

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anholt, Simon. (2007). *Competitive identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*. Great Britain : Palgrave Macmillan.
- Bakry, Umar Surya. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Banks, Robert. (2020). Public Diplomacy Evolution. Dalam N. Snow, & N. J. Cull, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (p. 64). New York: Routledge.
- Bennett, A. (2004). Case Study Methods: Design, Use, and Comparative Advantages. Dalam Y. W. Sprinz, *Models, Numbers, and Cases: Methods for Studying International Relations* (hal. 19-55). The University of Michigan Press.
- Constantinou, Costas M., Kerr, Pauline., & Sharp, Paul. (2016). *The Sage Handbook of Diplomacy*. Europe: SAGE Publications Ltd.
- Cresswell, John W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. SAGE Publications Ltd.
- Dahiri. (2021). Tantangan Produktivitas Kopi Orientasi Ekspor. Dalam D. D. Ramiayu, *Industri dan Pembangunan Budget Issue Brief* (p. 2). Pusat Kajian Anggaran.
- Djelantik, Sukawarsini. (2008). *Diplomasi antara Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Huijgh, Ellen. (2016). Public Diplomacy. Dalam Costas M. Constantinou, Pauline Kerr, & Paul Sharp, *The Sage Handbook of Diplomacy* (p. 437). London: SAGE Publications.
- Kaefer, Florian. (2020). Country Branding: A Practitioner Perspective. Dalam N. Snow, & N. J. Cull, *Routledge Handbook of Public Diplomacy Second Edition* (p. 129). New York, US: Routledge.
- Lamont, Christopher. (2015). *Research Methods in International Relations*. London: SAGE Publications.
- Miles, Matthew. B. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications Ltd.
- Neuman, W. Lawrence (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Ed*. US: Pearson.

- Roulston, Kathryn. (2014). Types of Data and their Analysis: Analysing Interviews. In U. Flick, *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 297-312). SAGE Publications Ltd.
- Snow, Nancy., & Cull, Nicholas J. (2020). *Routledge Handbook of Public Diplomacy* 2nd Ed. New York: Routledge.
- Stake, Robert E. (1995). The Art of Case Study Research. Dalam J. W. Creswell, & J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. CA: SAGE Publications.
- Wang, Jian. (2020). The World Expo and Nation Branding. In N. S. Cull, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (p. 225). New York: Routledge.
- Yin, Robert K. (2009). Case Study Research: Design and methods (4th ed.). Dalam J. W. Creswell, & J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. CA: SAGE Publications.
- Yin, Robert K. (2012). Applications of case study research (3rd ed.). Dalam J. W. Creswell, & J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. CA: SAGE Publications.
- Yin, Robert K. (2014). Case study research (5th ed.). Dalam J. W. Creswell, & J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. CA: SAGE Publications.

## **Jurnal**

- Aini, Rezki Putri. (2019). Realisasi Multi Track Diplomacy pada Peran “1000 Abrahamic Circles Project” dalam Menciptakan Perdamaian antar Umat Beragama. *Journal Of Islamic Studies And Humanities*, 4(1), 42-73.  
<https://doi.org/10.21580/jish.41.4801>
- Alfirahmi. (2019). Fenomena kopi kekinian di era 4.0 ditinjau dari marketing 4.0 dan teori uses and effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24-32.  
<https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.410>
- Anholt, Simon. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Brand and Branding Geographics*, 55.  
<https://doi.org/10.4337/9780857930842.00027>
- Effendi, Tonny Dian. (2013). Diplomasi Publik Sebagai Pendukung Hubungan Indonesia-Malaysia. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 9(1), 47-61.  
<https://doi.org/10.26593/jihi.v9i1.540.%25p>

