

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kompleksitas isu pada hubungan internasional membuat konteks yang ada di dalamnya semakin meluas. Kini, Hubungan Internasional tidak hanya dipandang sebagai hubungan antarnegara saja, tetapi juga negara dengan publik di luar batas teritorialnya. Pola interaksi dan hubungan yang memungkinkan adanya komunikasi negara dengan publik di negara asing dapat dicapai dengan diplomasi publik. Terkait dengan hal tersebut, (Huijgh, 2016) mengungkapkan diplomasi publik merupakan suatu bidang studi multidisiplin yang landasan konseptual serta ilmiahnya berfokus pada komunikasi diplomatik antara pemerintah dengan publik di negara lain untuk meningkatkan pengaruh atau membentuk persepsi negara lain terhadap suatu negara demi mencapai kepentingan nasionalnya dengan meliputi metode *understanding*, *informing*, dan *influencing*.

Konsep dan praktik ini menguntungkan karena mampu melakukan pengukuran, pembangunan, dan pengaturan reputasi sebuah negara melalui penonjolan karakteristik dan ciri khas negara tersebut. Keunggulan lainnya datang dari proses diplomasi yang termodernisasi sehingga tidak hanya elemen-elemen pemerintahan yang mampu melakukan praktiknya. Seluruh upaya dikerahkan dalam meningkatkan keyakinan akan sektor-sektor sasaran asing untuk dapat mendukung tujuan strategis pemerintah (Widiastutie et al., 2022). Diplomasi publik harus membuka jalan bagi negosiasi yang dilakukan antarpemerintah, memberi masukan melalui informasi penting, dan memberikan cara pandang yang berbeda terhadap suatu masalah sehingga diperlukan adanya kerjasama antara aktor negara dan non-negara yang ditujukan untuk meningkatkan nilai tawar pemerintah.

Indonesia telah mengimplementasikan diplomasi publik dengan melibatkan berbagai sektor, salah satunya pada sektor ekonomi dan perdagangan yang secara prosesnya tidak hanya dilakukan oleh negara, melainkan mencakup aktor non-negara (Effendi, 2014). Media yang digunakan sebagai alat diplomasi merupakan instrumen yang mampu menimbulkan nilai-nilai toleransi dan pemecahan konflik

secara damai dengan membentuk citra positif terhadap sebuah negara (Asri, 2020). Penggunaan instrumen potensial akan menguntungkan pelaksanaan diplomasi publik, terutama ketika ketersediaan sumber daya alamnya yang mumpuni. Indonesia merupakan negara yang memiliki iklim sub tropis dan terkenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Kekayaan alam Indonesia mayoritas terletak pada sektor pertanian dan perkebunan dengan kopi menjadi salah satu komoditi pertanian yang berperan dalam kegiatan ekspor non migas dengan total ekspor yang cukup tinggi sehingga menjadikannya komoditas potensial dalam mendukung perekonomian bangsa.

Indonesia merupakan negara yang menjadi salah satu produsen kopi di pasar global dengan perolehan nilai 7%, setelah Brazil 33%, Vietnam 18,5%, dan Kolombia 8,7% (Canada, 2017). Keunggulan yang dimiliki Indonesia adalah banyaknya jenis asal kopi (single-origin) dengan ragam varietas kopi yang bahkan dapat diklasifikasikan melalui jenis hingga wilayah di mana kopi tersebut tertanam, seperti Arabika, Robusta, dan Liberika serta kopi Mandailing, kopi Gayo, dan kopi Toraja. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan konsumsi kopi dunia saat ini dapat memberikan peluang bagi Indonesia untuk mendorong daya jual produk kopi Indonesia ke ranah global (Prajanti, Pramono, & Adzmin, 2020).

Dengan peluang yang dimiliki oleh Indonesia saat ini, penggunaan kopi sebagai instrument diplomasi publik dapat menjadi upaya Indonesia dalam membuka peluang kerja sama ekonomi melalui peningkatan ekspor dan promosi kopi (Shertina, 2020). Promosi kopi dilakukan melalui berbagai pameran internasional yang memperkenalkan cita rasa kopi khas Indonesia. Aspek yang kemudian diuntungkan meliputi devisa negara, terbukanya lapangan kerja, sumber pendapatan bagi petani, serta dorongan bagi sektor agroindustri dalam pendukung pelestarian lingkungan. Kopi juga telah berhasil menjadi komoditas agraris dengan peranan signifikan bagi perekonomian negara, di mana sumber pendapatan utama bagi petani datang dari perkebunan kopi (Martauli, 2018). Suasana diplomasi santai dan non formal telah tercapai melalui kopi sebagai instrument diplomasi publik yang dilakukan ke berbagai negara, hal ini memberikan pandangan positif terhadap budaya bangsa Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan negara.

