacu

---

<sup>14</sup> Lempira Christy Elisha, "Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan Error Correction Model (ECM) tahun 1981-2013," Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 4 No. 4 (November 2015).

<sup>15</sup> Ma'rifatul Jamilah dan lainnya, "Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Harga Kopi Internasional dan Produksi Kopi Domestik terhadap Volume Ekspor Kopi Indonesia (Studi Volume Ekspor Kopi Periode 2009-2013)," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 36 No. 1 (Juli 2016).

pada aktivitas yang mendukung pembuatan kebijakan perdagangan dan aktivitas yang mendukung pelaku bisnis. Terdapat dua tujuan yaitu *Government Objectives* dan *Business Objective*, *Government Objectives* meliputi inteligen, pembentukan jaringan dan public relation, implementasi dari negosiasi kontrak dan penyelesaian masalah. Sedangkan, dalam *Business Objectives* merupakan pengembangan perdagangan, penanaman modal asing, kerja sama dalam ilmu pengetahuan, teknologi dan dukungan kepada komunitas bisnis nasional.

Kajian pustaka keempat adalah Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan judul Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Thailand terhadap Pasar Timur Tengah, dalam kajian pustaka ini dijelaskan ketergantungan negara-negara terhadap pasar internasional saat ini, seperti Indonesia dan Thailand sama-sama memanfaatkan pasar internasional sebagai pemasukan bagi negara. Terdapat hal menarik yang dijelaskan dalam kajian pustaka ini, yang mana Indonesia dan Thailand cenderung memiliki kesamaan komoditi ekspor, namun hasil ekspor Indonesia masih berada dibawah Thailand, karena belum optimalnya diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia ketimbang yang dilakukan Thailand. Sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis, penelitian hanya berfokus kepada diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia, sedangkan dalam kajian pustaka membandingkan diplomasi ekonomi Indonesia dan Thailand serta penelitian ini bisa melengkapi diplomasi ekonomi Indonesia karena kajian pustaka

hanya terbatas pada tahun 2014, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis memperoleh data hingga tahun 2017.<sup>16</sup>

Kajian pustaka terakhir adalah Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional dengan judul *Grand Design* Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi, pada kajian pustaka tersebut dijelaskan diplomasi ekonomi menjadi salah satu prioritas dalam politik luar negeri Indonesia, hal tersebut sejalan dengan program pemerintahan Presiden Jokowi Widodo (2015-2019) terkait program prioritas utama dalam kebijakan luar negeri dengan memperkuat kinerja diplomasi ekonomi Indonesia untuk mendorong pertumbuhan perekonomian. Kajian pustaka mendapatkan kesimpulan, belum optimalnya diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Indonesia, karena belum terdapat grand design diplomasi ekonomi yang menjelaskan secara jelas arah dan negara yang menjadi prioritas, pada indeks diplomasi ekonomi (IDE) kajian pustaka menyimpulkan negara-negara sahabat yang memiliki nilai IDE tertinggi adalah Tiongkok, Singapura, Malaysia, Amerika Serikat, dan Jepang, dari data yang didapatkan oleh kajian pustaka ini penulis mencoba melengkapi kajian pustaka yang terakhir ini, berfokus untuk negara Amerika Serikat.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> A. Irawan J. H dan Giandi Kartasmita, *Diplomasi Komersial Indonesia ke Belanda Masa Kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014)*, (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan : Bandung, 2015).

<sup>17</sup> Andy Kurniawan, "Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Thailand terhadap Pasar Timur Tengah," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 17 No. 3 (3 Maret 2014).

## 1.7 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini, penulis menggunakan konsep diplomasi ekonomi yang menjadi salah satu sasaran dan topik utama dalam menjelaskan, serta menganalisis diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat pada tahun 2012-2017.

Dalam mencapai kepentingan di dunia internasional, komunikasi antara aktor atau pelaku ekonomi dapat dicapai melalui sebuah komunikasi, salah satunya dengan diplomasi. Diplomasi sendiri merupakan bagian dari kajian hubungan internasional yang sudah ada sejak zaman kuno dengan berbagai bentuk dan aktivitas. Menurut sejarah, diplomasi telah ada 3.500 SM di Mesir dengan ditemukan sebuah korespondensi diplomatik berupa “*Letter from Amara*” yang berisi daftar barang-barang yang dikirimkan kepada seorang pejabat. Pada perkembangan diplomasi juga dapat dilakukan dalam berbagai dimensi politik, kebudayaan, pertahanan dan ekonomi.<sup>18</sup>

