

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sebagai negara dengan iklim tropis, Indonesia kaya akan sumber daya alamnya. Selain dikenal sebagai negara tropis, Indonesia juga dikenal sebagai negara agraris. Sebagai negara tropis dan agraris, kekayaan alam Indonesia banyak terletak pada sektor pertanian, perikanan, hingga perkebunan. Sektor-sektor tersebut telah banyak menyumbang kekayaan komoditas untuk meningkatkan perekonomian Indonesia melalui kegiatan ekspor. Salah satu komoditas yang diminati dan dikenal sebagai salah satu komoditas dengan kualitas yang baik di dunia adalah kopi. Kualitas kopi yang baik dapat mendorong pendapatan devisa negara, memiliki nilai jual tinggi dalam perdagangan internasional, hingga dapat menjadi sebuah objek untuk meningkatkan hubungan baik antara Indonesia dengan negara tujuan ekspor kopi.

Ekspor kopi yang dilakukan oleh Indonesia sepanjang bulan Januari – Mei 2022 telah mencapai peningkatan hingga 37% dibandingkan periode tahun sebelumnya (Gunawan, 2022). Terlebih dengan adanya beberapa jenis kopi yang diproduksi di Indonesia dapat memperluas pasar kopi Indonesia ke dunia internasional. Meskipun jenis kopi yang diekspor ke negara lain kebanyakan masih berbentuk biji kopi mentah, namun hal ini tidak menutup kemungkinan untuk menjadi komoditas kopi sebagai objek untuk meningkatkan angka ekspor kopi Indonesia. Adanya peluang ini juga digunakan oleh pemerintah Indonesia untuk melakukan diplomasi ekonomi melalui kerja sama dengan negara lain.

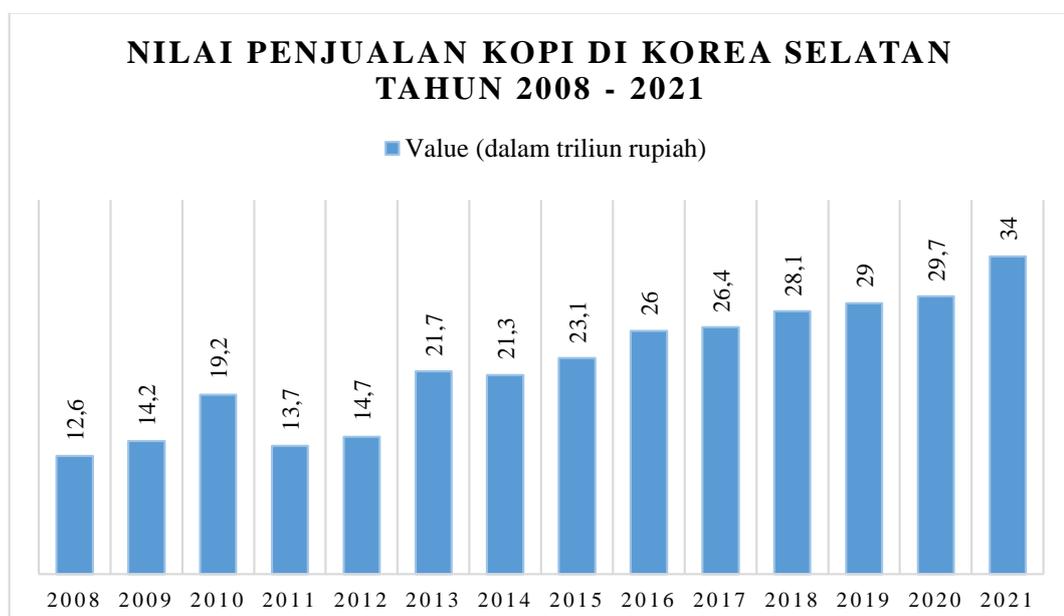
Meskipun tujuan utama ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat, Jepang, Mesir, Malaysia, dan masih banyak lagi (BPS, 2022), terdapat juga beberapa negara yang secara keseluruhan memiliki peluang pasar yang baik untuk ekspor kopi Indonesia. Salah satu diantaranya adalah Korea Selatan, dimana masyarakat Korea Selatan telah mengenal budaya minum kopi sejak tahun 1950-an. Meskipun mulanya masyarakat Korea Selatan lebih sering meminum teh yang merupakan representasi warisan dan budaya Korea Selatan karena filosofinya yang unik, namun berkembangnya modernisasi mengubah hal tersebut (Ridzkia, 2015). Globalisasi yang beriringan dengan