- Fambudi, Ervin Maulana., & Wahyudi, M. Sri. (2022). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Petani Kopi di Desa Baturetno Kecamatan Dampit. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 134–144. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i1.19131>
- Fan, Ying. (2010). Branding the Nation: Towards a Better Understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2), 97-103. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.16>
- Hardianto, Willy Tri., Adhitama, Muhammad Okto., & Jovano, Chrisantos. (2021). Dampak Rebranding Kota Batu Untuk Meningkatkan Jumlah Padi dari Sektor Pariwisata. *Jurnal Intelektual Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 92-98. <https://doi.org/10.34369/intelektual%20journal.v8i02.240>
- Hervinaldy. (2021). Indonesian Economic Diplomacy In Strengthening Coffee Exports In The United States Market 2012-2017. *Journal of Islamic World and Politics*, 5(1), 143-162. <https://doi.org/10.18196/jiwp.v5i1.7396>
- Intentilia, Anak Agung. (2020). Coffee diplomacy in jokowi's era: the strategy of cultural and economic diplomacy of Indonesia's foreign policy. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 63-81. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2273>
- McDonald, John W. (2012). The Institute for Multi-Track Diplomacy. *Journal of Conclitology*, 3(2), 66-70. <http://dx.doi.org/10.7238/joc.v3i2.1629>
- Nye, Joseph Samuel. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Prajanti, Suchatiningsih Dian., Pramono, Suwito Eko., & Adzmin, Fauzal. (2020). Factors Influencing Indonesia Coffee Exports Volume. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 390, 41-45. <https://doi.org/10.2991/icracos-19.2020.8>
- Putri, Sindy Yulia., & Salam, Syahrul. (2019). The Role Of Indonesian Government In Improving Coffee Competitiveness In The Eu-Indonesia Partnership And Cooperation Agreement Framework. *Book Chapters of The 1st Jakarta International Conference on Social Sciences and Humanities (JICoSSH)*, 3, 311-322. <http://dx.doi.org/10.33822/jicossh.v3i0.23>
- Qoyuma, Zuma. (2022). Indonesia's Economic Diplomacy In Increasing Coffee Exports to Egypt For 2014 – 2018 Period. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 1462-1472. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.6114>

- Rahayu, Sri., & Arianti, Reni Kristina. (2014). Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor Ke Jepang Dan Australia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 8(2), 183-208. <https://doi.org/10.30908/bilp.v8i2.82>
- Rizaldi, Andhika. (2022). Kepentingan Indonesia Dalam Ekspor Kopi Ke Mesir Tahun 2015-2019. *Jurnal Online Mahasiswa*, 9.
- Ross, Christopher. (2014). *Pillars of Public Diplomacy, Grappling with International Public Opinion*. University of Leeds.
- Sahat, Siska Fibriliani., Nuryartono, Nunung., & Hutagaol, Manuntun Parulian. (2016). Analisis Pengembangan Ekspor Kopi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Pembangunan*, 5(1), 63-89.
- Shertina, Rara. (2019). Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia Dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi Ke Amerika Serikat. *Global And Policy Journal Of International Relations*, 7(2), 136-145. <https://doi.org/10.33005/jgp.v7i02.1830>
- Signitzer, Benno., & Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual covergences. *Public Relation Review*, 18(2), 137-147. [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(92\)90005-J](https://doi.org/10.1016/0363-8111(92)90005-J)
- Tamtomo, Hario., & Veronica, Deka. (2018). Meningkatkan Ekspor Dan Daya Saing Biji Kopi Indonesia: Implikasi Strategis Bagi Pengembangan Kopi Lokal Jangkat. *Journal Development*, 6(2), 139-158. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i2.109>
- Widiastutie, Sophiana (2022). Diplomasi Kopi Indonesia di Kancan Dunia. *ejournal.undip*, 189.

## Website

- Annur, Cindy Mutia. (2022). *Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021> pada 1 April 2023
- CNN Indonesia. (2020). *Pandemi, Adaptasi, dan Kopi*. Dipetik 10 2022, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20201001114728-267-553136/pandemi-adaptasi-dan-kopi>
- Budiono, Eko. (2021, 08 01). KBRI Kairo Gelar Diplomasi Kopi di Mesir.
- Ceknricek. (2021, 06 02). Dubes Kairo Lutfi Rauf Hadiri Festival Kopi Pertama Mesir.

