

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Ekspor impor merupakan kegiatan lintas negara yang mencerminkan sifat saling membutuhkan antar satu negara dengan negara lain, secara otomatis menyebabkan ketatnya persaingan produsen lokal dan mancanegara dalam mempromosikan barang ataupun jasa yang dijualnya. Di Indonesia, produk luar negeri masih menjadi pilihan utama masyarakatnya, sehingga produk lokal seperti menjadi barang asing di rumah sendiri. Ditambah lagi dengan budaya konsumsi masyarakat Indonesia cenderung suka dengan gaya hidup *glamour* dan *branded*, maka bukan hal aneh jika produk dalam negeri pun harus susah payah bersaing dengan produk luar negeri terutama dengan brand asal benua biru.

Selayaknya negara berkembang lainnya, Indonesia yang memiliki ladang tani yang luas dan juga beriklim tropis, sangatlah wajar jika Indonesia mengunggulkan komoditas pertanian dan pangan sebagai produk unggulan ekspornya. Sektor pertanian juga menjadi pemicu keberlangsungan perekonomian suatu negara yang terkait dengan negara lain. Kebutuhan akan barang pertanian menjadikan komoditas pertanian sangat mempengaruhi keberlangsungan ekspor impor suatu negara. Salah satunya adalah komoditas kopi, kopi menjadi komoditas ekspor impor yang memberi pengaruh besar kepada negara-negara di dunia, dan menjadi komoditas ekspor yang membantu Indonesia dalam persaingan ekonomi global.

Secara ringkas, ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa dari daerah pabean sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Daerah pabean adalah seluruh wilayah nasional dari suatu negara, dimana akan dipungut bea masuk dan bea keluar untuk semua barang yang melewati batas-batas tertentu dari suatu negara, dan didasari dengan undang-undang negara terkait. Sedangkan impor adalah kebalikan dari ekspor, yaitu kegiatan membeli barang ataupun jasa lintas daerah pabean berdasarkan undang-undang yang berlaku di negara tertentu. (Purnamawati, 2013)

Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas penduduknya bekerja pada bidang pertanian dan perkebunan. Ditambah lagi Indonesia bukan tergolong negara yang pandai mengolah hasil alamnya sendiri, hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara eksportir hasil kebun. Negara yang memiliki ladang perkebunan seluas 1,23 juta hektar ini, sangat mengandalkan hasil kebunnya untuk dijadikan komoditi ekspor ke negara lain. Salah satu produk unggulan kebun Indonesia adalah kopi.

Kopi adalah biji dan buah dari pohon kopi, baik biji kopi yang masih berkulit ari, biji kopi kering maupun biji kopi sangrai, dan termasuk kopi bubuk, kopi tanpa kafein, kopi cair dan kopi instan. Kopi merupakan hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat di segala pejuru dunia. Baik itu Negara di bagian Asia atau bahkan Negara di belahan Barat sekalipun. Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia, bahkan sebagian orang percaya bahwa semakin mahal kopi yang mampu dinikmati maka akan semakin tinggi pula prestis orang tersebut. Oleh karena itu kopi merupakan sesuatu yang memiliki daya tarik tersendiri oleh para penikmatnya. Kopi yang biasa masyarakat nikmati, merupakan kopi yang berasal dari berbagai penjuru dunia terutama dari negara-negara penghasil kopi, salah satunya Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan letak geografisnya sangat mendukung untuk perkebunan kopi. Kopi tersebut tidak hanya mampu memenuhi konsumsi kopi dalam negeri, namun juga mampu memenuhi konsumsi kopi diluar negeri. Bahkan Indonesia telah dikenal dengan kopinya sebelum masa penjajahan Belanda datang. Tiap tahunnya Indonesia mampu mengekspor beratus ribu ton kopi keluar luar negeri dengan sasaran utamanya adalah Negara pengonsumsi kopi seperti Amerika, Australia dan juga Eropa. Kopi sebenarnya hanya memiliki dua jenis saja, yakni kopi Arabika dan kopi Robusta. Hanya saja pengembangan produk dari kopi sangat bervariasi, sehingga memunculkan puluhan jenis kopi. Oleh karena itu kopi termasuk salah satu bahan mentah ekspor unggulan di Indonesia.

