

BAB VI

Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Kopi Indonesia merupakan komoditi yang sangat berpotensi bagi Indonesia di berbagai bidang, salah satunya bidang ekonomi. Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar ke empat di dunia, juga berpotensi sebagai salah satu nirwana kopi dunia. Hal ini bukan hanya disebabkan oleh banyaknya jumlah kopi yang dihasilkannya saja, akan tetapi Indonesia menghasilkan keberagaman jenis kopi dengan cita rasa dan karakteristik yang bervariasi. Hal ini juga didukung dengan adanya *Specialty Coffee* Indonesia yang menjadi incaran bagi negara negara pengimpor khususnya Amerika Serikat yang merupakan negara yang tingkat konsumen masyarakatnya terhadap kopi cukuplah tinggi serta terus meningkatnya volume konsumsi kopi di Amerika Serikat setiap tahunnya.

Hal ini semakin didukung dengan adanya fenomena *Third Wave Coffee* di Amerika Serikat yang merupakan fenomena yang ditandai dengan tertariknya para peminum kopi kepada asal muasal kopi yang diminumnya, proses pengolahan kopinya, hingga pada proses penyajian kopi tentunya memiliki dampak terhadap petani dan distributor kopi. Pada periode ini, pemasaran lebih terfokus pada asal kopi, dan seringkali melibatkan penamaan dan pengenalan para petani. Nilai ditambahkan ke produk dengan memberikan konsumen perasaan bahwa mereka berperan dalam membuat kehidupan petani terpencil lebih baik. Momentum ini yang kemudian menjadi sebuah peluang bagi Indonesia untuk bisa melaksanakan gastrodiplomasi melalui ekspor kopi di pasar Amerika Serikat .

Pelaksanaan gastrodiplomasi melalui ekspor kopi menjadi sebuah peluang yang semakin didorong dengan hadirnya fenomena dari *Third Wave Coffee* di pasar Amerika Serikat. Angka konsumsi kopi di Amerika Serikat yang sangat tinggi serta keberadaan *Third Wave Coffe* yang membuat para konsumen di Amerika Serikat memiliki ketertarikan yang lebih akan asal muasal, karakteristik

Ahda Savira Diandra, 2022

THIRD WAVE COFFEE DAN STRATEGI GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI PASAR AMERIKA SERIKAT PADA TAHUN 2016-2019

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Hubungan Internasional

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

hingga cita rasa kopi yang bervariasi. Dimana hal tersebut dimiliki oleh kopi Indonesia yang memiliki keberagaman cita rasa serta karakteristik yang berbeda beda sebab berasal dari daerah dengan kondisi iklim serta cuaca yang berbeda beda. Hal ini membuat kopi Indonesia semakin diminati oleh konsumen di Amerika Serikat. Adapun berbagai macam hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam melaksanakan gastrodipomasi melalui kopi di pasar Amerikat Serikat.

Dimana dalam pelaksanaannya Indonesia mengalami beberapa hambatan seperti adanya kebijaka dari Amerika Serikat yang mewajibkan terdaftarnya barang yang di ekspor pada *US Food and Drug Administration* (USFDA). Dengan semakin ketatnya keamanan yang dilakukan oleh Amerika Serikat terhadap arus masuknya barang yang mereka impor ini, akan akan semakin banyak pula hal hal yang harus dipenuhi baik oleh para produsen maupun distributor kopi. Hal tersebut semakin diperketat dengan adanya pelabelan makanan diatur terutama oleh dua lembaga: *Food and Drug Administration* (FDA) dan *United States Department of Agriculture* (USDA). Akan tetapi para aktor aktor pelaku gastrodipomasi melakukan berbagai cara guna mengatasi hambatan ini. Dimana baik dari pemerintahan maupun AEKI aktif mengadakan berbagai macam penyuluhan terkait regulasi ekspor kopi serta mengadakan pembinaan terhadap penanaman serta perawatan dari tanaman kopi serta pembuatan kebijakan kebijakan yang memudahkan para eksportir kopi.

Adapun hambatan lainnya seperti adanya diversifikasi produk dan pasar yang tidak diimbangi dengan peningkatan produksi jumlah kopi yang mengakibatkan adanya penurunan jumlah ekspor kopi di Amerika Serikat akibat dari adanya diversifikasi kopi ini.

Serta hambatan yang terakhir adalah adanya perubahan iklim yang tak terprediksi yang mengganggu pertumbuhan dari tanaman kopi.

Namun, berbagai hambatan tersebut mampu diatasi oleh para aktor gastrodiplomasi dengan terus memaksimalkan pemanfaatan fenomena *Third Wave Coffee* serta berbagai peluang yang dimiliki oleh kopi Indonesia melalui pelaksanaan strategi dan taktik yang merupakan elemen dari gastrodiplomasi.

Terdapat beberapa bentuk strategi yang digunakan oleh para aktor gastrodiplomasi antara lain : *food event strategy* yang dilakukan baik oleh aktor negara maupun aktor non negara dengan mengadakan festival budaya dengan memperkenalkan *specialty coffee* Indonesia KJRI Los Angeles pada tahun 2018 promosi produk unggulan bertajuk *Explore Indonesia*. Pada kesempatan tersebut, KJRI LA menyuguhkan varian rasa kopi Indonesia kepada warga Amerika Serikat. Selain itu juga, Indonesia turut aktif berpartisipasi dalam berbagai ajang kopi di dunia hingga pada tahun 2016 dinobatkan sebagai *Potrait Country*.