Secara konseptual diplomasi dapat dipahami sebagai teknis pelaksanaan kekuasaan untuk mencapai kepentingan diluar negeri, selanjutnya dalam buku *The Principle and Practice of Diplomacy*, KM Panikkar menjelaskan diplomasi sebagai seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam berhubungan dengan negara lain. Jadi, secara umum diplomasi dapat dipahami sebagai cara mengelola hubungan antar negara, berupa penerapan strategi dan taktik untuk

---

<sup>18</sup> Ranny Emilia, *Praktek Diplomasi* (Jakarta : Badouse Medi), 5-25.

mewujudkan kepentingan-kepentingan serta bertujuan melindungi kepentingan nasional suatu negara.<sup>19</sup>

### 1.7.1 Diplomasi Ekonomi

Menurut Kishan S. Rana diplomasi ekonomi adalah sebuah proses yang dilakukan negara dalam mengelola hubungan luar negeri dengan tujuan mengoptimalkan keuntungan nasional di segala bidang, termasuk dibidang perdagangan, investasi dan kegiatan lainnya dari interaksi ekonomi. Dimensi diplomasi ekonomi tersebut berupa bilateral, multilateral atau regional yang terdiri dari Kementerian Luar Negeri, Kementerian Perdagangan, layanan diplomatik dan komersial serta aktor non-negara lainnya yang membuat kemitraan ekonomi bersifat dinamis.<sup>20</sup>

Terdapat empat pilar diplomasi ekonomi diantaranya sebagai berikut:

1. *Trade promotion*, berfokus pada komoditas ekspor.
2. *Investment promotion*, berfokus pada investasi yang masuk ke dalam negeri.
3. *Harvesting technology*.
4. *Managing economic aid*.<sup>21</sup>

Promosi negara adalah fondasi utama yang mendukung semua hal diatas dan tergabung dalam membentuk citra, 'branding' serta promosi pariwisata. Saat ini, citra negara asal mendasari sebagian besar kegiatan diplomatik. Perwakilan resmi negara seperti Kementerian Luar Negeri, Kedutaan dan Diplomat memiliki

---

<sup>19</sup> Ranny Emilia.

<sup>20</sup> Kishan S. Rana, Economic Diplomacy : the Experience of Developing States, Chapter Eleven, 2.

<sup>21</sup> Kishan S. Rana, Diplomacy Economic Concepts (New Deli : Manas, 2006), 1.

tanggungjawab untuk membangun citra baik negara dalam melakukan hubungan eksternal. Wally Olins yang merupakan ahli di bidang pembangunan citra Inggris menyatakan negara membutuhkan citra baru untuk merubah persepsi terdahulu oleh negara lain. Selain itu, Wally Olins juga mengatakan branding negara juga penting untuk memperlihatkan suatu negara secara kuat, menarik dan berbeda. Hal ini dikarenakan citra yang baik dan branding dengan identitas nasional merupakan hal yang signifikan dalam penjualan barang dan jasa.<sup>22</sup>

Dalam diplomasi ekonomi Indonesia, peran negara sebagai aktor diplomasi ekonomi terdapat perbedaan fungsi dengan instansi di negara lain. Peran Kemenlu RI masih sangat terbatas menurut aktivitas diplomasi ekonomi yang dikemukakan Kishan S. Rana, baik itu aktivitas internal maupun eksternal. Hal ini terlihat dengan tidak termasuknya Kemenlu RI sebagai mitra kerja oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Menko Perekonomian). Dan, beberapa aktivitas eksternal ekonomi utama dijalankan oleh Kementerian Perdagangan dalam aktivitas perdagangan internasional.<sup>23</sup>

Peniadaan peran Kemenlu sebagai salah satu aktor sentral diplomasi ekonomi Indonesia, juga terlihat dari beberapa fungsi instansi. Di negara maju telah menggabungkan fungsi dari *Ministry of Foreign Affairs* (MoFA) dan instansi yang mengatur aktivitas ekonomi eksternal. Sebagai contoh, Australia memiliki *Australian Department of Foreign Affairs and Trade* (DFAT) yang menggabungkan antara fungsi departemen perdagangan, departemen luar negeri dan instansi membidangi bantuan pembangunan. Sehingga dalam pelaksanaan

---

<sup>22</sup> Kishan S. Rana, 2.