Dalam meningkatkan ekspor kopi dalam perdagangan internasional, Tujuan utama ekspor kopi Indonesia berdasarkan data BPS (2020) adalah Amerika Serikat, Mesir, Jepang, Malaysia dan Italia. Data transaksi ekspor tersebut mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, sebagaimana dapat diamati pada Tabel 1.

Tabel 1.1 Data Ekspor Kopi Negara Tujuan Utama Indonesia

Negara Tujuan	2015	2016	2017	2018	2019
Amerika Serikat	65.481,3	67.309,2	63.237,6	52.083,5	58.666,2
Mesir	20.854,2	21.142,7	24.039,6	29.307,8	34.285,0
Jepang	41.240,1	35.351,9	29.503,0	30.360,3	25.587,8
Malaysia	38.347,5	39.049,0	41.394,1	37.319,8	34.662,2
Italia	43.048,3	35.804,6	38.102,9	27.929,5	35.452,2

Sumber: BPS, 2020 (sudah diolah)

Dalam data ekspor kopi sepanjang tahun 2015 - 2019, negara tujuan seperti Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, dan Italia mengalami fluktuasi yang cenderung naik turun, hal ini dapat terjadi akibat adanya persaingan dengan negara produsen kopi lain dengan kualitas kopi di atas kopi Indonesia seperti Brazil dan Vietnam. Mesir menjadi satu-satunya negara tujuan di mana kenaikan ekspor terus terjadi setiap tahun yang menjadi nilai tambah dibandingkan negara lainnya. Selain itu, transaksi ke Mesir didominasi oleh komoditas non migas di mana dalam prosesnya diiringi berbagai keuntungan berupa posisi Mesir yang strategis pada jalur dagang internasional serta merupakan negara dengan pengaruh signifikan di wilayah Afrika melalui hubungan kerjasamanya. Mesir berpotensi menjadi pembuka atas perkembangan ekspor komoditas non-migas Indonesia ke negara-negara lain di sekitarnya (Rizaldi, 2022).

Tabel 1.2 Daftar Negara Pemasok untuk Produk Kopi yang diimpor oleh Mesir

Exporters	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021
World	101750	120428	123338	115520	155211
Indonesia	55666	59250	60850	55745	71338
Viet Nam	20334	28546	17815	17932	18694
Brazil	5365	8076	10945	9511	8618
Colombia	1010	1459	3472	3324	3849

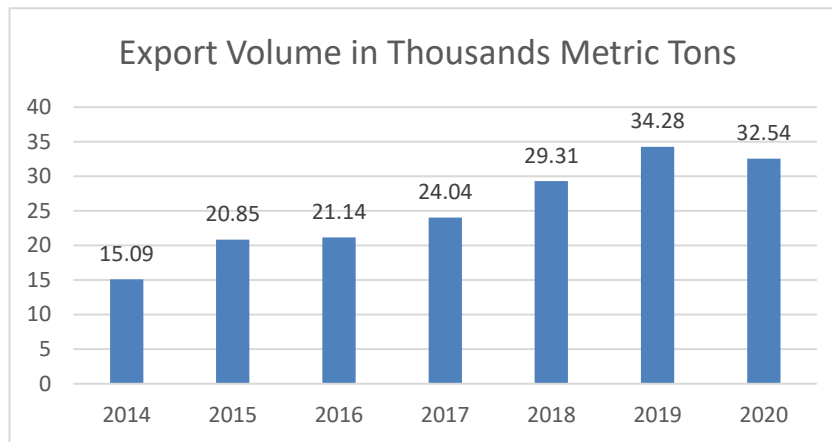
Sumber: Trade Map (2022)

Jika dilihat dari Tabel 1.2 menunjukkan bahwa Indonesia berada diposisi pertama dalam total seluruh importasi kopi yang dilakukan Mesir. Potensi sebagai berikut tidak terjadi pada negara tujuan utama lainnya Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, Italia, dan Jerman. Hal ini menunjukkan bahwa kopi Indonesia sangat diminati oleh konsumen di negara Mesir dan membuka peluang pasar kopi Indonesia di negara tersebut. Kebutuhan Mesir akan kopi dan kondisi geografis Mesir yang tidak memungkinkan untuk tanaman pertanian kopi mengharuskan Mesir untuk mengimpor kopi dari Negara-negara produsen kopi. Mesir mengimpor 100 persen kopinya, dan 70 persennya berasal dari pasar Indonesia dikarenakan harganya yang berkualitas serta cukup terjangkau (El-Behary, 2018).