perkembangan modernisasi meningkatkan pertukaran budaya, nilai, ide, hingga intensitas perpindahan manusia. Hal ini pun melibatkan fenomena dalam bidang budaya dan sosial yang menyebarkan nilai, ide, gaya hidup, dan norma (Kusumawardani, 2017). Melalui perkembangan modernisasi tersebut, masyarakat Korea Selatan beralih daribudaya minum teh menjadi budaya minum kopi.

Nilai penjualan kopi di Korea Selatan dari tahun 2007 sampai 2017 mengalami kenaikan hingga 295,6% dengan rata-rata peningkatan sebesar 2,09% per tahun. Melalui data tersebut, menunjukkan bahwa angka konsumsi kopi bagi masyarakat Korea Selatan per orang mencapai 512 cangkir kopi per tahunnya. Hal ini berarti bahwa setiap tahunnya, masyarakat Korea Selatan memerlukan 26,5 milyar cangkir kopi. Fakta tersebut menunjukkan bahwa Korea Selatan merupakan negara tujuan ekspor kopi yang memiliki peluang besar bagi internasionalisasi kopi Indonesia. Ditambah, meningkatnya bisnis *coffee shop* di Korea juga menambah kecenderungan terhadap permintaan produk kopi di Korea Selatan (ITPCBusan, 2018).

Dengan tingginya konsumsi kopi di Korea Selatan, hal ini tentunya berpengaruh kepada peningkatan nilai dari penjualan produk kopi di Korea Selatan, baik itu kopi impor maupun kopi lokal. Fakta tersebut menunjukkan besarnya potensi pasar kopi di Korea Selatan yang juga dapat dilihat dari grafik berikut ini.

Grafik 1.1 Nilai Penjualan Produk Kopi di Korea Selatan Tahun 2008 – 2021 (dalam triliun rupiah)



Sumber: statista.com (MFDS (South Korea), 2022) (data diolah oleh penulis)

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa nilai penjualan produk kopi di Korea Selatan dari tahun 2008 – 2021 cukup stabil. Meskipun pada tahun 2011 mengalami penurunan cukup besar yaitu 13.7 triliun rupiah, ditahun-tahun berikutnya penjualan produk kopi di Korea Selatan kembali mengalami peningkatan yang stabil (MFDS (South Korea), 2022). Data tersebut belum mencakup pada kopi yang baru diseduh serta biji kopi yang belum dipanggang. Melalui data tersebut, nilai penjualan kopi di Korea Selatan dapat dikatakan sudah memasuki angka yang tinggi, apalagi jika ditambahkan dengan kopi yang baru diseduh serta kopi-kopi yang belum dipanggang. Terutama bagi *coffee shop* yang beredar di Korea Selatan, banyak pula diantaranya yang menggunakan biji kopi segar yang belum dipanggang. Dari data tersebut bisa dilihat pula bahwa peluang pasar kopi di Korea Selatan untuk komoditas kopi Indonesia sangat besar. Terutama jika dilihat dari kecenderungan permintaan yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, seiring dengan banyaknya *coffee shop* di Korea Selatan yang baru berdiri.

