

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

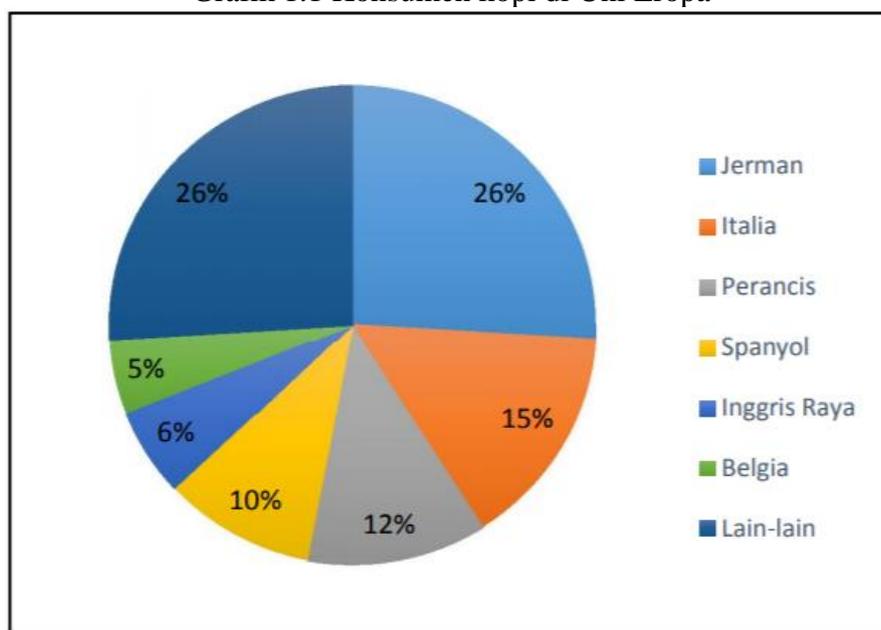
Indonesia merupakan negara yang terletak di kawasan Asia Tenggara dan beriklim sub tropis membuat Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam nya dan negara agraris. Sebagai negara agraris, kekayaan alam Indonesia mayoritas terletak pada sektor pertanian dan perkebunannya yang telah dikenal di dunia. Sektor perkebunan merupakan salah satu sektor yang turut memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia dan salah satunya adalah melalui komoditas kopi. Dikenal sebagai penghasil kopi dengan kualitas baik di dunia, tentu hal ini dimanfaatkan oleh pemerintah dalam memaksimalkan komoditas kopi dengan tujuan mendorong pendapatan devisa negara, sehingga kopi Indonesia dapat lebih dikenal dan memiliki nilai jual tinggi dalam perdagangan internasional (Harian Ekonomi Neraca, 2020).

Indonesia yang masuk ke dalam 3 besar negara produsen kopi di dunia setelah Brazil dan Vietnam, setidaknya mampu memproduksi kopi dengan angka minimal 748 ribu ton atau sekitar 6,6% dari produksi kopi dunia. Angka tersebut terbagi ke dalam dua jenis kopi, yaitu robusta yang mencapai kurang lebih 601 ribu ton (80,4%) dan arabica yang mencapai kurang lebih 147 ribu ton (19,6%). Besarnya persentase kontribusi kopi Indonesia di pasar global, memberikan peluang bagi Indonesia dalam memperluas pasar kopi Indonesia ke dunia internasional (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2013).

Jerman merupakan salah satu negara yang menjadi target perluasan pasar kopi Indonesia di dunia internasional. Karena Jerman merupakan salah satu negara di Uni Eropa yang masyarakatnya mayoritas setiap pagi mengkonsumsi kopi dengan persentase 86% dan menjadi peringkat pertama sebagai konsumen kopi di Uni Eropa. Besarnya kebutuhan Jerman akan kopi dan kondisi geografis Jerman yang tidak memungkinkan dalam memproduksi bijih kopi, mengharuskan Jerman untuk mengimpor kopi dari negara-negara produsen kopi dan mayoritas adalah negara-negara berkembang. Indonesia juga termasuk ke dalam 10 besar negara pengekspor kopi Indonesia di Jerman dengan persentase 6%. Hal ini dikarenakan masyarakat Jerman memiliki kesukaan dengan kopi Indonesia yang kaya akan cita rasanya (Sari, 2018).

