

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Jerman merupakan pasar kopi terbesar di Eropa dan salah satu yang terbesar di dunia. Indonesia, sebagai negara produsen kopi terbesar ketiga di dunia, menargetkan Jerman sebagai tujuan perluasan pasar kopinya. Hal tersebut karena ekspor kopi Indonesia ke Jerman mengalami penurunan pada periode tahun 2013-2019, bahkan yang terburuk pada periode tahun 2018-2019. Untuk itu, Indonesia melakukan diplomasi ekonomi terhadap Jerman untuk meningkatkan perdagangan internasional Indonesia ke Jerman, dalam hal ini adalah ekspor komoditas kopi.

Beberapa hal dilakukan Indonesia untuk menerapkan diplomasi ekonomi terhadap Jerman, salah satunya melalui pameran-pameran perdagangan internasional, yakni COTECA, Day of the Open Doors, Ein Tag in Indonesien, World of Coffee, ITB, ReiseLust Bremen, dan Kieler Woche. Indonesia juga mengadakan lokakarya kopi di Potsdam dan Berlin untuk mempromosikan kopi Indonesia. Seluruh kegiatan tersebut dilakukan oleh KBRI, KJRI, dan ITPC yang bekerja sama dengan berbagai asosiasi perdagangan kopi Indonesia. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, Indonesia mampu untuk meningkatkan minat dan ekspor kopi Indonesia ke Jerman dalam jangka pendek. Di samping itu, Indonesia juga melakukan kunjungan resmi antarpemerintah yang terwujud dalam kunjungan Pemerintah Kota Bandung ke Braunschweig, Jerman. Dalam kunjungan tersebut, Pemerintah Kota Hamburg berkomitmen untuk mempromosikan kopi produksi Indonesia, khususnya yang berasal dari Bandung.

Walaupun Indonesia telah melakukan berbagai kegiatan diplomasi ekonomi, kegiatan tersebut dinilai belum mampu meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Jerman yang justru terus mengalami penurunan. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. *Pertama*, yakni ketidakmampuan Indonesia untuk memenuhi permintaan Jerman atas kopi bersertifikat berkelanjutan. Hal tersebut karena pemerintah maupun asosiasi industri kopi melihat bahwa sertifikasi hanya berperan sebagai hambatan nontarif dan mempersulit ekspor ke Jerman. Untuk memperoleh sertifikasi, pedagang dan petani perlu untuk mengeluarkan biaya lebih tinggi, sedangkan biaya tersebut terkadang tidak sepadan dengan hasil yang didapatkan dari ekspor. *Kedua*, Indonesia juga tidak mampu menyediakan *specialty coffee* dalam jumlah yang cukup padahal Jerman memiliki minat

yang besar akan *specialty coffee* Indonesia. Kurangnya pasokan tersebut salah satunya disebabkan oleh minimnya produksi kopi di Indonesia.

Ketiga, penurunan produksi kopi Indonesia pada periode tahun 2013-2019. Indonesia terus mengalami penurunan produksi kopi akibat cuaca yang tidak menentu yang menyebabkan biji kopi tidak dapat dipanen atau memiliki kualitas yang buruk. Kondisi tersebut ditambah dengan faktor *keempat*, yaitu peningkatan konsumsi domestik Indonesia. Meningkatnya konsumsi domestik, ditambah dengan harga kopi domestik yang lebih tinggi, membuat petani dan pedagang banyak mendistribusikan hasil produksinya ke pasar domestik dibanding ke pasar internasional. *Kelima*, yaitu persaingan dengan negara produsen kopi lainnya seperti Brazil dan Vietnam. Kedua negara tersebut memiliki produksi kopi yang melimpah sehingga mampu mendominasi pasar kopi Jerman. Bagi Indonesia yang semula banyak mengekspor kopi robusta, produksi kopi robusta Vietnam yang masif, ditambah dengan harga yang lebih murah, menyebabkan banyak negara beralih pada impor dari Vietnam. Di sisi lain, Indonesia juga bergantung pada ekspor kopi arabica, tetapi jumlah produksi yang sedikit membuat Indonesia tertinggal dari Brazil yang 95% ekspor kopinya merupakan kopi arabica.