Namun, dibalik tingginya nilai dari penjualan produk kopi di Korea Selatan, posisi Indonesia tidak begitu memuaskan karena nilai ekspor kopinya belum sesuai dengan harapan, melihat tingginya peluang kopi di Korea Selatan. Peningkatan penjualan produk kopi di Korea Selatan tersebut tidak sebanding dengan nilai ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan. Selain itu, angka ekspor yang masih belum memuaskan ini juga tidak terlepas dari pemberlakuan kebijakan impor kopi oleh Korea Selatan. Landasan hukum yang terkait dengan izin masuk berbagai produk tersebut harus menjadi perhatian bagi para eksportir kopi. Tentunya karena setiap produk yang masuk ke Korea Selatan wajib untuk memenuhi persyaratan dan ketentuan yang tercantum dalam landasan hukum tersebut. Terkhusus untuk produk sayuran, buah-buahan, dan biji-bijian juga perlu melewati prosedur uji kelayakan, dimana biji kopi termasuk didalamnya (ITPCBusan, 2018). Oleh karena itu, melalui penelitian ini, akan dilihat mengenai diplomasi kopi Indonesia terhadap Korea Selatan sebagai upaya peningkatan ekspor kopi ke Korea Selatan.

Meskipun Korea Selatan memiliki ketertarikan cukup besar terhadap kopi yang disertai dengan angka konsumsi yang besar pula, lahan untuk mengelola pertanian dan

perkebunannya cukup terbatas. Tidak hanya itu, iklim sub-tropis yang dialami Korea Selatan juga menyebabkan susahnya komoditas atau tumbuhan lainnya untuk tumbuh, termasuk komoditas kopi. Dengan kondisi yang tidak dapat menghasilkan komoditas kopi, sedangkan jika dilihat dari data di atas bahwa konsumsi kopi Korea Selatan terus mengalami peningkatan, maka permintaan terhadap biji kopi maupun kopi kemasan di Korea Selatan pun semakin meningkat pula. Melihat kondisi ini, membuat angka impor kopi di Korea Selatan pun meningkat setiap tahunnya. Sedangkan, Indonesia yang beriklim tropis justru menghasilkan banyak komoditas, termasuk kopi, sehingga hal ini menjadi hubungan timbal balik yang baik dan merupakan sebuah peluang bagi peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan.

Ketertarikan masyarakat Korea Selatan terhadap kopi juga dapat dilihat dari pameran yang dibuat oleh Korea Selatan yang dikenal dengan nama *Seoul coffee expo*. *Seoul coffee expo* merupakan pameran yang dimulai sejak tahun 2012 dengan menampilkan produk-produk premium dengan total partisipan kurang dari 250 perusahaan untuk 800 paviliun (*booth*). Negara-negara yang juga ikut ambil bagian di dalam pameran ini adalah Brazil, Amerika Serikat, Colombia, Italia, Ghana, India, Kenya, dan tentunya Korea Selatan sendiri. Indonesia ikut berpartisipasi dalam *Seoul coffee expo 2017*, dimana Indonesia mendapat penghormatan menjadi *guest of country*. Sebagai *guest of country* mengharuskan Indonesia untuk menampilkan paviliun yang terdiri dari beberapa jenis kopi khas Indonesia, diantaranya adalah kopi luwak, *specialty coffee arabika*, *green bean*, *roasted*, *blend*, *brewing coffee* dari sembilan perusahaan serta eksportir yang telah terpilih (ITPCBusan, 2017). Menjadi *guest of country* artinya paviliun yang ditampilkan oleh Indonesia akan diposisikan pada tempat yang terhormat dan strategis. Dalam hal ini, jenis-jenis kopi terbaik yang Indonesia pameran pada paviliunnya, akan menjadi liputan utama bagi media setempat saat pameran diselenggarakan (ITPCBusan, 2017). Menjadi *guest of country* dapat membuat suatu negara untuk lebih lanjut dalam mempromosikan kopi dan budayanya, serta dapat bertemu dengan pembeli lokal. *Seoul coffee expo* ini akan terus memberi kesempatan bagi negara lain untuk menjadi *guest of country* atau sebutan lainnya adalah *country of the year* untuk pameran yang akan datang (Coffee Expo Seoul, 2016).