<sup>23</sup> P. M. Erza Killian, "Paragdimas dan Problematika Diplomasi Ekonomi," *Global & Strategis* Vol. 6 No. 2 (Juli-Desember 2012): 175.

diplomasi ekonomi dapat terkoordinasi dengan baik pada setiap aktivitas diplomasi ekonomi.<sup>24</sup>

Kondisi instansi pemerintah Indonesia tersebut membuat diplomasi ekonomi Indonesia masih sangat terbatas pada tatanan praktis. Pada tahun 2011 Indonesia hanya memberikan satu indikator keberhasilan diplomasi ekonomi dengan peningkatan volume ekspor dengan negara mitra. Dalam tipologi Kishan S. Rana setidaknya terdapat delapan indikator yang dapat diturun untuk mengukur keberhasilan diplomasi ekonomi suatu negara. Dengan satu indikator tersebut Indonesia hanya dapat menjelaskan indikator keberhasilan *trade promotion* yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, karena peniadaan atau sangat terbatasnya peran Kemenlu RI dalam aktivitas *investment promotion*, *harvesting technology* dan *managing economic aid*.<sup>25</sup>

Maka dari empat pilar diplomasi ekonomi yang dijelaskan Kishan S. Rana diatas yang terdiri dari *trade promotion*, *investment promotion*, *harvesting technology* dan *managing economic aid*. Penelitian hanya hanya berfokus pada agenda *trade promotion* yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan dan instansi terkait yang memiliki kerjasama dalam praktek diplomasi ekonomi.

*Trade promotion* telah menjadi prioritas utama setiap negara saat ini dengan tujuan memfasilitasi peningkatan komoditas ekspor, promosi komoditas ekspor baru dan eksploitasi pasar baru. Terutama di negara berkembang yang memiliki berbagai permasalahan umum diantaranya. Pertama, eksportir tidak memiliki pengetahuan mengenai tujuan pasar yang memiliki potensi. Kedua,

---

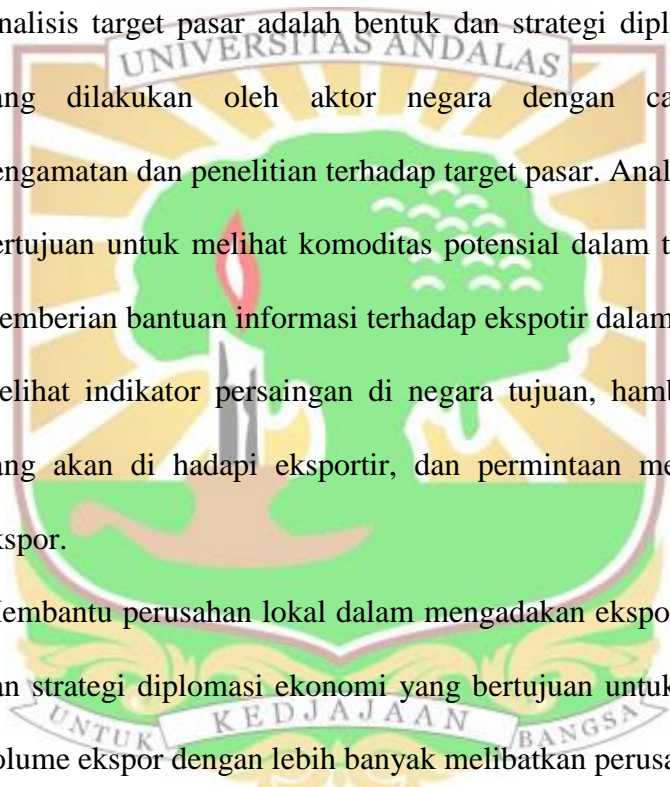
<sup>24</sup> P. M. Erza Killian.

<sup>25</sup> P. M. Erza Killian: 172.



kurangnya pemahaman eksportir mengenai peraturan, standar dan norma-norma lain yang ditetapkan oleh negara tujuan ekspor. Ketiga, eksportir tidak memiliki kredibilitas untuk bersaing dengan eksportir asing lainnya.<sup>26</sup>

Terdapat beberapa bentuk *trade promotion* dalam mengatasi permasalahan maupun menjadi strategi peningkatan ekspor, diantaranya sebagai berikut.<sup>27</sup>