Dinamika ekspor kopi ke Mesir cukup unik karena terdapat varietas kopi Indonesia tertentu yang paling digemari oleh masyarakat Mesir, yakni robusta. Fakta ini terlihat dari data ekspor kopi robusta yang mencapai 70% dari keseluruhan varietas kopi, diikuti kopi arabica sebanyak 30% (Yulianingsih, 2017). Bentuk kopi yang diekspor bukan merupakan bubuk, kemasan, maupun produk kopi RTG (ready to go) melainkan bentuk biji orisinil berupa green bean yang tentunya menguntungkan karena proses produksinya yang dapat dilakukan dengan cepat dengan minimalisasi biaya.

Namun, kelebihan tersebut tidak lepas dari penurunan yang terjadi pada seluruh negara tujuan ekspor pada tahun 2020 sebagai dampak dari pandemi COVID-19. Hal ini merupakan fenomena yang dialami oleh seluruh aspek yang melibatkan transaksi internasional tidak terkecuali perdagangan global dikarenakan pengaturan regulasi dalam pencegahan wabah penyakit yang semakin meluas, salah satunya dalam impor dan ekspor bahan pangan. Ekspor kopi ke Mesir menurun dari 34.285 ton/tahun pada 2019 menjadi 32.536,7 ton/tahun pada 2020 (BPS, 2021). Seiring dengan masalah teknis, masalah daya pembelian konsumen juga mengalami penurunan sehingga berdampak pada penurunan tingkat permintaan dan utilisasi sektor kopi pada tahun 2020 (Dinda, 2020). Penurunan ini berpengaruh terhadap perekonomian nasional mengingat kopi menjadi komoditas non-migas yang signifikan dengan Mesir sebagai salah satu fokus negara tujuan yang diutamakan.

Gambar 1.1 Penurunan Volume Ekspor Kopi Indonesia Ke Mesir Tahun 2020



(Sumber: BPS, 2021) (sudah diolah)

Tercatat, pada tahun 2020 subsektor perkebunan berkontribusi sebesar 2,1% terhadap PDB di sektor pertanian. Angka tersebut merupakan kontribusi ekspor kopi terhadap PDB yang terendah selama kurun waktu 2011 sampai 2020 (Suwali, 2022). Dampak global pandemic COVID-19 terhadap komoditi kopi dirasakan hingga ke sistem rantai pasok di tingkat lokal. Eksportir kopi tidak dapat mengekspor kopi karena tidak adanya kontrak pesanan selama pandemic. Disisi logistic, kapal pengangkutan juga tidak beroperasi sehingga aktifitas ekspor kopi terhenti total selama beberapa periode (Fajri, 2022).

Berdasarkan data dari BPS, Indonesia mengalami penurunan total nilai ekspor biji kopi dan olahan kopi Indonesia tercatat turun 12% dan impor kopi turun 35,7% sepanjang Januari-Mei 2020 dibandingkan tahun lalu pada periode yang sama. Bersamaan dengan itu, harga kopi lokal pun menjadi anjlok. Data harga kopi per bulan Juni 2020 ditunjukkan dengan turun 7,6% untuk kopi Arabika dan turun 13,24% untuk kopi Robusta tutur Iman Pambagyo, selaku Direktur Jenderal Perundingan Perdagangan Indonesia (PPI), yang juga sebagai jabatan Ketua Dewan Organisasi Kopi Internasional (*International Coffee Organization*) (Dinda, 2020).