Kurangnya dampak yang diberikan dari kegiatan diplomasi ekonomi Indonesia salah satunya disebabkan oleh kurangnya peran pemerintah dalam menengahi hubungan kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Jerman. Walaupun pemerintah melalui perwakilan diplomatik terlibat dalam berbagai kegiatan promosi kopi Indonesia, pemerintah Indonesia tidak melakukan negosiasi dan advokasi formal sehingga peningkatan yang terjadi pasca keikutsertaan Indonesia dalam pameran perdagangan hanya terbatas pada peningkatan minat masyarakat Jerman untuk membeli dan mengonsumsi kopi Indonesia, tetapi Indonesia tetap mengalami hambatan pada hal regulasi ketika masuk ke pasar Jerman. Oleh karena itu, ekspor kopi Indonesia pun tidak mengalami peningkatan. Selain itu, hambatan juga muncul dari faktor Indonesia sendiri yang tidak bisa memaksimalkan produksi kopi untuk memenuhi permintaan pasar Jerman. Indonesia juga tidak mampu memproduksi kopi organik dan kopi bersertifikat berkelanjutan dalam jumlah banyak karena kurangnya kapabilitas dan sistem yang tidak memadai.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan terkait diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Jerman terkait penurunan ekspor kopi Indonesia pada periode 2013-2019, para perwakilan diplomatik Indonesia di Jerman dan pihak-pihak lain yang terlibat di dalamnya patut untuk diberikan apresiasi atas usaha dan kinerja yang diberikan guna meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke pasar Jerman. Namun, penulis juga ingin memberikan beberapa saran yang bersifat praktis terkait keberlangsungan diplomasi ekonomi Indonesia dalam mempromosikan komoditas pertanian, dalam hal ini komoditas kopi. Beberapa saran praktis tersebut yaitu:

1. Bagi pemerintah Indonesia untuk meningkatkan keterlibatan dalam proses negosiasi dan advokasi, khususnya dalam interaksi antarpemerintah, agar mempermudah regulasi ketika produk Indonesia masuk ke pasar Jerman. Karena melihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kurangnya keterlibatan pemerintah dalam setiap kegiatan diplomasi ekonomi yang dilakukan, khususnya dalam menangani regulasi-regulasi tambahan yang diterapkan oleh pemerintah Jerman. Dan juga minimnya implementasi kegiatan diplomasi ekonomi secara perdagangan seperti *one on one business matching*, *business forum*, *head to head meeting* antar kementerian pertanian, perdagangan, dan luar negeri dari kedua negara yang harus lebih di dorong untuk dijalankan.
2. Pemerintah Indonesia perlu membentuk skema dan mekanisme yang terstruktur sebelum menjalankan kegiatan diplomasi ekonominya, baik itu dari segi komersial maupun perdagangan. Karena dengan adanya mekanisme dan skema yang terstruktur dengan jelas, baik itu aktor pemerintah maupun non pemerintah, diharapkan setidaknya ada harmonisasi yang terjalin diantara kedua aktor dalam menjalankan kegiatan diplomasi ekonomi. Sehingga, kegiatan diplomasi ekonomi yang dilakukan diharapkan mampu mencapai target yang telah ditetapkan dari setiap aktor yang terlibat di dalamnya dan memberikan efek positif jangka panjang bagi komoditas kopi.
3. Bagi produsen kopi Indonesia untuk lebih menyesuaikan standar sertifikasi internasional dan meningkatkan produktivitas kopi Indonesia. Mengingat komoditas kopi Indonesia yang memiliki daya saing dan daya jual tinggi di Jerman, maka sangat disayangkan jika para produsen kopi Indonesia tidak

memanfaatkan kesempatan ini untuk memperluas pasar kopi Indonesia, tidak hanya dalam skala nasional, namun juga dikenal luas di skala internasional.

Lalu untuk saran akademis yang dapat penulis berikan dari teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini bisa dikatakan penjelasan-penjelasan mengenai diplomasi ekonomi sangat membantu penulis dalam proses menganalisis antara fenomena dan teori konsep yang digunakan guna menjawab pertanyaan penelitian. Akan tetapi, ada beberapa saran akademis yang dapat penulis berikan dari hasil penelitian ini, antara lain:

1. Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian yang telah dilakukan masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam penelitian ini. Sehingga diharapkan bagi peneliti lain yang menggeluti diplomasi ekonomi dapat mempelajari dan menganalisa lebih dalam lagi terkait kegiatan diplomasi-diplomasi ekonomi Indonesia di Jerman dan negara-negara potensial lainnya untuk komoditas kopi. Karena mengingat gencarnya pemerintah dalam mempromosikan kegiatan diplomasi ekonomi ke berbagai negara. Dan diharapkan para peneliti lain khususnya mahasiswa, untuk dapat meneliti, mengkaji, dan menganalisa ulang dari setiap kegiatan diplomasi ekonomi yang dilakukan baik itu oleh aktor negara maupun non negara, sehingga kajian dari diplomasi ekonomi yang dilakukan diharapkan dapat menjadi acuan bagi kegiatan diplomasi ekonomi selanjutnya yang lebih efektif, efisien, dan memiliki dampak positif jangka panjang bagi komoditas kopi Indonesia.
2. Terakhir, penulis mengharapkan kepada para peneliti lain untuk lebih peka terhadap pentingnya kegiatan diplomasi ekonomi dalam mempromosikan komoditas-komoditas ekspor potensial ke negara lain dan mengurangi hambatan-hambatan tariff dan non-tariff bagi komoditas ekspor tersebut, khususnya komoditas kopi Indonesia ke Jerman. Dikarenakan kegiatan diplomasi ekonomi bisa dikatakan sebagai fondasi awal bagi suatu komoditas ekspor tertentu untuk masuk ke pasar negara lain, sehingga komoditas tersebut dapat menjadi salah satu penghasil devisa negara guna menggerakkan roda perekonomian negara.