- 
- a. Analisis target pasar adalah bentuk dan strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh aktor negara dengan cara melakukan pengamatan dan penelitian terhadap target pasar. Analisis target pasar bertujuan untuk melihat komoditas potensial dalam target pasar dan memberikan bantuan informasi terhadap eksportir dalam negeri, dengan melihat indikator persaingan di negara tujuan, hambatan-hambatan yang akan di hadapi eksportir, dan permintaan mengenai produk ekspor.
  - b. Membantu perusahaan lokal dalam mengadakan ekspor adalah bentuk dan strategi diplomasi ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan volume ekspor dengan lebih banyak melibatkan perusahaan lokal.
  - c. *Market data and insights*, dalam sebuah promosi yang berhadapan langsung dengan pasar atau peluang lain, aktor negara penting untuk menyediakan data pasar dan prediksi bagi asosiasi ekspor domestik dan pengeksportir berupa kontak importir, kunjungan perdagangan dan dialog dengan pelaku besar yang menghasilkan studi pasar.

---

<sup>26</sup> Kishan S Rana, *Economic Diplomacy: India's Experience*, 10

<sup>27</sup> Kishan S. Rana, *Diplomacy Economic Concepts* (New Deli : Manas, 2006), 6-8.

- d. Prioritas khusus untuk produk baru, seringkali eksportir tidak menyadari terdapat peluang baru yang dapat dihasilkan. Aktor negara perlu menyediakan informasi dan saran, serta memberikan kontribusi unik dalam keterlibatan eksportir melakukan promosi produk baru untuk menciptakan pasar baru yang permanen.
- e. Penyelesaian sengketa dagang adalah bentuk dan strategi diplomasi ekonomi yang dilakukan aktor negara dengan melakukan mediasi dan mendesak penyelesaian sengketa dagang, serta pertimbangan yang tidak merugikan eksportir lokal.
- f. *Buyer-seller meets* merupakan strategi dan bentuk diplomasi ekonomi dengan melakukan pertemuan besar yang mencakup perusahaan lokal dalam jumlah besar atau pertemuan kecil antara pembeli dan penjual untuk mencari peluang pasar. Contoh seperti mengadakan pameran dan *business center*.
- g. Partisipasi pada Pameran Dagang seperti *trade fair* dan pameran internasional lainnya, merupakan bentuk dan strategi diplomasi ekonomi untuk memperoleh market intelligent mengenai trend terbaru dan peluang tambahan. Mengorganisir partisipasi pada pameran dagang adalah keterampilan khusus yang harus dikuasai perwakilan komersial. Walaupun, tidak terjadi transaksi jual beli, kunjungan pameran dapat bermanfaat untuk membuat kontak dan mendapatkan wawasan.

## 1.8 Metodologi Penelitian

### 1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, menurut John W. Creswell penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh individu atau kelompok yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.<sup>28</sup> Adapun proses penelitian kualitatif melibatkan upaya penting, seperti pengajuan pertanyaan-pertanyaan, pengumpulan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif dan menafsirkan makna dari data yang telah diperoleh.<sup>29</sup> Dengan metode penulisan deskriptif, peneliti mencoba menggambarkan bagaimana bentuk diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat. Penggunaan metode penulisan deskriptif ditujukan agar dapat menggambarkan dan menyampaikan masalah yang diteliti secara cermat dan lengkap.

### 1.8.2 Batasan Masalah

Penelitian ini melihat upaya diplomasi ekonomi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat dalam rentang waktu 2012 hingga 2017, hal ini dikarenakan penurunan ekspor kopi Indonesia terjadi secara signifikan pada tahun 2011 dan ketersediaan data terbaru yang dapat dijabarkan pada tahun 2017. Selanjutnya pada tahun 2012-2017 peneliti akan menjelaskan bagaimana upaya Indonesia dalam bentuk diplomasi ekonomi pada pilar utama yaitu *trade promotion*.

---

<sup>28</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches* 4<sup>th</sup> Edition, (California : SAGE Publications, 2013), 4.

<sup>29</sup> John W. Creswell, 4-5.