Selain itu, permintaan kopi juga terganggu kebijakan karantina wilayah alias *lockdown* yang diterapkan di berbagai negara. Hal ini mengakibatkan harga biji kopi ditingkat perani pada tahun 2020 tergolong rendah, yaitu menurun dari Rp 68.000 per kilogram sebelum pandemic menjadi Rp 32.000 per kilogram. Penjualan

serta permintaan yang kurang proporsional membuat pasokan biji tidak terjual. Sehingga, saat biji kopi disimpan dalam kurun waktu yang lama akan berdampak penurunan kualitas (Fambudi & Wahyudi, 2022). Dampak dari tidak adanya penjualan ekspor kopi menyebabkan harga beli kopi dari petani menurun hingga lima puluh persen.

Dampak ekonomi yang disebabkan oleh krisis Pandemic COVID-19 membuat Indonesia terutama para stakeholder industri kopi seperti lembaga kementerian, eksportir kopi, industri pengolahan kopi, petani, dan pedagang berupaya untuk menaikkan kembali nilai ekspor kopi Indonesia. Oleh karena itu, dalam upaya peningkatan hubungan antar negara sekaligus dengan perkembangan perekonomian dan citra positif akan budaya bangsa Indonesia, perlu dilakukannya diplomasi publik pada masa transisi pandemi COVID-19 ke negara tujuan utama yang berpeluang. Hal ini dimanfaatkan oleh perwakilan Indonesia di Mesir, KBRI Mesir dan Atase Perdagangan Indonesia di Kairo untuk lebih memperkenalkan dan memperluas pasar kopi Indonesia ke masyarakat Mesir guna meningkatkan ekspor komoditas kopi dengan dukungan dari aktor lainnya seperti pebisnis kopi dan diaspora Indonesia yang ada di Mesir.

Dengan terbukanya peluang-peluang yang ada, penting untuk kemudian mempertahankan hubungan diplomatik yang baik dengan Mesir dalam sektor ekspor kopi sehingga dapat menjadi wadah wadah pertukaran benefit dari masing-masing negara serta menjadi solusi akan permasalahan menurunnya transaksi ekspor selama pandemi COVID-19. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, analisis serta rekomendasi terkait upaya diplomasi publik penting untuk dilakukan agar mejadi wadah dalam meningkatkan kembali perekonomian serta hubungan antar negara melalui ekspor kopi ke Mesir.

Bagi peneliti, fenomena inilah yang menjadi daya tarik bagi penulis untuk dikaji lebih mendalam terkait bagaimana implementasi diplomasi publik Indonesia ke Mesir pada kurun waktu tahun 2020-2021. Penelitian ini akan melihat bagaimana diplomasi publik yang digunakan oleh pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi guna mendongkrak roda perekonomian dalam negeri yang sempat krisis akibat pandemi COVID-19. Atas dasar itulah, penulis tertarik untuk menulis penelitian yang kemudian disusun dengan judul: **“Diplomasi Publik**

Indonesia terhadap Mesir dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Periode 2020-2021”

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tinjauan pustaka sebagai kerangka pemikiran yang dirancang untuk mengklasifikasikan sumber data dan informasi umum yang dipelajari dalam penelitian. Penulis mencoba mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian yang **pertama** adalah penelitian yang dilakukan oleh **Anak Agung Mia Intentilia** (2020) berjudul “**Coffee Diplomacy In Jokowi’s Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia’s Foreign Policy**”. Yang **kedua** adalah penelitian yang dilakukan oleh **Andhika Rizaldi** (2022) dengan berjudul **Kepentingan Indonesia Dalam Ekspor Kopi Ke Mesir Tahun 2015-2019**”. Yang **ketiga** adalah penelitian **Zuma Qoyuma** (2022) yang berjudul “**Indonesia's Economic Diplomacy In Increasing Coffee Exports To Egypt For 2014– 2018 Period**”. Ketiga jurnal ini membahas tentang strategi diplomasi Indonesia melalui media kopi, serta partisipasi aktor negara maupun non-negara dalam strategi diplomasi kopi Indonesia. Argumen penting yang dijelaskan adalah yaitu pertama, diplomasi budaya dan ekonomi melalui diplomasi kopi yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dan pemerintahannya saling terkait dan dilakukan secara bersamaan. Artinya, diplomasi kopi digunakan tidak hanya untuk berbagi cerita dan nilai budaya minum kopi Indonesia, tetapi juga dilanjutkan dengan diskusi tentang potensi bisnis, terutama terkait peluang untuk membangun, ekspansi, atau mempererat ekspor kopi Indonesia ke lintas negara. Sebelum menawarkan hubungan dagang, nilai dan cerita budaya kopi Indonesia dijadikan sebagai langkah awal untuk menggaet negara lain.