Tabel 1 Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2012 - 2016

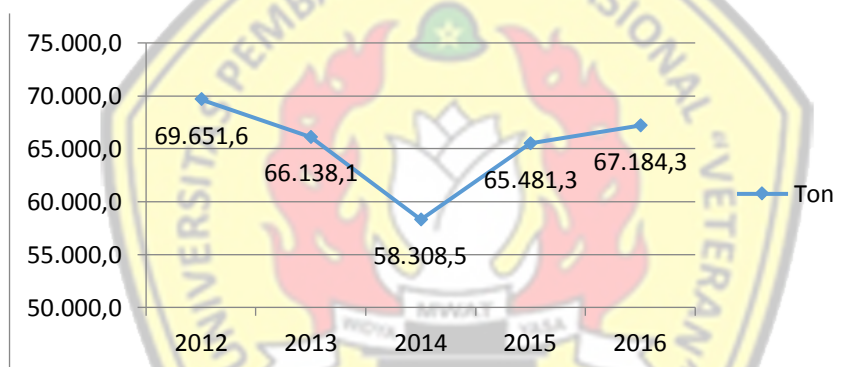
Negara Tujuan	2012	2013	2014	2015	2016
	Berat Bersih (Ton)				
Jepang	51.438,4	41.920,4	41.234,3	41.240,1	52.738,4
Singapura	9.154,1	8.677,9	7.725,9	9.212,9	8.454,1
Malaysia	33.134,1	40.580,4	29.136,2	38.347,5	31.144,1
India	19.884,0	18.292,4	14.434,3	19.303,0	17.374,0
Mesir	17.594,6	17.538,3	15.694,6	20.854,2	18.796,6
Maroko	11.268,6	12.874,3	10.418,7	11.069,1	11.432,6
Aljazair	10.488,9	24.265,5	10.590,6	16.911,6	12.378,8
Amerika Serikat	69.651,6	66.138,1	58.308,5	65.481,3	67.184,3
Inggris	16.312,4	20.781,0	14.349,2	21.052,6	17.352,4
Jerman	50.978,2	60.418,5	37.976,7	47.662,4	49.478,2
Italia	29.080,8	38.152,5	29.745,5	43.048,3	28.883,8
Rumania	1.362,0	507,6	397,9	492,6	1.214,0
Georgia	9.133,5	12.029,6	10.277,1	12.167,5	9.655,5
Belgium and Luxembourg	-	-	-	-	-
Belanda	-	-	-	-	-
Denmark	-	-	-	-	-
Perancis	-	-	-	-	-
Lainnya	117.529,6	169.962,8	102.460,8	152.769,6	112.525,4
Jumlah	447.010,8	532.139,3	382.750,3	499.612,7	438.612,2

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah ekspor kopi di Indonesia memiliki potensi yang menjanjikan bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Jenis produk kopi yang di ekspor berupa biji kopi baik *Green Coffee* (kopi mentah) dan biji kopi yang telah dipanggang serta berbentuk kopi olahan (serbuk kopi) namun kebanyakan jumlah ekspor kopi di Indonesia didominasi oleh biji kopi di bandingkan dengan jumlah kopi olahan yang diekspor ke pasar luar negeri. Kopi dari jenis robusta dan arabika menjadi primadona ekspor kopi bagi Indonesia. Tujuan ekspor kopi Indonesia masih didominasi oleh negara-negara Eropa, Amerika Serikat, dan beberapa negara Asia seperti Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Taiwan, Pilipina, Singapura dan beberapa negara Afrika seperti Afrika Selatan, Mesir dan Uni Emirat Arab.

Amerika Serikat merupakan negara pengimpor produk kopi terbesar pertama di Indonesia. Permintaan ekspor produk kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat terbilang cukup tinggi karena untuk memenuhi permintaan akan kopi di negaranya, namun selain mengimpor kopi dari Indonesia, Amerika Serikat juga melakukan impor kopi dari negara - negara pengekspor kopi lainnya di dunia untuk memenuhi jumlah kebutuhan kopi di Amerika Serikat. Berdasarkan data dari *International Trade Center* (ITC) tahun 2012, AS juga merupakan pengimpor kopi terbesar di dunia. Suplayer utama eksportir kopi Amerika adalah Brazil sebesar 26%, Colombia 16%, Vietnam 13%, Guatemala 8%, Mexico 6%, Indonesia 6%, Peru 4% and Costa Rica 4%. Sisanya El Salvador, Honduras dan Nicaragua sebanyak 11%. (Kurnia, 2014)

Tabel 2 Grafik Ekspor Kopi Indonesia – Amerika Serikat Tahun 2012 - 2016



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa pada tahun 2012, 69.651,6 ton kopi Indonesia di ekspor ke Amerika Serikat, lalu sempat menurun pada tahun 2013 menjadi 66.138,1 ton, kemudian kembali mengalami penurunan yang cukup drastis jumlahnya pada tahun 2014 menjadi 58.308,5 ton, Namun pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah ekspor menjadi 65.481,3 ton dan membaik pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016 dengan jumlah ekspor yang meningkat menjadi 67.184,3 ton. Fluktuasi ekspor kopi yang terjadi selama tahun 2012-2016 ini menjadi satu hal menarik yang perlu dicari sebab musababnya, keunggulan Indonesia sebagai negara produsen kopi dunia diyakini dapat terus meningkatkan statistik ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Dari mulai faktor produksi yang terpantau oleh negara, keunggulan bentang alam yang hijau nan subur, dan

keunggulan para petani Indonesia yang tak kenal jenuh dalam bekerja, menjadi alasan mengapa Indonesia dapat terus maju sebagai negara produsen kopi di dunia.