Sehingga bagi Indonesia, Jerman merupakan pasar kopi potensial di wilayah Uni Eropa. Karena melihat dari tingginya tingkat konsumsi kopi masyarakat Jerman dan juga posisi Jerman yang berada di peringkat pertama sebagai negara anggota Uni Eropa yang secara berkala sering melakukan impor komoditas kopi, terutama dalam bentuk biji kopi hijau dan *roasted*. Walaupun kuantitas ekspor biji kopi Indonesia ke Jerman terus mengalami fluktuasi dan menyebabkan Indonesia saat ini turun tiga peringkat, sehingga berada di peringkat 10 sebagai negara pengeksport biji kopi ke Jerman (Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Perdagangan, 2017).

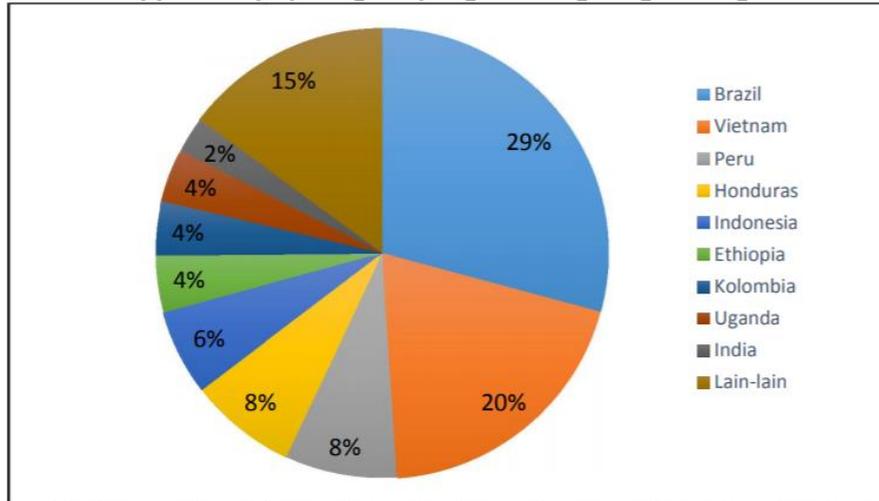
Grafik 1.1 Konsumen kopi di Uni Eropa



Sumber : Kementerian Perdagangan (Market Brief Kopi di Jerman)

Grafik diatas menunjukkan persentase konsumsi kopi di negara-negara anggota Uni Eropa. Dapat dilihat bahwa Jerman menduduki peringkat pertama sebagai konsumen kopi dibandingkan dengan negara anggota lainnya. Tingginya angka persentase konsumsi kopi masyarakat Jerman, bahkan sebanding dengan negara-negara anggota Uni Eropa lainnya.

Grafik 1.2 Supplier kopi paling berpengaruh bagi negara-negara Uni Eropa



Sumber : Kementerian Perdagangan (Market Brief Kopi di Jerman)

Grafik diatas menunjukkan persentase negara-negara yang mengekspor kopi ke Jerman. Sekaligus menunjukkan persentase keterlibatan ekspor kopi Indonesia di pasar kopi Jerman sebesar 6%, dibandingkan dengan negara-negara lain yang juga menjadi pesaing Indonesia dalam mengekspor kopi ke Jerman.

Tabel 1.1 Statistik Impor Kopi Jerman dari 10 Negara Pemasok Utama dan Indonesia, 2012-2014

No	Eksportir	Nilai Impor (Juta USD)			Pangsa (%)		Perubahan	
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2014/2013
	Dunia	4902,17	3919,106	4354,487	100	100	100	11,11
1	Brazil	1270,69	933,35	1261,51	25,92	23,82	28,97	35,16
2	Vietnam	617,20	475,82	544,02	12,59	12,14	12,49	14,33
3	Honduras	491,15	298,53	324,99	10,02	7,62	7,46	8,86
4	Swiss	222,62	264,60	266,64	4,54	6,75	6,12	0,77
5	Peru	389,64	287,27	244,52	7,95	7,33	5,62	-14,88
6	Kolombia	116,52	152,38	226,53	2,38	3,89	5,20	48,67
7	Italia	185,13	189,48	189,70	3,78	4,83	4,36	0,12
8	Ethiopia	211,87	144,98	148,00	4,32	3,70	3,40	2,08
9	Belanda	85,42	67,04	128,34	1,74	1,71	2,95	91,44
10	Indonesia	130,34	157,07	103,29	2,66	4,01	2,37	-34,24