Paviliun yang dipamerkan pada acara tersebut merupakan hasil kerja sama *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) Busan dengan Kedutaan Besar Republik

Indonesia (KBRI) Seoul dan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (Ditjen PEN) Kementerian Perdagangan. Tidak hanya menjejerkan jenis kopi khas Indonesia, sebagai *guest of country*, Indonesia pun ikut serta memeriahkan acara dengan menampilkan *coffee cupping*, *coffee seminar*, serta pemutaran video mengenai jenis-jenis kopi Indonesia. Hal ini dilakukan sebagai upaya *nation branding* Indonesia melalui komoditas kopi. Selama pameran tersebut berlangsung, transaksi yang tercatat cukup potensial yaitu sebesar \$270.000 dari sekitar 45.000 pengunjung, baik itu dari domestik maupun internasional. Nilai dari transaksi tersebut pun memiliki kemungkinan untuk mengalami peningkatan, apalagi dengan adanya *demand* (permintaan) terhadap jenis kopi tertentu dari calon pembeli potensial. Adanya permintaan ini tentunya akan meningkatkan peluang bagi pasar produk kopi Indonesia di Korea Selatan, yang dalam hal ini harus ditindaklanjuti oleh para peserta pameran (ITPCBusan, 2017).

Meskipun peluang besar bagi pasar kopi Indonesia di Korea Selatan, tidak menutup fakta bahwa kegiatan ekspor kopi Indonesia terhadap Korea Selatan mengalami penurunan.

Grafik 1.2 Ekspor Kopi Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2016 – 2021



Sumber: BPS dan Trademap (International Trade Centre (ITC), 2016 - 2021) (data diolah oleh penulis)

Grafik di atas menunjukkan nilai dan volume dari ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan periode tahun 2016 – 2021. Dapat dilihat bahwa setiap tahunnya terjadi fluktuasi

terhadap ekspor komoditas kopi Indonesia. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2021 dengan *value* \$8,4 juta dan volume 2.142 ton. Berdasarkan grafik tersebut, Indonesia tetap menunjukkan konsistensi dengan mengirimkan produk kopinya di atas 2.000 ton setiap tahunnya walaupun terjadi penurunan angka ekspor. Kondisi penurunan ekspor ini berbanding terbalik dengan peluang pasar kopi di Korea Selatan. Hal ini dikarenakan pasar Korea Selatan didominasi oleh komoditas kopi pesaing dari negara lain, seperti Brazil, Colombia, Vietnam, Ethiopia, Italia Kenya, dan lainnya (trademap.org, n.d.).

Modernisasi yang mengubah budaya minum teh masyarakat Korea Selatan menjadi budaya minum kopi juga memvariasikan konsumsi kopi, terutama sejak masuknya perusahaan-perusahaan barat. Salah satunya adalah perusahaan kopi asal Amerika Serikat yang dikenal dengan nama *Starbucks*. Variasi konsumsi kopi masyarakat Korea Selatan yang sebelumnya ialah kopi instan dengan jenis robusta, berubah menjadi *fresh ground roasted coffee* berjenis Arabika yang tentunya memiliki kualitas yang premium (ITPCBusan, 2018). Dalam hal ini, *Starbucks* yang cukup mendominasi pasar kopi Korea Selatan menggunakan biji kopi dari negara-negara pesaing kopi Indonesia. Biji kopi yang digunakan diantaranya adalah berasal dari Colombia, Ethiopia, Kenya, Hawaii, Brazil, Uganda, Vietnam, dan lainnya (Starbucks, 2019).