Brazil dan Vietnam merupakan negara pesaing bagi pasar ekspor kopi Indonesia ke pasar kopi Amerika Serikat. Kedua negara ini juga merupakan negara suplayer utama eksportir kopi di Amerika Serikat. Brazil sendiri merupakan negara produsen kopi terbesar di dunia dengan jumlah produksi yang jauh lebih besar dari Indonesia. Jumlah produksi yang tinggi dan kualitas kopi yang lebih unggul membuat kopi Brazil mampu menguasai pangsa pasar kopi dunia.

Untuk mengatasi hambatan - hambatan ekspor kopi Indonesia yang datang dari dalam dan luar negeri, termasuk hambatan ekspor dari Amerika Serikat yaitu berupa kebijakan regulasi impor dan standarisasi mutu terhadap produk impor kopinya, pemerintah menerapkan kebijakan ekspor berupa ISCOffee dan kebijakan mengenai teknologi pasca panen yang tertulis dalam Peraturan Menteri Pertanian RI nomor 52/Permentan/OT.140/9/2012 mengenai teknologi pasca panen. Dalam menjalankan kebijakan ini pemerintah berusaha untuk memberikan penyuluhan kepada petani kopi lokal mengenai industri pengolahan kopi. Dengan memberikan pengetahuan mengenai industri pengolahan kopi secara otomatis akan meningkatkan kemampuan petani kopi dalam hal pengolahan kopi sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik. (Permentan, 2012)

Pemerintah berfokus pada peningkatan ekspor dan nilai tambah kopi. Hal ini dimaksudkan agar ekspor kopi Indonesia tidak lagi berupa bahan mentah (*green bean*), tapi dalam bentuk hasil olahan dengan mutu yang dikehendaki konsumen, sehingga akan diperoleh nilai tambah di dalam negeri. Saat ini ekspor kopi di Indonesia didominasi oleh ekspor biji kopi mentah dari jenis arabika dan robusta, sementara produk kopi olahan Indonesia masih kurang diminati oleh pasar dunia. Termasuk di Amerika Serikat, jenis produk kopi yang di impor dari Indonesia biasanya berupa jenis biji kopi arabika dan robusta. Dengan adanya kebijakan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan pangsa ekspor kopi olahan Indonesia. Pemerintah juga berusaha untuk mendorong jumlah ekspor produk kopi olahan Indonesia dengan melakukan diversifikasi produk. Dengan diversifikasi ini, industri - industri kopi di Indonesia diharapkan dapat melakukan inovasi terhadap

produk kopi olahan sehingga dapat menjadi komoditas unggulan yang mempunyai daya saing tinggi di pasar internasional dan menghasilkan produk kopi olahan yang beragam agar dapat menarik minat konsumen kopi dunia dan juga meningkatkan jumlah ekspor produk kopi olahan.

I.2 Rumusan Masalah

Indonesia merupakan negara yang potensial untuk pengembangan tanaman kopi. Permintaan ekspor kopi dari Indonesia ke berbagai negara cukup fluktuatif. Begitu juga ke negara konsumen kopi terbesar, Amerika Serikat. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut, **"Bagaimana Diplomasi Indonesia – Amerika Serikat dalam meningkatkan Ekspor Produk Kopi Indonesia Periode 2013 – 2016?"**

I.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa lebih dalam tentang diplomasi antara Indonesia dengan Amerika Serikat dalam bidang ekspor produk kopi Indonesia.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan peningkatan ekspor produk kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2013 – 2016.

I.4 Manfaat Penelitian

Setidaknya ada dua manfaat yang sekiranya berguna bagi pembaca penelitian ini :

1. Secara akademis, penelitian ini berfungsi untuk mengkaji diplomasi Indonesia dalam menyikapi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tahun 2013 - 2016.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi civitas akademika lain dalam pembahasan hubungan diplomasi Indonesia – Amerika Serikat terkait ekspor komoditas kopi, terutama bagi yang mendalami studi Hubungan Internasional.