### 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka atau *Library Research*, dimana penelitian yang dilakukan peneliti dengan pengumpulan data sekunder atau referensi ilmiah yang telah ada. Data tersebut khususnya membahas diplomasi ekonomi yang telah dilakukan Indonesia, serta berbagai bentuk upaya yang telah dilakukan dan dihadirkan dalam bentuk referensi seperti artikel jurnal yang berjudul Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi dan Strategi Pemerintahan Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor kopi ke Amerika Serikat. Terdapat juga beberapa buku yang dijadikan referensi dalam penelitian ini seperti *Diplomacy Economic Concepts* yang ditulis oleh Kishan S. Rana yang dijadikan sebagai kerangka konseptual untuk menganalisis penelitian ini. Terdapat beberapa dokumen resmi, pertama Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional berupa Laporan Bulanan, Triwulan, Tahunan dan Warta Ekspor yang dijadikan sebagai bahan untuk melihat diplomasi ekonomi yang telah dilakukan Indonesia. Kedua, Indonesian Trade Promotion Center berupa *Market Brief Kopi* sebagai referensi bentuk dari diplomasi ekonomi Indonesia dan pasar kopi di Amerika Serikat. Selanjutnya, terdapat beberapa website yang digunakan sebagai rujukan. Pertama, website Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang berhubungan dengan informasi pelaksanaan kegiatan diplomasi ekonomi. Kedua, website Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, *Remarkable Indonesia Fair* dan Indonesian Trade Promotion Center sebagai referensi bentuk diplomasi ekonomi yang telah dilakukan Indonesia. Ketiga, website *United States Department of Agriculture* sebagai referensi pasar kopi Amerika Serikat serta standar dan regulasi kopi impor. Data yang didapatkan dari sumber diatas akan di

analisis dan dijelaskan secara rinci dalam penelitian ini dengan menggunakan konsep diplomasi ekonomi yang dikemukakan Kishan S. Rana.

#### **1.8.4 Unit dan Tingkat Analisis**

Unit analisis merupakan perilaku yang akan dideskripsikan, variabel independen adalah bagian dari unit analisis yang akan dijabarkan. Sedangkan unit eksplanansi merupakan dampak yang dimunculkan pada unit analisa yang diamati. Tingkat analisis merupakan sesuatu yang menjadi landasan dalam keberlakuan suatu pengetahuan.<sup>30</sup>

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan yang menjadi unit Analisa adalah Indonesia dan variable independen yang akan dijelaskan adalah diplomasi ekonomi Indonesia. Sedangkan yang menjadi unit eksplanasi dalam penelitian ini adalah Amerika Serikat. Dan yang menjadi tingkat analisis adalah negara, karena Indonesia melakukan diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat.

#### **1.8.5 Analisis dan Pengolahan Data**

Untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian yang sudah dibuat, Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menganalisis data. Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan penelusuran data-data yang telah didapatkan secara mendalam. Selanjutnya, data-data tersebut diidentifikasi dan pencarian pola-pola umum hubungan dalam kelompok data, yang menjadi dasar dalam menarik kesimpulan.<sup>31</sup> Dalam

---

<sup>30</sup> Mohtar Mas'eod, Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi (LP3ES : Yogyakarta, 1990), 35.

<sup>31</sup> Catherine Marshall dan Gretchen B. Rossman, Designing Qualitative Research 3e (California : Sage Publication Inc, 1950), 150.

penelitian ini, data-data yang telah dikumpulkan dipilah-pilah dan diinterpretasikan sehingga mendapatkan sumber-sumber relevan yang dapat menjelaskan isu yang dibahas dalam penelitian ini

## **1. 9 Sistematika Penulisan**

Hasil dari penelitian ini direncanakan terdiri dari lima Bab sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini merupakan sebuah rancangan penelitian yang terdiri latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, kerangka konseptual, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : Potensi Kopi Indonesia dan Hambatan Ekspor Indonesia**

Bab ini menjelaskan menjelaskan kopi Indonesia berdasarkan sejarah kopi Indonesia, kondisi perkebunan kopi Indonesia, perkembangan produksi kopi Indonesia, potensi kopi Indonesia dalam pasar internasional dan hambatan ekspor kopi Indonesia.

### **Bab III : Pasar Kopi Amerika Serikat**

Bab ini menjelaskan profil singkat negara Amerika Serikat, hubungan kerja sama Indonesia dan Amerika Serikat, potensi pasar kopi Amerika Serikat serta standar dan regulasi kopi impor Amerika Serikat.

### **Bab IV : Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat**



Bab ini menjelaskan bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat, analisis upaya Indonesia dilihat berdasarkan kerangka konseptual diplomasi ekonomi yang dijelaskan Kishan S. Rana. lebih spesifik upaya Indonesia dijelaskan pada pilar utama diplomasi ekonomi yaitu *Trade Promotion* dengan tujuh bentuk atau strategi.

## **BAB V : Penutup**

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, serta masukan dan saran untuk agenda penelitian selanjutnya.