Sumber: Trademap (2015)

Tabel diatas menunjukkan penurunan peringkat Indonesia dalam mengekspor kopi ke Jerman, yang dimana sekarang ini Indonesia berada di peringkat ke-10 sebagai pengekspor kopi ke Jerman. Hal ini menunjukkan menurunnya persentase, peringkat, dan keterlibatan Indonesia di pasar kopi Jerman.

Turunnya peringkat Indonesia sebagai negara pengekspor kopi ke Jerman, membuat pihak Indonesia terutama yang menjadi perwakilan di Jerman berupaya untuk mempertahankan dan menaikkan nilai ekspor kopi Indonesia melalui kegiatan diplomasi ekonomi yang menggunakan komoditas kopi sebagai instrumen utamanya. Hal ini dimanfaatkan oleh perwakilan Indonesia di Jerman, KBRI Berlin, KJRI Hamburg, KJRI Frankfurt, dan Atase Perdagangan Indonesia di Berlin untuk lebih memperkenalkan dan memperluas pasar kopi Indonesia ke masyarakat Jerman guna meningkatkan ekspor komoditas kopi. Kegiatan ini juga dilakukan karena mencakup kepentingan nasional Indonesia dalam melihat tingginya potensi yang dimiliki komoditas kopi, sebagai penyumbang devisa negara ketiga terbesar setelah minyak bumi dan karet alam, sekaligus mencapai serta memperluas pasar kopi Indonesia di kawasan Uni Eropa melalui negara yang memiliki tingkat konsumsi kopi tertinggi di Eropa, yaitu Jerman. Sehingga, dengan kegiatan diplomasi ekonomi ini diharapkan mampu meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke pasar Jerman.

Awal mula upaya yang dilakukan oleh perwakilan Indonesia untuk meningkatkan serta mempromosikan kopi Indonesia di Jerman berawal dari inisiatif KBRI Berlin yang menerapkan diplomasi kopi di acara *Day of Open Doors* atau *Open House* yang diselenggarakan oleh Kementerian Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan Jerman (BMZ) di Berlin tahun 2013, dengan memperkenalkan kopi Mandailing yang menarik minat kurang lebih 1.200 masyarakat Jerman yang memenuhi *stand* Indonesia dalam acara tersebut. *State Secretary* Beerfeltz juga ikut mencicipi dan mengapresiasi atas partisipasi KBRI Berlin dalam keikutsertaannya di acara tersebut. Pihak Kementerian Kerjasama dan Pembangunan Jerman juga berharap hal ini dapat mempererat kerjasama perdagangan kedua negara dapat terus meningkat di tahun-tahun selanjutnya (Supratiwi, 2013).

Pemberian Primaduta Award juga disematkan oleh Duta Besar RI, Fauzi Bowo kepada Jan Beemd Rothfos selaku pemilik CAFEA GmbH yang memiliki peran sebagai mitra dagang produk kopi Indonesia di Jerman. Primaduta Award ini merupakan penghargaan atas komitmen, loyalitas, dan kinerja perusahaan dalam meningkatkan ekspor produk kopi Indonesia di Jerman. Pemberian Primaduta Award ini juga merupakan salah satu upaya Indonesia dalam mengimplementasikan diplomasi ekonomi guna mempererat hubungan perdagangan kopi dan bentuk apresiasi perusahaan kopi

Jerman yaitu CAFEA Gmbh dalam mempromosikan serta memasukkan produk kopi Indonesia ke pasar Jerman. Fauzi Bowo juga mengharapkan, dengan diberikannya penghargaan ini dapat menumbuh kembangkan pertanian kopi berkelanjutan, agar kopi Indonesia dapat terus dinikmati oleh masyarakat Jerman dan meningkatkan ekspor kopi Indonesia (Kementerian Luar Negeri Indonesia, 2015).