I.5 Tinjauan Pustaka

Referensi pertama yang digunakan adalah, menurut Sari Nurulita dalam Jurnal nya yang berjudul “**Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia**” membahas tentang daya saing yang dilakukan oleh Indonesia terhadap perkembangan Kopi Indonesia. Tingkat konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara pengimpor seperti masyarakat Eropa yang rata-rata mengkonsumsi kopi diatas 5 kg/kapita/tahun dan Amerika Serikat di atas 4 kg/kapita/tahun, sedangkan konsumsi kopi masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,45 kg/kapita/tahun. Industri kopi domestik tidak hanya bertumpu pada komoditas primer semata (dalam bentuk bijih kopi) melainkan dalam bentuk olahan guna memperoleh nilai tambah dan meningkatkan daya saing yang akan meningkatkan konsumsi domestik. Secara garis besar industri kopi Indonesia digolongkan kedalam tiga skala usaha, yaitu industri kopi olahan kelas kecil, industri kopi olahan kelas menengah dan industri kopi olahan kelas besar. Permasalahan yang di hadapi agribisnis kopi Indonesia cukup kompleks, mulai dari hulu (*on farm*) hingga ke hilir. Di sisi *on farm*, tingkat produktivitas kopi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara produsen utama kopi dunia lainnya seperti Brazil. Rendahnya produktivitas kopi Indonesia disebabkan karena 95 persen kopi Indonesia merupakan perkebunan rakyat yang umumnya belum menggunakan bibit kopi unggul, teknik budidaya yang masih sederhana serta lambat melakukan peremajaan tanaman, minimnya sarana dan prasarana pendukung mengakibatkan rendahnya mutu kopi Indonesia. Di bagian hilir dalam hal produksi, industri hilir skala kecil memiliki keterbatasan sarana dan prasarana produksi (mesin pengolahan dan pengemasan), teknologi yang tinggi baru dimiliki oleh industri skala menengah dan besar, selain itu industri skala kecil kurang berinovasi dalam menciptakan diversifikasi produk yang saat ini jenis kopi olahan sudah sangat beragam dikalangan masyarakat.

Persamaan diantara penelitian kami adalah sama-sama membahas tentang bagaimana perkembangan kopi di Indonesia. Sedangkan, penelitian penulis

berfokus pada diplomasi Indonesia dengan Amerika Serikat dalam sektor ekspor kopi Indonesia.

Referensi kedua yang digunakan adalah, menurut Bambang Dradjat dalam Jurnalnya yang berjudul “**Ekspor dan Daya Saing Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional: Implikasi Strategis Bagi Pengembangan Kopi Biji Organik**” membahas tentang daya saing kopi Indonesia di pasar Internasional. Ekspor kopi biji Indonesia belum berorientasi pasar, melainkan masih berorientasi produksi. Fakta menunjukkan bahwa perkembangan volume ekspor tidak sejalan dengan perkembangan harga ekspor, melainkan sejalan dengan perkembangan produksi. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengeksportor kopi nasional antara lain adalah kegagalan kebijakan retensi stok internasional sehingga harga tetap ditentukan oleh pembeli (*buyers market*), kualitas/mutu kopi biji yang rendah, terpengaruh isu kontaminasi Ochratoxin A untuk kopi yang diekspor, dan biaya ekspor yang tinggi. Daya saing kopi biji Indonesia lebih rendah dibandingkan kopi biji yang dihasilkan negara-negara pesaing ekspor, seperti Kolumbia, Honduras, Peru, Brazil, dan Vietnam. Daya saing kopi biji Indonesia tersebut juga cenderung turun selama periode tahun 1995—2004. Kelemahan daya saing ini perlu disikapi secara cermat untuk menghindarkan diri dari keterpurukan berkepanjangan. Kelemahan daya saing kopi biji Indonesia berimplikasi perlunya memerhatikan pengembangan kopi organik. Seiring dengan berkembangnya permintaan produk-produk pertanian organik, termasuk kopi organik, Indonesia mempunyai kesempatan untuk mengembangkan kopi organik. Beberapa daerah, seperti Jawa Barat dan Bali, telah mengembangkan kopi organik dan kopi dari kedua daerah tersebut telah diekspor ke beberapa negara Eropa. Permintaan kopi organik tersebut tampaknya akan terus meningkat seiring dengan kesadaran dan keamanan pangan masyarakat. Harga jual pun cukup menjanjikan, sehingga peluang ini jika bisa diraih akan dapat meningkatkan pendapatan usahatani secara signifikan.

Persamaan diantara penelitian kami adalah sama-sama membahas tentang bagaimana perkembangan kopi Indonesia. Penelitian penulis berfokus pada Indonesia dengan Amerika Serikat dalam meningkatkan produk kopi Indonesia yang mengalami peningkatan maupun perkembangan.

Menurut hasil dari tulisan Dewi Anggraini mengenai, **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia dari Amerika Serikat”**.