Dalam implementasinya, Indonesia menjadikan Mesir sebagai salah satu negara tujuan ekspor kopi. Dalam kurun waktu 2015-2019, volume dan nilai ekspor kopi Indonesia ke Mesir terus meningkat. Mesir merupakan negara Afrika dengan volume ekspor kopi Indonesia tertinggi. Lokasi Mesir yang berada di salah satu jalur perdagangan tersibuk di dunia menjadikannya pasar yang sangat menarik bagi Indonesia dalam hal kerja sama perdagangan. Hal ini tentunya menguntungkan bagi Indonesia dalam hal memperoleh kepentingan perdagangan. Indonesia dan Mesir telah melakukan beberapa upaya dan kerjasama untuk meningkatkan ekspor kopi

ke Mesir. Artikel jurnal ini memberikan kontribusi analisis mengenai kebijakan diplomasi yang menyertakan aspek historis, dan ekonomi politik untuk memaparkan bagaimana faktor domestik berproses dalam perumusan kebijakan luar negeri dan diplomasi Indonesia. Dengan demikian, temuan mengungkapkan bahwa pemerintah Indonesia menggunakan bentuk diplomasi '*business-end*' untuk mencapai 'kemakmuran' dengan tujuan utama adalah kesejahteraan ekonomi negara. Selain itu, pelaksanaan diplomasi yang dilakukan Indonesia kepada Mesir telah berhasil menciptakan peningkatan kerja sama bilateral antara keduanya, baik pada tingkat kerja sama perdagangan maupun dalam peningkatan jumlah investasi.

Artikel ini juga memberikan kontribusi dengan menggunakan tiga konsep utama yang berasal dari teori diplomasi Hubungan Internasional yaitu: area masalah, aktor, dan metode. Artikel ini mengkaji diplomasi budaya dan ekonomi sebagai area isu, tokoh negara maupun non-negara sebagai aktor, dan pendekatan bilateral dan multilateral sebagai metode diplomasi Adapun kebaharuan dari penelitian penulis yaitu penggunaan diplomasi publik sebagai tinjauan pustaka untuk menganalisis diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia terhadap Mesir pada periode 2020-2021

Penelitian yang **keempat** adalah penelitian yang dilakukan oleh Rara Shertina (2019) dengan judul “**Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat**”. Studi ini bertujuan untuk menunjukkan keberhasilan diplomasi kopi dalam kerjasama ekspor kopi AS-Indonesia dengan melihat pertumbuhan ekspor. Kajian deskriptif-analitik ini mengkaji ekspor kopi Indonesia ke AS. Kajian ini membantu pembaca memahami diplomasi kopi yang dilatarbelakangi oleh kebijakan luar negeri Indonesia dan kepentingan nasional yang tertuang dalam instrumen hukum. Kajian ini menemukan bahwa kebijakan Indonesia memperluas lahan perkebunan kopi untuk meningkatkan produksi kopi merupakan kebijakan domestik atau konteks domestik yang mendorong peningkatan ekspor, dan keberhasilan diplomasi kopi tidak hanya berpengaruh pada perolehan devisa negara, pengusaha kopi, dan petani kopi, tetapi juga hubungan bilateral antara Indonesia dan Amerika.

Meskipun demikian, penulisan ini berkontribusi pada penelitian ini yakni

penulisan ini memberikan wawasan terkait dengan langkah-langkah dan upaya yang diambil Indonesia dalam mempromosikan specialty coffeenya ke negara tujuan ekspor yaitu Amerika Serikat untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi Indonesia ke Amerika Serikat dan mempererat hubungan bilateral Indonesia-AS, yang berdampak positif sebagai promosi brand kopi lokal sehingga meningkatkan nilai dan kualitas dalam kopi Indonesia. Namun, penelitian tersebut juga memiliki perbedaan dengan penelitian ini, yakni pada penelitian tersebut menganalisis strategi yang digunakan dalam meningkatkan ekspor kopi dan hubungan bilateral antara Indonesia dan Amerika, sedangkan penelitian ini menganalisis diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia dengan Mesir dalam meningkatkan ekspor kopi pada tahun 2020-2021