Di strategi selanjutnya, pemerintah juga memanfaatkan media sosial guna menciptakan citra yang positif dari kopi Indonesia dan meningkatkan interaksi dengan publik internasional dengan membuat situs www.indonesiancoffee.com. Hal ini dilaksanakana sebagai salah satu implementasi dari *Media Relation Strategy*. Kemudian pelaksanaan strategi *Product Marketing Strategy* yang dilakukan dengan mempromosikan kopi serta memberi informasi mengenai kopi dengan target audiens para konsumen di Amerika Serikat.

Pemerintah juga melakukan strategi *Coalition Building Strategy* dengan melakukan *nation branding* kopi dengan mengusung tema *Remarkable Indonesian Coffee, Home of World/s Finest Coffee*. Serta strategi terakhir yang digunakan adalah *Education Strategy* melalui pengadaan seminar oleh BEKRAF dengan mempromosikan kopi ke negara konsumen dan importir kopi seperti Amerika Serikat, Kanada, Prancis dan Swiss.

Dalam melaksanakan berbagai strategi dan taktik tersebut para aktor negara tidak lupa menggunakan elemen dari gastrodiplomasi lainnya yaitu *message and appealings*. Para aktor negara membawa pesan yang tersirat maupun tersurat dalam berbagai kegiatan strategi yang dilakukan seperti megkampanyekan manfaat

peminuman kopi, pengadaaan seminar mengenai asal usul kopi, daya tari dari kopi hingga kopi sebagai budaya di Indonesia. Berbagai pesan yang dibawa ini merupakan salah satu upaya dari para aktor negara untuk bisa mempertahankan karakteristik kopi Indonesia yang semakin didukung dengan adanya fenomena *Third Wave Coffee*.

Berdasarkan berbagai penerapan elemen elemen dari gastrodiplomasi tersebut para aktor gastrodiplomasi kopi Indonesia di pasar Indonesia telah memperlihatkan berbagai keberhasilan yang dicapai antarai lain : didapatinya respon yang sangat baik terhadap kopi Indonesia yang juga semakin dikenal karena keragaman karakteristik dan cita rasa yang dimilikinya, kemudian pemerintah mampu meraih potensi transaksi kopi Indonesia hingga US\$ 100 ribu setelah pengadaaan festival budaya dengan mengenalkan *specialty coffee* Indonesia yang dilaksanakan oleh , KJRI Los Angeles pada tahun 2018. Selanjutnya, terbentuknya perjanjian antara Royal Coffee asal Amerika Serikat dengan beberapa eksportir kopi Indonesia diantaranya PT Indokom Citra Persada, PT Mandago, PT Ihtiyeri Keti Ara, dan CV Yudiputra senilai USD 18 juta atau sekira Rp235,8 miliar (berdasarkan kurs 13.100 per USD). Dimana keberhasilan keberhasilan yang diraih tersebut berdampak pada peningkatkan devisa yang dimiliki oleh Indonesia.

Hal ini membuktikan bahwa para aktor gastrodiplomasi melalui kopi di pasar Amerika Serikat telah memaksimal berbagai peluang dan potensi yang dimiliki oleh kopi Indonesia dalam memanfaatkan momentum *Third Wave Coffee* serta mampu mengatasi berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam aktivitas ekspor kopi Indonesia di pasar Amerika Serikat.

b. Saran

- **Saran Teoritis**

1. Peneliti menyarankan kepada hasil penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan kajian secara mendalam dampak dari tingkat minum kopi di Amerika Serikat secara khusus terhadap ekspor kopi di Indonesia.
2. Peneliti menyarankan kepada hasil penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan kajian secara mendalam mengenai jenis biji kopi Indonesia yang paling diminati oleh konsumen kopi di Amerika Serikat.

- **Saran Praktis**

1. Diharapkan pemerintah memiliki perhatian khusus terhadap kopi yang merupakan komoditas unggulan juga mampu menciptakan berbagai inovasi baru yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada guna meningkatkan kualitas kopi Indonesia.
2. Diharapkan baik pemerintah selaku aktor negara maupun para organisasi non pemerintahan menaungi regulasi kopi untuk bisa terus ditingkatkan serta lebih giat dalam mengadakan penyuluhan terkait tanaman kopi dan regulasi ekspor kopi kepada para petani kopi dan juga distributor kopi guna meningkatkan kualitas serta kuantitas dari produksi maupun ekspor kopi di Amerika Serikat yang notabeneanya memiliki tingkat keketatan terhadap barang ekspor yang masuk.
3. Pemerintah diharapkan mampu memantapkan memantapkan suatu strategi maupun pembuatan kebijakan terkait ekspor kopi ke suatu negara sehingga tidak mengganggu ekspor kopi di negara lain.
4. Pemerintah maupun para organisasi non pemerintahan di bidang kopi diharapkan mampu bersinergi dengan baik.