Thesis dari Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang. Indonesia adalah salah satu negara yang sudah lama telah melakukan perdagangan internasional. Dalam peningkatan ekspor baik jumlah maupun jenis barang atau jasa berbagai cara dari peran pemerintah telah diupayakan dengan berbagai strategi diantaranya adalah pengembangan ekspor, terutama ekspor per industri, baik barang maupun jasa. Tujuan dari program pengembangan ekspor ini adalah mendukung upaya peningkatan daya saing global produk Indonesia serta meningkatkan peranan ekspor dalam memacu pertumbuhan ekonomi dan menjadikan Indonesia sebagai ekonomi dunia yang dapat di lirik oleh pasar internasional. Menuju era perdagangan bebas, persaingan global semakin ketat memaksa Indonesia harus berkompetitif untuk mempertahankan ekonominya. Salah satu cara untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan meningkatkan pembangunan pada sektor primer (pertanian). Arah pembangunan Sub sektor Perkebunan seperti yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Bina Produksi Perkebunan, adalah mewujudkan perkebunan yang efisien, produktif dan berdaya saing tinggi untuk kemakmuran rakyat secara berkeadilan dan berkesinambungan. Program Pembangunan Perkebunan yaitu melaksanakan pengembangan Agribisnis yang berbasis komoditas dan memantapkan ketahanan pangan. Salah satu langkah yang ditempuh adalah mempertangguh daya saing, guna menghadapi sistem perdagangan bebas. Dalam masalah sektor perkebunan, kopi merupakan salah satu komoditas yang diharapkan mampu meningkatkan nilai ekspor di Indonesia dalam pasar internasional. Pada tahun 2000, penikmat kopi serta sekaligus sebagai eksportir kopi terbesar di dunia adalah Brazilia yang memasok kebutuhan dunia kurang lebih 25,1 %, Vietnam 11 %, Colombia 8,6 % dan Indonesia 5.9 %, untuk biji kopi. Di Amerika Serikat, Indonesia menduduki peringkat ke 6 dari 35 pengeksportir kopi ke negara tersebut. Beberapa bagian hasil dari perkebunan kopi di Indonesia dikonsumsi dalam negeri, sedangkan 75 % diekspor. Nilai dalam ekspor hasil kopi di Indonesia pada tahun 1996-2000 cukup mengalami pasang surut, seperti yang tercatat dalam statistik Ekonomi Keuangan Indonesia (2002), tahun 1996 (US \$ 597,759,000), tahun 1997 (US\$ 582,581,000), tahun 1998 (US \$ 606,791,000),

tahun 1999 (US \$ 473,556,000) dan tahun 2000 (US \$ 333,780,000). Prospek dalam kopi memanglah cukup menggembirakan bila dilihat dari perolehan jumlah devisa dan jumlah kopi yang dikonsumsi di dalam negeri. Namun perdagangan kopi di Indonesia masih mempunyai banyak kendala yang cukup berat yaitu terjadinya kelebihan produksi. Beberapa usaha telah dilakukan oleh Pemerintah maupun pihak terkait untuk mengatasi hal tersebut, antara lain meningkatkan nilai ekspor dan tingkat konsumsi dalam negeri.

Persamaan diantara penelitian kami adalah sama-sama membahas tentang ekspor produk kopi Indonesia. Sedangkan, perbedaan dalam penelitian penulis, penelitian ini cukup berfokus pada strategi peningkatan ekspor produk kopi Indonesia dengan Amerika Serikat yang semakin naik di setiap tahunnya.

I.6 Kerangka Teori

I.6.1 Diplomasi

Diplomasi adalah Seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain. Menurut Ivo. D. Duchacek diplomasi sebagai praktik pelaksanaan Politik Luar Negeri suatu negara dengan cara negosiasi dengan negara lain. (Roy, 1995)

S.L. Roy, mencoba mengkaji hal-hal penting yang terdapat dalam berbagai definisi mengenai diplomasi. Menurut Roy dari definisi-definisi tersebut beberapa hal tampak jelas, bahwa:

1. Unsur pokok diplomasi adalah negosiasi,
2. Negosiasi dilakukan untuk mengedepankan kepentingan negara,
3. Tindakan-tindakan diplomatik diambil untuk menjaga serta memajukan kepentingan nasional sejauh mungkin dan dilaksanakan secara damai, pemeliharaan perdamaian dengan tanpa merusak kepentingan nasional merupakan tujuan utama diplomasi,
4. Teknik-teknik diplomasi yang sering dipakai untuk mempersiapkan perang bukan menghasilkan perdamaian,
5. Diplomasi berhubungan erat dengan politik luar negeri suatu negara,

6. Diplomasi modern berhubungan erat dengan sistem negara,
7. Diplomasi tidak bisa dipisahkan dari perwakilan negara.

Untuk mencapai tujuan-tujuan diplomatiknya, negara bisa menggunakan berbagai cara. Menurut Kautilya ini bisa dilakukan dengan penerapan satu atau kombinasi beberapa prinsip dari empat prinsip utama instrumen diplomasi yaitu : sama, dana, danda, dan bedha – perdamaian atau negosiasi, memberi hadiah atau konsesi, menciptakan perselisihan, mengancam atau menggunakan kekuatan nyata. Para penulis modern menyatakan bahwa dalam rangka pencapaian tujuan diplomatiknya suatu negara menjalankan tiga model tingkah laku : *cooperatif*, *accomodation*, dan *opposition* (kerja sama, penyesuaian, dan penentangan). Dalam banyak hal diplomasi hampir disamakan dengan politik luar negeri oleh masyarakat. Tetapi meskipun terdapat hubungan yang erat antara politik luar negeri dan diplomasi mereka tidak sama dan mempunyai perbedaan yang tegas. J. R. Childs telah menjelaskan perbedaan ini dalam beberapa kata saja. Politik luar negeri suatu negara, katanya, adalah “substansi hubungan luar negeri, sedangkan diplomasi sebenarnya adalah proses dengan mana kebijaksanaan dilaksanakan.” Dengan kata lain, tujuan diplomasi adalah memberikan mekanisme dan personalia pelaksanaan politik luar negeri. Jadi, politik luar negeri adalah substansi, sedang diplomasi adalah metodenya. (Roy, 1995)