Penelitian **kelima** adalah “**The Role Of Indonesian Government In Improving Coffee Competitiveness In The EU-Indonesia Partnership And Cooperation Agreement Framework**” oleh **Sindy Yulia Putri dan Syahrul Salam (2019)**. Tulisan ini akan lebih elaboratif dalam mengkaji tentang upaya bagaimana Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan persaingan ekspor komoditas kopi ke negara-negara Uni Eropa dalam kerangka kerjasama PCA UE-Indonesia. Penulis berargumen bahwa rantai kebijakan pemerintah, tata kelola sektor swasta, kebijakan standarisasi (SNI), regulasi ekspor, dan inovasi berupa teknologi produksi kopi dapat meningkatkan daya saing kopi Indonesia. Selain Permendag, Pemerintah Indonesia juga berupaya untuk meningkatkan dan meningkatkan produktivitas tanaman dan kualitas kopi Indonesia. Penetapan standarisasi ini merupakan upaya pemerintah untuk memacu industri pengekspor kopi lokal untuk meningkatkan kualitas produk biji kopi. Dalam penetapan SNI, Pemerintah Indonesia bekerjasama dengan *International Coffee Organization* (ICO) agar kualitas kopi Indonesia diakui di pasar internasional. Kedua, tipe aliansi publik-swasta, dalam kategori ini pemerintah melakukan inovasi produk biji kopi dengan menggunakan teknologi pasca panen. Ketiga, pemerintah menunjuk Kementerian Perdagangan untuk melakukan standarisasi kualitas dan tata kelola persyaratan ekspor kopi khusus ke negara-negara anggota UE.

Bersamaan dengan hal itu, penulis berargumen bahwa peran penting juga dimiliki pemerintah sebagai mediator antara produsen dan konsumen, di dalam

negeri maupun di luar negeri. Tak kalah pentingnya, situasi global telah menjadikan kolaborasi Indonesia dan negara-negara UE dalam bentuk *EU-Indonesia Partnership and Cooperation Agreement (PCA)* menjadi syarat bagi kedua belah pihak. Mengingat Indonesia sebagai produsen kopi terbesar ketiga di dunia, kerangka kerjasama PCA UE-Indonesia adalah peluang untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi ke pasar UE yang sangat baik bagi negara Indonesia. Karena menyadari keunggulan komoditas kopi dalam negeri, Pemerintah Indonesia berupaya meningkatkan daya saing komoditas kopi di dunia internasional. Namun, penulis berargumen bahwa upaya itu masih belum cukup. Hal ini ditandai dengan kurangnya peran pemerintah dalam kategori dukungan disiplin, khususnya dalam bentuk subsidi kepada perusahaan pengekspor kopi ketika mereka mencapai tujuan publik, atau mampu bersaing dalam tatanan nasional dan internasional. Berdasarkan hal ini, pemerintah perlu lebih waspada dalam membantu pengusaha kopi untuk meningkatkan kualitas kopi sesuai dengan standar kualitas nasional sekaligus memperluas pangsa pasar Uni Eropa mereka.

Penelitian ini memiliki kontribusi untuk menganalisis dan memberikan gambaran mengenai upaya meningkatkan daya saing ekspor kopi yang dilakukan Pemerintah Indonesia ke negara-negara Uni Eropa. Di sisi lain, penelitian ini memiliki beberapa perbedaan, antara lain: tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Putri & Salam (2019) adalah untuk mengetahui bagaimana peran para pemerintah Indonesia dalam meningkatkan daya saing kopi di kemitraan UE-Indonesia, sedangkan tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui upaya diplomasi publik Indonesia terhadap Mesir dalam meningkatkan ekspor kopi.

Penelitian yang **keenam** adalah “**Extending Indonesian Gastrodiplomacy: Blending Geographical Indication (GI) and “Kopi Indonesia”**” oleh Agus Trihartono dan Suyatno Ladiqi (2022) dan yang **ketujuh** adalah penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari (2020) yang berjudul “**Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)**”. Kedua jurnal ini mengkaji tentang bagaimana kopi dapat mendongkrak diplomasi Indonesia dengan menggunakan *Geographical Indication (GI)* dan logo ‘Kopi