Namun, cita rasa kopi Indonesia tentunya tidak kalah dari kopi *Starbucks* karena kopi Arabika Indonesia terkenal dengan rasanya yang *intense* dan unik. Tiga wilayah utama Indonesia yang menghasilkan kopi diantaranya adalah Sumatera, Jawa, dan Sulawesi. Jawa yang merupakan wilayah produksi kopi terbesar dari antara ketiga wilayah tersebut memiliki kopi Arabika yang cita rasanya tinggi dan memiliki kepekatan rasa yang kuat seperti karakteristik dari jenis kopi Arabika. Salah satu kopi tertua dan terbaik dari Jawa dikenal dengan nama *Old Java*. Wilayah Sulawesi yang terkenal dengan produksi kopinya adalah Toraja, dimana penanaman kopi Toraja menggunakan cara tradisional yang pemilihan dan pemetikannya masih menggunakan tangan. Keunikan dari kopi Toraja ini dapat dilihat dari aroma manis yang terpadu dengan kepekatan serta *crisp* dan *clean aftertaste*-nya. Sedangkan wilayah Sumatera yang terkenal dengan produksi kopinya adalah Mandailing dan Ankola. Kopi ini memiliki karakteristik pada tingkat keasamannya yang rendah serta kepekatan rasa kompleks yang dipadu dengan kekentalan yang tinggi (Gumulya & Helmi, 2017). Namun, kopi Arabika Indonesia dari wilayah lain juga memiliki karakteristik khas

seperti kopi Kintamani dari Bali, kopi Wamena dari Papua, kopi Bajawa dari Flores, kopi Liberika dari Riau, dan lain-lain. Selain jenis Arabika, Indonesia juga memproduksi jenis kopi Robusta yang produksinya hampir 90% (Gumulya & Helmi, 2017). Jenis Robusta memiliki cita rasa yang lebih kuat kafeinnya dan lebih pahit daripada Arabika, sehingga sering dijadikan sebagai *base* kopi dalam hidangan kopi susu seperti *Latte*, *Macchiato*, *Cappucino*, dan lain-lain (Nescafe, 2022).

Berdasarkan tantangan dan peluang yang dialami ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan, diperlukan pendekatan untuk meningkatkan kegiatan ekspor kopi Indonesia melalui diplomasi kopi. Fokus dari penelitian ini adalah diplomasi kopi Indonesia terhadap Korea Selatan untuk meningkatkan ekspor kopi. Sehubungan dengan diplomasi kopi atau diplomasi ekonomi melalui ekspor kopi, terdapat tulisan terdahulu yang telah membahas diskursus ini. Salah satu tulisan karya Akbar (2018) menjelaskan mengenai kebijakan dan prospek pemerintah Indonesia sebagai kontribusi dalam meningkatkan ekspor biji kopi ke Korea Selatan pada tahun 2012 – 2017. Mengenai ekspor kopi ke Korea Selatan, tulisan karya Fadillah (2019) menjelaskan, bahwa permasalahan komoditas kopi terhadap ekspor ke Korea Selatan terletak pada mutu kopi domestik yang belum stabil. Tulisan ini menjelaskan mengenai MoU perdagangan yang diwujudkan melalui diplomasi kopi, dimana kerja sama perdagangan ini dilakukan untuk meningkatkan eksistensi kopi Indonesia di kancah internasional. Meskipun tulisan Akbar (2018) dan Fadillah (2019) juga menjelaskan mengenai ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan, terdapat perbedaan yang signifikan antara penelitian keduanya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menjabarkan mengenai persoalan persaingan dagang yang dialami kopi Indonesia di pasar Korea Selatan, dimana hal ini yang menjadi fokus penulis terhadap turunnya nilai ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan. Selain itu, fluktuasi yang penulis bahas di batas jangkauan tahun 2016 – 2021, dimana poin ini juga berbeda dengan pembahasan dari kedua tulisan tersebut. Tidak hanya itu, penelitian ini juga lebih menjabarkan mengenai strategi diplomasi kopi sebagai peningkatan nilai ekspor kopi Indonesia. Dalam strategi tersebut akan dijabarkan mengenai bentuk dari diplomasi kopi yang dilakukan oleh Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia yang berada di Korea Selatan. Sedangkan, pada kedua tulisan tersebut lebih menjabarkan mengenai kebijakan domestik sebagai upaya peningkatan ekspor biji kopi.

