

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang:

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam, sumber daya alam yang dimiliki Indonesia memiliki banyak potensi. Kekayaan sumber daya alam Indonesia dapat dilihat dari hasil komoditas yang diperdagangkan dari berbagai sector, dan telah kita ketahui bahwa negara melakukan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan domestic maupun kepentingan nasionalnya, serta perdagangan dilakukan dalam level domestic maupun internasional dari berbagai sektor. Indonesia sebagai negara yang dikenal sejak lama sebagai negara agraris, memiliki sector pertanian dan perkebunan yang menghasilkan komoditas yang dapat menguntungkan bagi negara dan menjadi jalan untuk mencapai kepentingan nasional. Lapangan usaha sector pertanian kehutanan dan perikanan merupakan sector komoditas strategis Indonesia, dikatakan demikian karena kontribusi sector tersebut terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan pada tahun 2018 sebanyak 12,81% atau 1.901 triliun dan subsector perkebunan berkontribusi sebanyak 35% dari angka tersebut atau sebanyak 489 triliun (Dirjen Perkebunan, 2019). Diantara hasil perkebunan Indonesia yang paling unggul adalah komoditas kopi, kopi merupakan komoditas terbesar yang diperdagangkan di dunia yang mana menempati posisi ke-2 setelah minyak bumi (Worldtradia, 2020) Dalam menyikapi hal tersebut tentunya perlu ada keterlibatan atau dukungan dari berbagai pihak stakeholder, baik dari sisi pemerintahan maupun swasta yang tidak lain tujuannya adalah untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan, dan melestarikan potensi kekayaan alam negara yang diperdagangkan, untuk kepentingan negara itu sendiri.

Indonesia merupakan salah satu negara produsen komoditas kopi terbesar di dunia yang menempati posisi ke-4 setelah Brazil, Vietnam dan Colombia (ICO, 2019), luas areal perkebunan kopi Indonesia mencapai sekitar 1,2 juta hektare, kopi Indonesia, dan beragam jenis olahan kopi yang diproduksi telah dikenal di pasar mancanegara. Produksi kopi di Indonesia dan negara-negara penghasil kopi lainnya di dominasi oleh perkebunan rakyat atau smallholders, yang berpengaruh pada kuantitas dan kualitas hasil produksi perkebunan kopi. Dalam pengembangan industri kopi, dari produksi di hulu hingga ke hilir melibatkan pekerja dan petani kecil yang bergantung pada

hasil produksi kopi dan mendukung alur produksi kopi,(BPS,2019) oleh karena itu pengelolaan yang buruk dalam produksi kopi, akan berdampak pada kesejahteraan ekonomi pekerja atau petani kecil yang bergantung pada hasil produksi kopi.

Keistimewaan kopi yang menjadi keunikan dibanding dengan komoditas lainnya ialah karena kopi dikonsumsi oleh masyarakat diseluruh dunia sehari-hari, tidak hanya itu banyak diantara negara-negara penikmat kopi terbesar berkembang budaya-budaya dalam menikmati kopi, dan juga trend dalam mengkonsumsi kopi, ini menjadikan terciptanya sebuah kedekatan yang mendalam antara komoditas kopi dengan konsumennya yang melampaui komoditas-komoditas pasar Internasional lainnya. Melimpahnya produksi kopi di Indonesia selain diakibatkan permintaan ekspor yang meningkat tiap tahunnya tetapi juga oleh sejarah penanaman kopi yang panjang, diawali sejak masa kolonialisme Belanda yang mendatangkan tanaman kopi dari benua Afrika dan mengenalkan tanaman kopi di tanah Indonesia untuk di budidayakan sebagai komoditas yang bisa di ekspor ke negara-negara di eropa. Setelah melalui masa-masa kegagalan diawal penanamannya, kopi di Indonesia kemudian berhasil di ekspor pada awal abad ke-17(Hoffman, 2018). Seiring berjalannya waktu, perkembangan dari penanaman kopi tersebar ke seluruh Indonesia, hingga penjualan ekspor kopi Indonesia mampu meningkatkan devisa pendapatan negara, kemudian daerah-daerah yang tersebar di Indonesia menghasilkan berbagai macam kopi dengan karakteristik rasa yang unik, kopi hasil penanaman daerah ini dikenal dengan *Specialty Coffee*.