- *First-track Diplomacy*

First-track diplomacy adalah diplomasi yang dimainkan oleh *actor state* dan dipresentasikan oleh Kementerian Luar Negeri. *First track diplomacy* melibatkan pemerintah dengan pemerintah (G to G), sifatnya rahasia dan biasanya digunakan untuk mengakhiri suatu konflik dan pertikaian. *First track diplomacy* menekankan peran penting negara dalam mengadakan negosiasi menjaga dan memelihara perdamaian.

Adapun beberapa karakteristik dari diplomasi tradisional adalah :

1. Berkenaan dengan masalah struktur, diplomasi tradisional cenderung lebih bersifat pada suatu bentuk proses komunikasi antara negara satu dengan negara lain secara *official* daripada

bentuk organisasi politik lainnya, karena itulah diplomasi jenis ini juga sering disebut dengan *first-track diplomacy*. Dalam kata lain, diplomasi tradisional lebih cenderung kepada *state-based activity*.

2. Secara tradisional, diplomasi ini diatur pada suatu dasar hubungan bilateral yang besar dan biasanya dilakukan secara rahasia serta dikarakteristikkan oleh peraturan dan prosedur yang khusus. Dengan memberikan batasan pada dua golongan, tentu saja membuat diplomasi tradisional menjadi lebih mudah untuk menjaga segala negosiasi diantara mereka secara rahasia. Dalam diplomasi tradisional juga dikenal sejumlah hak, keistimewaan dan kekebalan yang diberikan pada diplomat serta semua aktivitas diplomatik.
3. Berkenaan dengan agendanya, diplomasi tradisional memiliki agenda yang berorientasikan *high politics*, seperti isu perang, perjanjian perdamaian, serta batas-batas negara. (Baylis, 1998)

- *Second-Track Diplomacy*

Perubahan- perubahan teknologi memberi pengaruh terhadap aktivitas negosiasi diplomatik, tindakan yang kurang independen bagi diplomat profesional dan negosiasi yang lebih langsung antara Menteri Luar Negeri dan Kepala Negara. (Olson, 1974)

Jalur diplomasi yang baru telah berkembang dengan pesat selama dua dekade terakhir. Perkembangannya dipicu oleh kenyataan bahwa upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam diplomasi jalur pertama (*First-Track Diplomacy*) dianggap telah gagal mengatasi konflik antar Negara. (McDonald, 1991)

Diplomasi jalur kedua dicirikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh aktor- aktor non pemerintah / informal dan memiliki sifat tidak resmi dalam mengani konflik-konflik antara kelompok masyarakat yang tujuannya menurunkan ketegangan dengan cara meredakan kemarahan, ketakutan, dengan cara meningkatkan komunikasi dan saling pengertian. Namun upaya yang dilakukan oleh diplomasi jalur kedua

jangan dianggap sebagai pengganti upaya- upaya yang dilakukan oleh diplomasi jalur pertama, tetapi harus dipandang sebagai pendukung yang dapat melengkapi kegiatan mereka. Secara ideal, upaya - upaya diplomatik jalur kedua harus membuka jalan bagi negosiasi - negosiasi dan kesepakatan yang dilakukan oleh pejabat - pejabat resmi pemerintah untuk mengakui dan mempergunakan informasi - informasi penting dan cara pandang yang dimiliki oleh diplomat - diplomat jalur kedua. Karena adanya perbedaan upaya - upaya diplomasi jalur kedua, diplomasi jalur kedua telah lebih lanjut dibagi menjadi 9 jalur yang dikenal dengan *Multitrack Diplomacy*.

Multi-track Diplomacy terdiri dari 9 jalur utama dalam sebuah kerangka kerja konseptual dan praktikal, yang digunakan untuk memahami kompleksnya sistem dari kegiatan perwujudan perdamaian, yaitu:

1. Jalur Pertama (Pemerintah), atau juru damai melalui diplomasi.
2. Kelompok NGO / kalangan profesional atau juru damai melalui resolusi konflik.
3. Kelompok bisnis atau juru damai melalui kegiatan ekonomi dan perdagangan.
4. Warga Negara biasa atau juru damai perorangan (*citizen diplomacy*).
5. Aktivitas penelitian, pelatihan, pendidikan atau perdamaian melalui pembelajaran.
6. Aktivisme, atau juru damai melalui advokasi.
7. Kelompok agama, atau juru damai melalui penebalan keimanan.
8. Perdamaian melalui penyediaan dana.
9. Komunikasi dan media, atau perdamaian melalui penyediaan informasi. (Djelantik, 2008)

I.6.2 Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan merupakan suatu proses pertukaran barang dan jasa yang dilakukan atas dasar suka sama suka, untuk memperoleh barang yang dibutuhkan.