Terkait dengan kebijakan domestik, tulisan karya Shertina (2019) mengkaji mengenai instrumen hukum nasional Indonesia sebagai dasar dari perumusan kebijakan. Pemerintah dan kementerian yang menjadi aktor utama dalam upaya meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Selain itu, para pengusaha kopi lokal juga turut berperan sebagai aktor pendamping dalam meningkatkan ekspor kopi. Tulisan karya Effendi, Zmudczynka, dan Liu (2020) juga menjelaskan bahwa dengan memperbarui regulasi mengenai produksi dan pertumbuhan kopi Indonesia oleh pemerintah, dapat menjadi upaya mengatasi lemahnya produksi dan ekspor kopi Indonesia ke pasar global. Tulisan ini menyebutkan bahwa penurunan ekspor kopi Indonesia disebabkan oleh rendahnya produktivitas kopi nasional dan penurunan kualitas kopi Indonesia. Hervinaldy (2021) juga menyebutkan dalam tulisannya bahwa fluktuasi yang terjadi pada ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat bisa diatasi dengan menetapkan regulasi dan format untuk standar kopi Indonesia yang di implementasi dari *International Coffee Organization* (ICO).

Tulisan lain membahas mengenai standarisasi yang menjadi hambatan ekspor kopi Indonesia. Seperti pada tulisan karya Putri (2019) yang menjelaskan bahwa terjadinya fluktuasi ekspor kopi Indonesia ke Italia pada tahun 2014 yang diakibatkan oleh hambatan non-tarif. Dalam hal ini, hanya sebagian produk kopi Indonesia yang di ekspor ke Italia yang memenuhi standar *sustainability*. Hambatan ekspor mengenai standarisasi juga dibahas dalam tulisan karya Cintia (2017) yang membahas mengenai penurunan nilai ekspor yang diakibatkan oleh pelarangan Jepang terhadap ekspor kopi Indonesia karena adanya aturan batas ambang residu *carbaryl*. Karya yang mirip juga ditulis oleh Putri (2017), dimana tulisan ini juga membahas mengenai regulasi dari residu pestisida *carbaryl* dalam kopi Indonesia. Selain hambatan tersebut, persoalan yang diangkat dalam tulisan ini juga karena adanya perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia dan terjadinya pelemahan nilai tukar mata uang Jepang yaitu Yen dengan Dollar Amerika Serikat.

Karya lain membahas mengenai promosi dan pengenalan kopi Indonesia seperti tulisan karya Krisdianto (2021) yang menunjukkan meskipun mengalami hambatan dari negara pesaing, potensi dari kopi Indonesia jenis arabika Toraja cukup besar, karena jenis kopi tersebut melekat di pasar Jepang dan diakui sebagai kopi arabika terbaik. Tulisan ini dikaji dengan menggunakan konsep diplomasi komersial yaitu berdasarkan

kepentingan pemerintah dan kepentingan bisnis. Karya Mahalli (2020) juga mengkaji penelitiannya menggunakan diplomasi komersial, dimana aktor yang fokus pada persoalan ini adalah Kementerian Perdagangan dan juga perwakilan dagang di luar negeri yaitu atase perdagangan dan juga ITPC. Bentuk dari strategi dalam aktivitas diplomasi komersial ini adalah intelijen, komunikasi, rujukan, advokasi, koordinasi dan juga logistik. Karya lain menggunakan konsep gastro diplomasi, yaitu pada tulisan Ranti (2021) yang membahas mengenai ekspor kopi ke Jerman yang dengan memasarkan produk *specialty coffee* dan *single origin* bagi masyarakat Jerman. Penelitian ini melibatkan beberapa aktor, baik itu aktor negara maupun non-negara dalam mempromosikan dan mengenalkan kopi Indonesia di Jerman sebagai upaya peningkatan angka ekspor kopi ke Jerman.