*Specialty Coffee* merupakan istilah bagi produk kopi *premium* yang dijual di pasar internasional yang berasal dari suatu negara, *Specialty Coffee* juga dicirikan sebagai kopi yang berasal tanaman kopi yang ditanam dalam sebuah kondisi geografis dan iklim mikro tertentu (Rhinehart, 2017) yang berarti tempat penanaman seperti jarak ketinggian kebun dari permukaan laut, sedimentasi tanah dan curah hujan berpengaruh terhadap citarasa kopi dari panen yang dihasilkan. Indonesia memiliki iklim yang cukup ideal untuk penanaman kopi, di Indonesia setidaknya 30 daerah berbeda yang menghasilkan *Specialty Coffee* hasil perkebunan di seluruh Indonesia. Selain cita rasanya yang unik dan khas, daya tarik *Specialty Coffee* juga berasal dari kualitas biji kopi yang digunakan, kalau biasanya biji kopi komersil dipanen secara bersamaan tanpa menyortir kematangan buah *cherry-*nya, *Specialty Coffee* hanya menggunakan buah yang matang berwarna merah, kemudian buah yang dipetik disortir kualitasnya hingga akhirnya di

proses menjadi biji kopi sangrai (*roasted beans*). Selain dari cara pengolahannya *Specialty Coffee* juga biasanya dipasarkan dengan kemasan yang menarik dan fungsional yang menjaga kualitas biji kopi dan memberikan identitas jelas asal daerah biji kopi, perkebunan, bahkan hingga petani yang menanam untuk memastikan pengembangan dari produksi kopi yang sustainable, dari segala keunggulan yang dimiliki *Specialty Coffee* ini tentunya memberikan nilai tambah yang membedakan produk *Specialty Coffee* dari produk kopi biasa serta sejalan dengan perkembangan pasar yang menuntut nilai tambah dari sebuah produk dalam persaingan pasar Internasional. *Specialty Coffee* tentunya memiliki nilai jual yang lebih mahal dibanding biji kopi komersil, meskipun demikian keberadaan *Specialty Coffee* tetap disambut baik oleh penikmat kopi, sebagai sebuah pilihan kopi *premium* kualitas tinggi yang mewah dan diolah secara sustainable. Karena banyaknya variasi *Specialty Coffee* yang dimiliki, Indonesia memiliki keunggulan dan potensi yang baik di pasar Internasional. Namun sayangnya di luar negeri kopi dari Indonesia lebih dikenal masyarakat sebagai nama dari daerah penghasil kopi Indonesia itu sendiri, yang sangat terkenal misalnya kopi Gayo, Kintamani, Lampung, Mandheling, Toraja dan sebagainya, yang merupakan nama-nama dari daerah penghasil produk kopi terbaik di Indonesia itu sendiri, dan sangat disayangkan karena popularitas produk-produk kopi tersebut belum bisa mengangkat nama Indonesia dan memberikan citra baik negara ini sehingga memberikan referensi kepada calon pembeli tentang di negara mana kopi itu berasal yang seharusnya dapat didapat dari branding *Specialty Coffee*.

Amerika Serikat adalah negara yang besar dengan populasi lebih dari 300 juta jiwa, yang mana memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, tidak terkecuali konsumsi terhadap kopi, rata-rata sekitar 450 juta cangkir kopi dikonsumsi di Amerika Serikat setiap harinya, warga Amerika Serikat terbiasa minum kopi di pagi hari sebelum beraktifitas, tidak hanya di konsumsi di rumah tetapi juga dibukanya *café* atau *Coffee Shop* dimana-mana, yang didatangi kalangan remaja hingga orang tua, sehingga bisa dikatakan bahwa konsumsi kopi sudah melekat pada konsumen Amerika Serikat. Namun faktanya Amerika Serikat bukanlah negara produsen komoditas kopi, Amerika Serikat terkenal dengan sumber daya alam nasional yang berupa mineral terdiri dari berbagai macam mineral seperti Batu bara, tembaga, uranium, dll. (CIA World Factbook, 2019). Oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan mereka akan komoditas kopi, Amerika Serikat mengimpor hasil panen komoditas kopi dari negara lain, dan kuantitasnya selalu meningkat tiap tahun seiring dengan