Indonesia”. Tulisan ini berpendapat bahwa IG kopi mencerminkan keragaman dan keunikan Indonesia. Brand "Kopi Indonesia" menyatukan varian regional ini untuk membuat kopi Indonesia lebih dikenal secara global. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyatuan GI dan "Kopi Indonesia" memiliki implikasi yang lebih luas. Indonesia telah menggunakan kopi sebagai alat gastro-diplomasi, dan kebijakan perdagangan kopinya mencerminkan bagaimana Indonesia ingin dilihat secara global. Peran kopi dalam membentuk citra bangsa ini belum mendapat perhatian yang cukup. Kurangnya pengakuan branding untuk produk kopi arabika disebabkan karena rendahnya penguasaan teknologi oleh pelaku usaha, dan upaya nation branding pemerintah untuk kopi dirasa masih kurang.

Penulisan ini memberikan kontribusi yang baik bagi penelitian ini, antara lain penulisan ini mampu menyajikan dan memberikan strategi untuk meningkatkan ekspor kopi arabika Kintamani dari segi wisata suatu daerah, serta memberikan wawasan terkait pengembangan geografis Indication (GI) juga mampu menjadi landasan diplomasi Indonesia. Penelitian ini juga memberikan kontribusi berupa wawasan terkait dengan cara untuk membentuk persepsi masyarakat internasional terhadap reputasi Indonesia, cara pembudidayaan kopi untuk meningkatkan kompetensi kopi, serta memberikan wawasan bahwa penguasaan berbahasa asing sangat penting untuk meningkatkan strategi national branding kopi di pasar global dari segi komunikasi. Namun disisi lain, penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini, yakni penelitian tersebut menganalisis bagaimana strategi nation branding dari segi komunikasi dan pembudidayaan kopi di gunung Catur, sedangkan penulisan ini menganalisis tentang strategi meningkatkan ekspor kopi yang dilakukan Indonesia ke Mesir melalui diplomasi publik dengan menggunakan diplomasi *multi-track*. Perbedaan kedua yakni penulisan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kopi dapat mendongkrak diplomasi gastro Indonesia, sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya diplomasi kopi Indonesia terhadap Mesir dalam meningkatkan ekspor kopi.

Penelitian **kedelapan** adalah **“Indonesian Economic Diplomacy in Strengthening Coffee Exports in The United States Market 2012-2017”** oleh **Hervinaldy (2021)**, Yang **kesembilan** adalah penelitian yang dilakukan oleh Ludiro Madu dan Erna Kurniawati (2021) dengan judul **“Economic Diplomacy**

Strategies to Increase Indonesian Coffee Exports to Russia in Pandemic Times”, Yang ke **kese puluh** adalah “**Kerjasama Ekspor Kopi Mandailing ke Korea Selatan Tahun 2016**” yang dilakukan oleh Tri Edo Syahputra (2017). Ketiga jurnal ini mengkaji tentang strategi diplomasi kopi Indonesia menuju penguatan ekspor kopi yang diterapkan Indonesia untuk membawa daya saing dan meningkatkan ekspor kopi mengingat kebutuhan kopi masyarakat dunia (seperti objek penelitian yang penulis kutip yaitu Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Rusia) mengalami peningkatan. Sehingga, Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat dapat mengambil peluang tersebut untuk melaksanakan diplomasi kopi dengan gencar ke beberapa negara konsumen kopi.

Berbagai permasalahan yang dihadapi Indonesia dalam meningkatkan produksi dan ekspor kopi tentunya akan disikapi secara bertahap, diawali dengan kebijakan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan Republik Indonesia pada Peraturan Nomor 10/M-DAG/PER/5/2011. Pengembangan sumber daya manusia juga menjadi prioritas. Penulis berargumen bahwa pemberian informasi yang lengkap kepada petani kopi dirasa perlu, mengingat kemajuan teknologi saat ini yang dapat membantu pengembangan tanaman kopi untuk mencapai hasil produksi yang berkualitas. Ekspor kopi, di sisi lain, tentu akan mempengaruhi strategi promosi yang diterapkan. Promosi kopi Indonesia di beberapa negara tujuan ekspor seperti SCAA (*Specialty Coffee Association*) dan ITPC Indonesia Trade Promotion Center Bursan. Kerjasama ini memberikan kontribusi yang sangat cukup baik bagi komoditas kopi yang ingin masuk ke pasar kopi di Amerika Serikat dan Korea Selatan dengan adanya ITPC dan SCAA ini memberikan informasi bagi perusahaan Indonesia yang ingin mengekspor produknya ke negara tujuan.