Selanjutnya, tulisan karya Wicaksono (2021) menjabarkan mengenai faktor yang menjadi pendorong dari meningkatnya angka ekspor kopi ke Mesir tahun 2015 – 2020. Penelitian ini dikaji menggunakan konsep perdagangan internasional dan teori dari keunggulan kompetitif. Penelitian ini menunjukkan faktor-faktor peningkatan ekspor yang ditentukan dari indikator keunggulan kompetitif. Penelitian ini juga menyebutkan mengenai peningkatan yang terjadi karena peluang dari kopi Indonesia di pasar Mesir yang besar, sehingga banyak dari perusahaan-perusahaan Mesir yang bekerja sama dengan Indonesia dalam mengelola kopi Indonesia. Hal ini dikarenakan rasa yang kuat dari kopi Indonesia sangat sesuai dengan selera masyarakat di Mesir.

Berdasarkan literatur-literatur yang telah disebutkan yang membahas mengenai diplomasi dan ekspor kopi, belum ada penelitian yang secara komprehensif membahas mengenai bentuk dari diplomasi kopinya dan menjadikan diplomasi kopi tersebut sebagai upaya peningkatan ekspor kopi Indonesia. Tulisan karya Akbar (2018) dan Fadillah (2019) yang juga membahas mengenai ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan lebih membahas mengenai kebijakan domestik sebagai upaya peningkatan ekspor biji kopi. Beberapa dari literatur lain seperti tulisan Shertina (2019), Effendi, Zmudczynka, dan Liu (2020), serta Hervinaldy (2021) juga menjelaskan mengenai kebijakan-kebijakan dan hukum nasional dalam mengupayakan ekspor kopi Indonesia. Sedangkan tulisan lainnya mempersoalkan hambatan standarisasi kopi yang ditetapkan oleh negara tujuan ekspor seperti pada tulisan Putri (2019), Cintia (2017) dan Putri (2017). Penelitian lain juga menggunakan konsep diplomasi komersial seperti tulisan Krisdianto

(2021) dan Mahalli (2020) serta tulisan Ranti (2021) dengan konsep gastro diplomasi dalam pembahasannya. Ketiganya membahas mengenai promosi dan pengenalan kopi Indonesia ke negara tujuan. Selain itu, tulisan karya Wicaksono (2021) menjelaskan mengenai faktor peningkatan angka ekspor kopi. Fokus dari penelitian ini adalah strategi dalam mengatasi persoalan persaingan dagang dari negara-negara pesaing di pasar Korea Selatan yang tentunya menyebabkan turunnya nilai ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan. Tentunya tulisan-tulisan tersebut berbeda dengan penelitian ini yang akan mengkaji strategi ekspor kopi melalui kegiatan diplomasi kopi yang dilakukan Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia yang berada di Korea Selatan. Penelitian ini juga akan menjabarkan mengenai bentuk dari diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia terhadap Korea Selatan, baik itu melalui pameran hingga pertemuan internasional antara kedua negara.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Peluang pasar bagi komoditas kopi Indonesia di Korea Selatan seharusnya dapat membuka jalan bagi peningkatan ekspor kopi Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari konsumsi kopi masyarakat Korea Selatan serta grafik dari penjualan kopi di Korea Selatan secara global yang terus mengalami peningkatan. Namun dengan banyaknya komoditas kopi dari negara-negara pesaing, membuat kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan mengalami penurunan. Hal tersebut menjadi tantangan bagi kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan. Berdasarkan hal tersebut, penting bagi Indonesia untuk melakukan langkah diplomatik melalui diplomasi kopi untuk menggenjot angka ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan hingga mengalami peningkatan. Untuk memaksimalkan kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan, perlu adanya pelaku usaha, dimana pelaku usaha ini dapat melakukan kerja sama dengan institusi di Korea Selatan pada bidang perdagangan. Pelaku usaha dapat mengumpulkan informasi mengenai kegiatan ekspor melalui Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia yang berada di Korea Selatan. Melalui diplomasi kopi yang dilakukan antara Indonesia dengan Korea Selatan tidak hanya menjadi peluang terhadap peningkatan nilai ekspor kopi Indonesia, tetapi juga dapat mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia dalam produksi kopi (seperti petani kopi) serta Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Korea Selatan (seperti pemilik retail *coffee shop*). Berdasarkan

penjelasan di atas, maka dapat dinyatakan bahwa penulis merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut: **“Bagaimana diplomasi kopi Indonesia terhadap Korea Selatan untuk meningkatkan ekspor kopi tahun 2016 – 2021?”**