Diplomasi ekonomi Indonesia di Jerman juga di implementasikan melalui program rutin *Ein Tag in Indonesien* atau Satu Hari di Indonesia yang diadakan di *Mall of Berlin*, yang termasuk pusat perbelanjaan strategis karena berdekatan dengan pusat perkantoran dan bisnis. Kegiatan ini merupakan kolaborasi kerjasama antara KBRI Jerman, ITPC Hamburg, dan Atase Perdagangan RI di Berlin untuk mempromosikan produk-produk unggulan Indonesia yang berkelanjutan dan salah satunya adalah kopi. Program ini juga berhasil menggandeng retailer ternama di Jerman, seperti *Galeria Kaufhof* dan EDEKA salah satu supermarket terbesar di Jerman. Dengan keberhasilan dari program ini, diharapkan ekspor produk kopi Indonesia dapat semakin meningkat sebesar 300% sesuai dengan target dan strategi dari Kementerian Perdagangan (Fauzi, 2015).

Indonesia juga berperan aktif dalam berpartisipasi di beberapa kegiatan kopi internasional, *Coffee, Tea, and Cocoa* (COTECA) merupakan salah satu pameran dua tahunan *coffee* di Hamburg, dan Indonesia telah mengikuti sejak tahun 2010. Sebagai *co-exhibitors* dalam pameran COTECA, Indonesia di dukung dan dikoordinasikan oleh KJRI Hamburg, ITPC Hamburg, dan Atase Perdagangan Berlin. Setelah tiga kali keikutsertaan Indonesia dalam COTECA, *stand* Indonesia termasuk yang paling banyak diminati oleh masyarakat Jerman dan perusahaan-perusahaan internasional di bidang kopi. Hal ini menunjukkan kemampuan produk kopi Indonesia di pasar internasional dan mampu bersaing dengan produk-produk kopi dari negara-negara lain layaknya Brazil dan Vietnam. Tetapi, untuk terus dapat bersaing diharapkan para pengusaha kopi Indonesia dapat mengimplementasikan sistem pertanian kopi yang berkelanjutan, dikarenakan juga konsumen kopi di Jerman akan rela membayar mahal demi *sustainable products* (Kementerian Luar Negeri Indonesia, 2015).

Tabel 1.2 Statistik Ekspor Kopi Indonesia Ketiga Negara Tujuan Utama Periode 2012-2019

Negara Tujuan Ekspor	Nilai Total Ekspor per/tahun (1000 Ton)							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jerman	50.9	60.4	37.9	47.6	42.6	44.7	13.0	18.4
Amerika Serikat	69.6	66.1	58.3	65.4	67.3	63.2	52.0	58.6
Jepang	51.4	41.9	41.2	41.2	35.3	29.5	30.3	25.5

Sumber: Badan Pusat Statistik (Sudah Diolah)

Indonesia telah melakukan berbagai bentuk upaya diplomasi ekonomi ke Jerman melalui perwakilan-perwakilannya, dengan tujuan untuk meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Jerman dan memperluas pasar kopi Indonesia di kawasan Uni Eropa. Sehingga dengan adanya upaya diplomasi ekonomi ini, dapat memberikan tren positif untuk ekspor kopi Indonesia ke Jerman. Tetapi, nyatanya yang terjadi di lapangan, ekspor kopi Indonesia ke Jerman mengalami fluktuasi dan penurunan yang cukup tajam. Hal ini dapat dilihat melalui data tabel I.2 yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) terkait ekspor kopi Indonesia. Total ekspor kopi Indonesia hanya meningkat di tahun 2013 sebesar 60 ribu ton, dibanding tahun 2012 yang hanya 50 ribu ton. Yang dimana di tahun 2013 merupakan awal mula upaya diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Jerman untuk meningkatkan ekspor kopi ke pasar kopi Jerman. Akan tetapi di tahun-tahun selanjutnya, total nilai ekspor Indonesia semakin mengalami fluktuasi dan penurunan yang cukup signifikan, tepatnya di tahun 2018 angka ekspor kopi mencapai titik terendahnya yang hanya mencapai 13 ribu ton dan di 2019 mengalami sedikit peningkatan sebesar 18 ribu ton. Kedua angka ini termasuk ke dalam angka ekspor kopi Indonesia terendah ke Jerman dalam sejarah 20 tahun hubungan bilateral ekspor kopi kedua negara (Badan Pusat Statistik, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Diplomasi ekonomi melalui komoditas kopi yang dilakukan oleh perwakilan Indonesia terhadap Jerman, merupakan suatu upaya untuk mempromosikan produk kopi dan meningkatkan ekspor kopi Indonesia di pasar Jerman. Dengan dilakukannya diplomasi ekonomi ini, diharapkan akan memberikan peningkatan terhadap ekspor produk kopi Indonesia di pasar Jerman dan memperluas pasar kopi Indonesia di Jerman. Upaya-upaya diplomasi ekonomi yang menggunakan komoditas kopi sebagai instrumen