berkembangnya trend. Amerika Serikat merupakan pasar yang sangat strategis bagi negara eksportir di seluruh dunia. Komoditas kopi yang mereka impor dari Indonesia didominasi oleh biji kopi dari jenis Arabika dan Robusta, dalam bentuk biji kopi hijau mentah (*green beans*) sehingga nantinya akan melalui proses pengolahan kembali di Amerika Serikat hingga sampai ke tangan konsumen. Tingkat konsumsi yang tinggi di Amerika Serikat memberikan peluang pada segala produk yang dikenalkan pada konsumen Amerika Serikat, produk *Specialty Coffee* juga memiliki peminat di Amerika Serikat, berdasarkan penelitian *Atlas of American Coffee* yang merupakan sebuah survey komprehensif terkait kebiasaan minum kopi di Amerika Serikat oleh *National Coffee Association* (NCA) menunjukkan bahwa masyarakat Amerika Serikat lebih memilih kopi *premium beans* dan hampir 60% kopi yang disajikan di Amerika Serikat merupakan kopi 'gourmet' atau kopi yang diseduh dari biji kopi *premium*.(NCA,2020). *Specialty Coffee* umumnya sudah diolah terlebih dahulu menjadi biji sangrai (*roasted beans*) oleh produsen asal sehingga sampai ke tangan consumer dalam keadaan siap untuk di gunakan, selain itu karena keberagaman jenis dan *origin* dari kopi tersebut menarik konsumen kopi di Amerika Serikat untuk mengeksplorasi rasa-rasa baru dari yang mereka bisa dapati dari *Specialty Coffee*.

Umumnya *Specialty Coffee* menggunakan biji kopi Arabika namun tidak semua hasil panen biji kopi Arabika mencapai mutu *Specialty Coffee*, begitu pun sebaliknya terdapat juga biji kopi Robusta yang memiliki mutu baik. Dengan melihat angka ekspor kopi secara tidak langsung kita dapat memantau perkembangan *Specialty Coffee*, Pembelian kopi impor global Amerika Serikat mencapai US \$ 5,7 miliar yang mengalami kenaikan sebesar 2.1 persen pada 2019. Dari angka tersebut Colombia menempati posisi ke-1 dengan ekspor senilai US \$ 1,2 miliar yang mengalami penurunan 3.5 persen, Brazil di posisi ke-2 dengan ekspor senilai US \$ 1,1 miliar yang mengalami penurunan 21.9 persen, Indonesia di Posisi ke-6 dengan ekspor senilai US \$ 307.8 juta yang mengalami penurunan 11.9 persen, dan Vietnam di posisi ke-7 dengan nilai ekspor US \$ 297.5 juta yang mengalami penurunan 21.6 persen (Workman,2019). Dari angka tersebut dapat dilihat bahwa Colombia, dan Brazil walaupun berada di posisi teratas eksportir kopi ke Amerika mengalami penurunan dalam persentase ekspor mereka, Indonesia dan Vietnam diposisi pertengahan eksportir kopi Amerika juga mengalami penurunan persentase ekspor di tahun 2019. Namun perbedaan nilai ekspor Colombia dan Brazil dengan Indonesia dan Vietnam terpaut sangat jauh, hal ini diperkirakan karena Colombia dan Brazil memiliki keunggulan seperti kedekatan

geografis dengan Amerika Serikat yang memudahkan akses pengiriman kopi dan, produksi kopi mereka didominasi oleh biji kopi Arabika yang digemari oleh konsumen barat dan memiliki harga yang stabil dan lebih tinggi, sedangkan Indonesia dan Vietnam tidak memiliki keunggulan kedekatan secara geografis dengan Amerika Serikat dan produksi kopinya masih didominasi oleh biji kopi Robusta yang memiliki harga lebih murah dan memiliki kadar kafein tinggi. Perlu adanya upaya pengembangan dalam produksi kopi di Indonesia yang dapat dicapai dengan mengembangkan produksi kopi bermutu *Specialty Coffee*, sehingga Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara tersebut.