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat mengembangkan, memperluas dan menambah pembahasan tentang studi hubungan internasional, yaitu pada bidang ekonomi politik internasional. Penelitian ini dapat menjadi solusi bagi penanganan permasalahan ekspor biji kopi Indonesia.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Merujuk pada latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan, literatur dan informasi data untuk para pengusaha kopi atau *stakeholder* yang akan melakukan penelitian mengenai ekspor dan diplomasi kopi Indonesia ke Korea Selatan.

1.4.2 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dalam penerapan teori dan konsep hubungan internasional mengenai diplomasi kopi. Selain itu, diharapkan pula dapat memberikan pengetahuan baru mengenai diplomasi kopi.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan pendahuluan penelitian yang berisi latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian yang terdiri dari tujuan praktis dan tujuan teoritis, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat praktis dan manfaat akademis, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua akan menjelaskan mengenai konsep dan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini, konsep dan teori yang digunakan berdasarkan topik

dan permasalahan yang diambil pada penelitian ini, sehingga dapat dikembangkan menjadi hasil pembahasan dari rumusan masalah yang ada. Selain itu, pada bab ini penulis juga memaparkan kerangka penelitian yang berisi gambaran umum dan alur pemikiran dari penelitian ini. Melalui kerangka penelitian, maka penulis akan menghasilkan temuan penelitian serta jawaban dari rumusan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga akan menjelaskan mengenai objek yang berkaitan dengan penelitian yang berisi mengenai profil, lokasi, serta hal lain yang juga berkaitan. Pada bab ini, penulis juga akan menjelaskan jenis penelitian untuk menghasilkan temuan penelitian, yang berisi fakta dan data yang ditemukan dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan mengenai teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menguraikan data, sumber dari data penelitian yang dicantumkan, teknik yang digunakan penulis dalam menganalisis data, dan tabel rencana waktu yang berisi agenda atau kerangka waktu penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM KOMODITAS KOPI INDONESIA DI PASAR KOREA SELATAN

Pada bab keempat, penulis akan menjelaskan mengenai pasar kopi Indonesia di Korea Selatan, kebijakan impor kopi di Korea Selatan, hambatan dan peluang pada kegiatan ekspor kopi Indonesia ke Korea Selatan periode 2016 – 2021.

BAB V DIPLOMASI KOPI INDONESIA KE KOREA SELATAN

Dalam bab kelima ini, penulis memaparkan mengenai strategi diplomasi kopi yang dijalin Indonesia dan Korea Selatan periode tahun 2016 – 2021 melalui Perwakilan Dagang Luar Negeri Indonesia yang berada di Korea Selatan. Melalui strategi diplomasi kopi yang dilakukan, maka akan tercapainya kepentingan nasional dari kedua negara.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan dipaparkan oleh penulis sebagai penutup dari penelitian yang berisi hasil dan kesimpulan yang diperoleh. Bab ini berisi argumen terakhir yang disampaikan penulis sebagai hasil dari analisis data yang telah dipaparkan dari bab-bab sebelumnya. Selain itu, bab ini juga berisi saran yang berbentuk saran praktis dan saran teoritis. Saran yang disampaikan akan mengusulkan pendapat dari penulis mengenai upaya dari pemecahan masalah, sehingga dapat menjadi lebih baik dan ideal.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini, akan dicantumkan referensi yang terdiri dari buku, jurnal, media, serta referensi lain yang digunakan penulis dalam penelitian ini.