Dalam masa globalisasi, perdagangan tidak hanya dilakukan dalam satu negara saja. Bahkan dunia sudah memasuki perdagangan bebas. Hampir tidak ada satu negara pun yang tidak melakukan hubungan dengan negara lain (Dumairy, 1997).

Dalam perdagangan domestik para pelaku ekonomi bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari aktifitas ekonomi yang dilakukannya. Demikian halnya dengan perdagangan internasional. Setiap negara yang melakukan perdagangan bertujuan mencari keuntungan dari perdagangan tersebut.

Perdagangan internasional dapat di definisikan sebagai perdagangan antar atau lintas negara, yang mencakup ekspor dan impor. Perdagangan internasional terbagi menjadi dua kategori, yakni perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa. Menurut Adam Smith, perdagangan internasional akan terjadi dan menguntungkan kedua negara jika masing-masing negara memiliki keunggulan absolut yang berbeda. Dengan demikian, bila hanya satu negara yang memiliki keunggulan mutlak untuk kedua jenis produk misalnya, maka tidak akan terjadi perdagangan internasional yang menguntungkan.

Dalam teori perdagangan internasional, manfaat perdagangan (*gains from trade*) dipilah menjadi dua, yaitu manfaat perdagangan langsung (manfaat statis) dan manfaat tidak langsung (manfaat dinamis). Teori perdagangan internasional memperlihatkan bahwa dengan mengalokasikan faktor produksi untuk memproduksi barang dimana suatu negara mempunyai keunggulan komparatif, dengan kata lain melakukan spesialisasi, perdagangan internasional memungkinkan negara tersebut untuk mengkonsumsi total barang lebih banyak dari pada yang bisa di produksi. Dengan kata lain, batas kemungkinan konsumsinya akan berada di luar batas kemungkinan produksinya. Itulah yang dimaksud sebagai manfaat statis perdagangan internasional yang didasarkan pada teori keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo. David Ricardo menyatakan bahwa dalam keadaan perdagangan bebas, sebuah negara akan berspesialisasi pada barang dimana negara tersebut unggul komparatif, mengekspor barang tersebut, dan mengimpor barang yang lain. (Hakim,2002)

Teori *comparative advantages* ini menyatakan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki *comparative*

advantage terbesar dan mengimpor barang yang memiliki *comparative disadvantage*, yaitu suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos besar. Suatu negara akan memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dalam memproduksi suatu barang kalau biaya pengorbanannya dalam memproduksi barang tersebut (dalam satuan barang lain) lebih rendah dari pada negara-negara lainnya. Perdagangan antara dua negara akan menguntungkan kedua belah pihak jika masing-masing negara memproduksi dan mengekspor produk yang keunggulan komparatifnya dikuasai.

- Politik Perdagangan Internasional

Menurut teori perdagangan kontemporer yang diajukan oleh Kenichi Ohmae, partisipasi negara dan pemerintah dalam menentukan bentuk dan arah perdagangan internasional sudah tidak penting lagi. Teori Ohmae itu didasarkan pada pengamatannya bahwa globalisasi kehidupan mahasiswa dewasa ini telah membuat kehidupan itu saling bergantung tanpa peduli lagi pada batas-batas negara sehingga peranan pemerintah juga semakin mengecil karena tidak diperlukan lagi. Namun, dalam kegiatan perdagangan internasional, masih banyak fakta yang tidak menjadi pertimbangan, diantaranya kenyataan bahwa *nation state* atau negara berdasarkan kesatuan wilayah tetap diperlukan. Terdapat hal-hal yang tidak dapat dilampaui oleh perusahaan karena di luar fungsi perusahaan. Perdagangan internasional adalah sebagian dari sistem ekonomi suatu bangsa sehingga secara keseluruhan, termasuk perdagangan domestik.

Pemikiran Ohmae bahwa sistem perdagangan internasional bertambah kompleks karena adanya unsur kondisi globalisasi. Unsur itu secara cepat sangat berpengaruh terhadap tatanan ekonomi dunia, tetapi belum mengubah konfigurasi tata pemerintahan suatu negara bangsa. Konfigurasi tata pemerintahan itu berubah karena perubahan menuju ke arah modernisasi pemerintahan ke alam yang lebih demokratis. Arah pemerintahan sebagai representasi rakyat

yang terus meminta perbaikan kehidupannya mengakibatkan kebijaksanaan dan tata pemerintahan itu menjadi lebih canggih.