Dalam hubungan diplomatic sendiri Amerika Serikat dan Indonesia sudah menjalin hubungan bilateral yang baik selama tujuh dekade, pada 28 Desember 1949 disahkan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Jakarta, dengan demikian hubungan diplomatik Amerika Serikat dengan Republik Indonesia secara resmi dibuka (Kemlu RI, 2019). Indonesia memiliki perangkat diplomasi di Amerika Serikat diantaranya, Kedutaan Besar di Washington D.C, dan juga Konsulat Jenderal Republik Indonesia di beberapa kota seperti KJRI Los Angeles, KJRI Houston, KJRI San Francisco, KJRI New York, dan KJRI Chicago. Amerika Serikat sebagai negara adidaya melancarkan politik luar negerinya dengan melebarkan sayap kerjasama luar negerinya dengan negara-negara berkembang untuk mengamankan kepentingannya, dengan cara mengadakan kerjasama di berbagai bidang. Dalam perkembangan hubungannya Amerika Serikat dan Indonesia mencakup berbagai sector kerjasama ekonomi dan perdagangan. Indonesia memiliki komoditas kopi yang dibutuhkan oleh Amerika Serikat, Indonesia membutuhkan devisa pendapatan dari perdagangan komoditas kopi. Peluang untuk pasar kopi di Amerika Serikat terbuka lebar, namun Indonesia sulit bersaing dengan negara-negara penghasil kopi yang secara geografis lebih dekat dengan Amerika Serikat seperti, Brazil, Kolombia, dll. keberagaman jenis *Specialty Coffee* yang dimiliki Indonesia menjadi sebuah keunggulan dibanding Importir Kopi pesaing. Indonesia memiliki instrument-instrumen diplomasi yang strategis untuk dapat mencapai kepentingannya di Amerika Serikat. Didirikannya *Indonesian Trade Promotion Center* (ITPC) di Los Angeles dan Chicago diharapkan dapat membantu Indonesia dalam upaya perdagangannya dengan Amerika Serikat, ITPC sendiri merupakan Lembaga sentral promosi perdagangan Indonesia milik pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan ekspor komoditas barang dan jasa, ITPC bertugas untuk penetrasi ke dalam pasar luar negeri, memberikan pelayanan informasi pasar melalui analisa

market, memberikan konsultasi bisnis kepada negara, memberikan promosi ekspor melalui partisipasi dalam pameran seperti *Global Specialty Coffee Expo (GSCE)* yang menjadi salah satu upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia di Amerika Serikat (Liliyah, 2019).

Sebagai gambaran untuk melihat perkembangan ekspor komoditas kopi Indonesia ke Amerika Serikat berikut disajikan table yang menunjukkan angka ekspor komoditas kopi Indonesia ke Amerika Serikat tahun 2014-2020 (BPS, 2020).

Tabel 1.1: Angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat periode 2014-2020

<b>Tahun</b>	<b>Berat Bersih (Ton)</b>	<b>Nilai FOB (\$)</b>
2014	58308.5	295903.1
2015	65481.3	281073.1
2016	67309.2	269895.6
2017	63237.6	256351.4
2018	52083.5	254030.7
2019	58666.2	253830.1
2020	54473.7	202352.0

Sumber: Badan Pusat Statistik 2021 (sudah diolah)

Melihat table di atas dapat kita ketahui bahwa ekspor kopi Indonesia berdasarkan berat bersih dalam satuan ton yang di ekspor ke Amerika Serikat, mengalami penurunan dari 67309,2 ton pada tahun 2016 menjadi 63237,6 ton pada 2017, Kemudian kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 52083,5 ton dan mengalami kenaikan menjadi 58666,2 ton di tahun 2019, dan Kembali mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 54473.7 ton. Melihat angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat tersebut yang cenderung menurun, terdapat sebuah *gap* yang dapat diteliti terkait kecenderungan menurunnya angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Penelitian ini akan berusaha untuk menjelaskan sisi diplomasi ekonomi dalam upaya peningkatan ekspor kopi Indonesia melalui promosi ekspor ke Amerika Serikat, yang dimana sudah diketahui melalui angka ekspor yang cenderung menurun dalam periode 2017-2020, peneliti akan melihat lebih dalam terkait upaya diplomasi ekonomi yang sudah dilakukan pihak Indonesia terhadap Amerika Serikat dan aktor-aktor yang terlibat, guna mengetahui pengaruh dari upaya diplomasi ekonomi yang telah dijalankan oleh Indonesia untuk mendorong ekspor komoditas kopinya ke Amerika Serikat.