utama, dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti pameran, expo, dan kegiatan-kegiatan lainnya, yang tentunya diharapkan dapat memberikan trend positif terhadap nilai ekspor kopi Indonesia di pasar kopi Jerman. Akan tetapi, pada kenyataannya diplomasi ekonomi yang dilakukan Indonesia di Jerman belum bisa memberikan trend ekspor kopi yang positif dengan apa yang diupayakan oleh perwakilan Indonesia di Jerman. Hal ini dapat dilihat melalui total jumlah ekspor kopi Indonesia ke Jerman, yang hanya mengalami trend ekspor positif di tahun 2013 sebesar 60 ribu ton, yang dimana di tahun tersebut merupakan awal mula perwakilan Indonesia di Jerman tepatnya KBRI Berlin dan KJRI Hamburg melakukan diplomasi ekonomi, melalui komoditas kopi di BMZ. Pada di tahun-tahun selanjutnya, hingga tahun 2019, trend ekspor kopi Indonesia semakin menurun dan mencapai titik terendahnya di tahun 2019 yang hanya mencapai 13 ribu ton. Padahal di tahun tersebut perwakilan Indonesia di Jerman melakukan kegiatan lokakarya kopi dalam acara *World of Coffee* yang merupakan kegiatan pameran dagang kopi terbesar di Eropa. Maka dapat dinyatakan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

“Mengapa diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Jerman belum dapat meningkatkan ekspor kopi Indonesia periode 2013-2019?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

Menjelaskan dan menganalisa penyebab diplomasi ekonomi Indonesia belum dapat meningkatkan ekspor kopi ke Jerman periode 2013-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1. Manfaat Akademis**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi bidang akademik HI, terutama di bidang diplomasi ekonomi dengan menerapkan kegiatan diplomasi kopi.
- 2. Manfaat Praktis**, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi civitas akademik di bidang HI dalam mengkaji implementasi kegiatan diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Jerman terhadap penurunan ekspor komoditas kopi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bagian bab satu, penulis akan menjelaskan serta menguraikan permasalahan berdasarkan pertentangan antara dua fakta yang diangkat sebagai topik permasalahan. Penjelasan akan dimulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bagian bab dua, penulis akan menjelaskan serta menguraikan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan pembeda dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Dalam bab dua ini, juga akan dijabarkan teori dan konsep yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis penelitian yang dilakukan. Dan diakhiri dengan uraian alur pemikiran dan asumsi dasar.

BAB III Metode Penelitian

Pada bagian bab tiga, penulis akan menjelaskan serta menguraikan metodologi yang digunakan penulis di dalam penelitian. Metode penelitian ini terdiri dari jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan jadwal penelitian.

BAB IV Dinamika Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Jerman

Pada bagian ini, penulis akan menjabarkan secara rinci mengenai pasar kopi di Jerman, lalu dilanjutkan dengan penjelasan mengenai dinamika ekspor kopi Indonesia di pasar Jerman dalam sepuluh tahun terakhir.

BAB V Hambatan dan Tantangan Diplomasi Ekonomi Indonesia ke Jerman

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan secara rinci kegiatan-kegiatan dari diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan ekspor kopi ke Jerman periode 2013-2019 yang memiliki keterkaitan dengan kepentingan nasional Indonesia, sekaligus menjelaskan hambatan dan tantangan dari setiap kegiatan diplomasi ekonomi tersebut.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini, penulis akan menguraikan, menjelaskan, dan menyimpulkan poin-poin penting yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan. Sekaligus juga memberikan penjabaran terkait saran bagi penelitian selanjutnya.