Namun, dengan adanya Pandemic COVID-19 membuat diplomasi kopi harus beradaptasi dan menemukan strategi sesuai dengan keadaan tersebut. Menurut Ludiro Madu dan Erna Kurniawati mengatakan bahwa Indonesia di masa pandemi menerapkan strategi diplomasi baru yakni pertemuan secara virtual, mobilisasi pengusaha kopi di forum webinar internasional, dan mendorong keterlibatan KBRI Moskow untuk lebih berperan aktif dalam mendorong ekspor berbagai produk, termasuk ekspor kopi ke pasar Rusia. Di masa pandemi, strategi baru tersebut akan

menjaga ekspor kopi Indonesia ke Rusia. Ketiga artikel jurnal ini berkontribusi dalam memberikan gambaran strategi diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia ke beberapa negara konsumen kopi serta strategi baru dalam diplomasi yang dapat membantu pemerintah Indonesia merumuskan kebijakan diplomasi pada masa pandemi. Adapun kebaharuan dari penelitian penulis yaitu penggunaan diplomasi publik sebagai strategi diplomasi kopi Indonesia terhadap Mesir pada tahun 2020-2021.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana diplomasi publik yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Mesir periode 2020-2021?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang dan Rumusan Masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan disusunnya penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk diplomasi publik Indonesia terhadap Mesir dalam meningkatkan nilai ekspor kopi pada periode 2020-2021.

I.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat secara akademis dan praktis baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan:

a. Manfaat Akademis

Dalam penelitian ini, diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan referensi terkait upaya diplomasi publik menggunakan kopi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Mesir. Selain itu, gagasan akademik dalam penelitian ini juga diharapkan bisa bermanfaat bagi civitas universitas, khususnya kepada mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) dan juga penstudi HI lainnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan untuk para pemerintah dalam meningkatkan daya dan juga nilai ekspor dapat dilakukan dengan cara diplomasi publik dengan kopi sebagai instrumennya yang dalam pelaksanaannya dapat menjadi upaya untuk pemulihan pasca pandemi COVID-19.
- 2) Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi *insight* baru bagi masyarakat umum dalam pandangan industri kopi khususnya dalam potensi ekspor.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjabarkan mengenai latar belakang mengenai penurunan ekspor kopi Indonesia ke Mesir pada periode 2020 yang diakibatkan oleh Pandemic Covid-19. Dijelaskan juga bahwa penurunan ini berimplikasi negatif pada perekonomian Indonesia sehingga diperlukannya upaya diplomasi publik dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Mesir dengan melihat peluang-peluang yang ada. Kemudian pada bab pendahuluan ini, penulis akan menjelaskan dan memaparkan penelitian terdahulu dengan pembahasan yang relevan dan mempunyai relevansi hubungan mengenai topik yang diangkat dalam penulisan ini. Beberapa karya tulis ilmiah yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebagai bahan tinjauan pustaka yaitu artikel ilmiah dan jurnal ilmiah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, agar memudahkan bagi penulis selama melakukan penulisan, maka penulis mencantumkan kerangka pemikiran beserta alur pemikiran. Yang terakhir, penulis juga mencantumkan berbagai asumsi sebagai landasan dari penulisan yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan metode-metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian. Dalam sebuah penelitian, metode penelitian perlu digunakan agar memudahkan penulis untuk mendapatkan data dan kemudian menyelesaikan permasalahannya. Dalam metode penelitian sendiri terdiri atas jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan jadwal

penelitian.

BAB IV GAMBARAN UMUM INDUSTRI KOPI INDONESIA DAN MESIR

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum industry kopi indonesia seperti dinamika produksi dan ekspor kopi Indonesia. Penjelasan mengenai industry kopi Mesir, peluang, serta akses persyaratan kopi ke Mesir juga disertakan dalam bab ini

BAB V DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA TERHADAP MESIR

Pada bab ini membahas tentang diplomasi publik Indonesia terhadap Mesir dalam meningkatkan ekspor kopi pada tahun 2020-2021 serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Kemudian akan dijlaskan bagaimana hasil diplomasi publik yang dilakukan Indonesia terhadap Mesir dengan menggunakan konsep diplomasi publik itu sendiri.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diharapkan berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.