## 1.2 Rumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang masalah yang di paparkan di atas, maka disimpulkan bahwa kopi merupakan komoditas strategis Indonesia untuk di ekspor ke Amerika Serikat. Keikutsertaan Indonesia dalam pameran *Global Specialty Coffee Expo* di Amerika Serikat merupakan upaya yang dilakukan untuk mengenalkan kualitas dan kekayaan ragam *Specialty Coffee* yang dimiliki Indonesia dan diharapkan dapat meningkatkan *trend* ekspor kopi ke Amerika Serikat atau bahkan dunia. Namun kenyataannya terjadi kecenderungan menurun angka ekspor di periode 2017-2020, walaupun kopi Toraja, Bali, Sumatra, dll. terkenal oleh konsumen Internasional, Indonesia masih kesulitan untuk berkompetisi dengan negara eksportir lainnya dalam mendorong angka ekspor ke Amerika Serikat. Kualitas produktivitas kopi Indonesia juga menjadi masalah karena masih tersaingi oleh negara produsen kopi lain seperti Brazil, Kolombia, dan Vietnam, serta kopi yang di ekspor Indonesia kebanyakan dalam bentuk *green beans* atau kopi yang belum di olah, hal ini dikarenakan mutu kopi yang dihasilkan perkebunan Indonesia belum stabil, sedangkan negara pesaing banyak yang sudah mengeksport produk kopi yang sudah di olah. Diplomasi ekonomi dapat membantu Indonesia mempromosikan ekspor, khususnya untuk komoditas kopi mereka ke Amerika Serikat. Melihat kecenderungan menurun angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dalam periode 2017-2020 dapat diteliti dan memberi ruang bagi industry kopi untuk berkembang dan bersaing di pasar Amerika Serikat. Penulis berasumsi bahwa pengembangan produksi kopi secara umum, dan upaya diplomasi ekonomi memiliki keterlibatan dalam usaha mendorong peningkatan ekspor komoditas kopi Indonesia ke Amerika Serikat, maka dirumuskan pertanyaan masalah:

**“Bagaimana pelaksanaan Promosi Ekspor Indonesia dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat Periode 2017-2020?”**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan maksud tujuan untuk mengetahui peran pemerintah dan swasta dalam upaya meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Amerika Serikat dan untuk mengetahui peran promosi ekspor sebagai upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan ekspor komoditi kopi ke Amerika Serikat periode 2017-2020.

## 1.4 Manfaat/Relevansi Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi:

1. **Manfaat Akademis**, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi literatur bagi semua pihak yang membutuhkan informasi mengenai penelitian tentang promosi ekspor sebagai diplomasi ekonomi untuk meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat
2. **Manfaat Praktis**, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk memberikan informasi, data, maupun pengetahuan perihal promosi ekspor Indonesia sebagai diplomasi ekonomi Indonesia khususnya dalam upaya peningkatan ekspor komoditi kopi ke Amerika Serikat periode 2017-2020

## 1.5 Sistematika Penulisan

- Bab I** Merupakan bagian pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang permasalahan yang akan dibahas dan untuk melihat kaitannya dengan penelitian skripsi. Selain itu, bab ini juga berisikan pertanyaan penelitian, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan skripsi.
- Bab II** Dalam Bab ini dibahas tentang tinjauan pustaka yang digunakan sebagai perbandingan oleh penulis. Selain itu juga berisikan kerangka pemikiran yang digunakan sebagai pedoman analisis dalam penulisan skripsi ini. Bab ini juga membahas alur pemikiran serta asumsi dasar penulis berkenaan dengan topik yang dibahas.
- Bab III** Bab ini membahas tentang metode penelitian, pendekatan penelitian serta Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data yang ditempuh oleh peneliti dalam penulisan skripsi
- Bab IV** Pembahasan dalam Bab ini membahas gambaran umum industri kopi Indonesia, kemudian membahas tentang ekspor komoditas kopi Indonesia ke Amerika Serikat di periode 2017-2020 yang dinamis, dan juga membahas faktor-faktor seperti perkembangan industri kopi Indonesia dan produksi kopi.



**Bab V** Bab ini meninjau strategi promosi ekspor sebagai diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Amerika Serikat dalam upaya meningkatkan ekspor kopi di periode 2017-2020, yang meliputi strategi dan juga hambatan ekspor.