Persoalan yang muncul yaitu bagaimana pemerintah menentukan *policy* dalam perdagangan internasional agar dapat memenuhi berbagai tuntutan tersebut berdasarkan kondisi bahwa banyak faktor berada di luar kontrol pemerintah, seperti pengaruh informasi modern, pengaruh politik perdagangan negara lain, keterbatasan teknologi, keterbatasan modal dalam negeri dan berbagai faktor lainnya. Semua itu menambah kerumitan dalam menentukan politik perdagangan yang tepat dalam upaya untuk tetap dapat memanfaatkan pasar dunia. Karena pengaruh globalisasi ekonomi tersebut, politik luar negeri banyak negara di dunia pada hakikatnya menjadi politik dagang luar negeri. (Suhardi, 2007)

I.7 Asumsi

1. Hubungan ekspor impor Indonesia dengan Amerika Serikat dalam produk kopi yang jumlahnya mengalami peningkatan. Bila mengacu pada teori *Comparative Advantage*, Indonesia lebih diuntungkan karena berposisi sebagai negara pengekspor.
2. Diplomasi antara Indonesia dan Amerika Serikat selain menghasilkan hubungan baik antara kedua negara, juga berdampak baik dalam memenuhi kepentingan akan masing - masing negara dalam hal ini terkait ekspor impor produk kopi Indonesia dan Amerika Serikat.

I.8 Alur Pemikiran



I.9 Metode Penelitian

Terdapat tiga metode-metode yang dilakukan oleh penulis dalam membuat penelitian ini yaitu :

I.9.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Menurut para ahli, setidaknya terdapat lima tahapan sebagai patokan dalam penelitian kualitatif, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengangkat permasalahan.

Permasalahan yang biasanya diangkat dalam penelitian ini adalah bersifat unik, khas, memiliki daya tarik tertentu, spesifik, dan terkadang sangat bersifat individual (karena beberapa penelitian kualitatif yang dilaksanakan memang bukan untuk kepentingan generalisasi).

b. Memunculkan pertanyaan penelitian.

Pertanyaan merupakan ciri khas dari penelitian kualitatif. Adalah sebagai spirit yang fungsinya sama penting seperti hipotesis dalam penelitian kualitatif.

c. Mengumpulkan data yang relevan.

Data dalam penelitian kualitatif pada umumnya berupa kumpulan kata, kalimat, pernyataan, atau uraian yang mendalam.

d. Melakukan analisis data.

Analisis data merupakan langkah berikutnya setelah data relevan diperoleh.

e. Menjawab pertanyaan penelitian.

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam penelitian kualitatif. Dalam menjawab pertanyaan, peneliti dapat menggunakan gaya menulis yang lebih bebas, seperti narasi. Sehingga dalam menjawab pertanyaan penelitian dapat lebih menarik untuk dibaca.

I.9.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer diperoleh dengan menggunakan data-data resmi dalam menganalisis penelitian ini seperti dokumen-dokumen lembaga internasional serta melakukan wawancara ke instansi terkait yaitu Kementerian Luar Negeri RI dan Kementerian Perdagangan RI

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka (*library research*) dengan bahan pustaka berupa buku, jurnal, bulletin, surat kabar, serta media internet terkait ekspor kopi Indonesia

ke Amerika Serikat untuk memperoleh data yang lengkap, akurat dan relevan.

I.9.3 Teknik Analisa Data

Data yang dikelola kemudian dikelola untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif untuk mendukung jawaban dari pertanyaan penelitian, yaitu penelitian yang akan memberikan analisa dan penjelasan secara cermat mengenai keadaan dan gejala yang terjadi, sehingga penelitian ini lebih menjelaskan lebih mendalam mengenai diplomasi Indonesia – Amerika Serikat dalam meningkatkan Ekspor Produk Kopi Indonesia Periode 2013 – 2016.

I.10 Sistematika Penulisan

Dalam upaya memberikan pemahaman mengenai isi dari penelitian secara menyeluruh, maka skripsi ini dibagi menjadi 4 bab yang terdiri dari bab dan sub-bab yang saling berkaitan satu sama lain. Bab-bab tersebut antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari pendahuluan yang meliputi penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II INDONESIA – AMERIKA SERIKAT PADA SEKTOR PRODUK KOPI

Bab ini menjelaskan tentang perdagangan dalam sektor produk kopi dimana Indonesia sebagai negara pengekspor dan Amerika Serikat sebagai negara pengimpor, serta dinamika dalam peningkatan jumlah nilai ekspor kopi Indonesia.

BAB III DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK KOPI INDONESIA KE AMERIKA SERIKAT

Bab ini menjelaskan tentang diplomasi antara Indonesia dan Amerika Serikat terhadap peningkatan ekspor yang terjadi antara Indonesia dengan Amerika Serikat

terkait ekspor produk kopi. Tidak hanya itu, upaya pemerintah dalam bentuk kebijakan dan sebagainya akan di paparkan pada bab ketiga dari penulisan ini.

BAB IV KESIMPULAN

Bab terakhir ini merupakan kesimpulan serta saran dari penjelasan dan analisa yang terkandung dalam bab-bab sebelumnya.