- Deplantation. (2021). *Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kopi*. Dipetik 10 2022, dari Deplantation: <https://deplantation.com/radar/2021/03/analisis-kinerja-dan-prospek-komoditas-kopi/>
- Dhini, Vika Azkiya. (2021). *Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia 2020*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/10-negara-tujuan-ekspor-kopi-ri-amerika-serikat-langganan-terbesar> pada 1 April 2023
- Dihni, Vika Azkiya. (2021). *Riau Miliki Produktivitas Kopi Tertinggi Nasional pada 2020*. Dipetik 10 2022, dari Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/03/riau-miliki-produktivitas-kopi-tertinggi-nasional-pada-2020>
- Dinda, Sanya. (2020, 8 5). *Pandemi Covid-19 Hambat Ekspor Kopi*. Dipetik 10 2022, dari Investor: <https://investor.id/business/218897/pandemi-covid19-hambat-ekspor-kopi>
- El-Behary, Hend. (2018). Egyptians drank more coffee in 2018, report says. Dipetik 10 2022, dari Egypt Independent: <https://egyptindependent.com/egyptians-drink-coffee-2018-report-says/>
- Fitriani, Amelia. (2021, 08 21). KBRI Cairo Resmikan Kedai Kopi Spesialti Indonesia di Momen HUT RI KE-76.
- Gareta, Sella Panduarsa. (2021, 10 4). Atdag Kairo galang pembembeli potensial datang Trade Expo Indonesia 2021.
- Gracia, Stella. (2021, 08 31). Promosi Produk Unggulan Raup Transaksi Rp 4,48 Miliar di Hari Indonesia Mesir.
- Hanjarwadi, Waluyo. (2021). Pameran Wisata dan Produk Unggulan Indonesia di Mesir.
- Hidayat, Feriawan. (2021, 10 1). Produk Unggulan Indonesia Ramaikan Cairo International Fair 2021.
- Indonesiago.id (2020). *Aroma Kopi di Tengah Pandemi*. Diakses dari <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/aroma-kopi-di-tengah-pandemi> pada 1 April 2023
- Inilah Jogja. (2021, Mei 19). Pengusaha Mesir Tambah Kedai Kopi Asal Indonesia.
- Judith, M. Paschalia. (2020). Stok Menumpuk, Harga Kopi di Tingkat Petani Turun. Dipetik 10 2022, dari Kompas: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/09/30/stok-menumpuk-harga-kopi-di-tingkat-petani-turun>

- Kemendag. (2020). *Lawan COVID-19: Mendag: Ekspor Produk Kopi Indonesia ke Mesir Tetap Jalan*. Dipetik 10 2022, dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: <https://www.kemendag.go.id/id/pers/lawan-covid-19-mendag-ekspor-produk-kopi-indonesia-ke-mesir-tetap-jalan-1>
- Kemensetneg. (2018). *Diplomasi Kopi Presiden Jokowi*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). (2020). *Ringkasan Eksekutif Penelitian Pelaku Usaha Dan Struktur Pasar Pada Komoditas Kopi*. Diakses dari <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2021/01/Kopi-Ringkasan-Eksekutif.pdf> pada 31 Maret 2023
- Natalia, Fransisca. (2022). *Jadi Komoditas Unggulan, Inilah Keistimewaan Kopi Indonesia Dibanding Negara Lain*. Dipetik 10 2022, dari Kompas TV: <https://www.kompas.tv/article/319762/jadi-komoditas-unggulan-inilah-keistimewaan-kopi-indonesia-dibanding-negara-lain>
- Nurhayati-Wolff, Hanadian. (2022, 4 14). *Export volume of coffee from Indonesia to Egypt from 2014 to 2021*. Dipetik 10 2022, dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1037584/indonesia-coffee-export-volume-to-egypt/>
- OECD.world. (2021). *Coffee in Malaysia*. Diakses dari <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/coffee/reporter/mys> pada 8 April 2023
- Prasetya, A. R. (2015). *Nation Branding: Komunikasi (Kenegaraan) Atau Komunikasi Pemasaran*. Dipetik 10 2022, dari Academia: [https://www.academia.edu/19420834/NATION\\_BRANDING\\_KOMUNIKASI\\_KENEGARAAN\\_ATAU\\_KOMUNIKASI\\_PEMASARAN](https://www.academia.edu/19420834/NATION_BRANDING_KOMUNIKASI_KENEGARAAN_ATAU_KOMUNIKASI_PEMASARAN)
- Rabbi, Cahya Puteri. (2021). *Kopi Robusta Indonesia Jadi Favorit Masyarakat Mesir, Kuasai 70% Impor*. Dipetik 10 2022, dari Katadata: <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/6178ef383449e/kopi-robusta-indonesia-jadi-favorit-masyarakat-mesir-kuasai-70-impor>
- Ridder, M. (2023) *Major Coffee Importing Countries Worldwide 2021*. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1096400/main-import-countries-for-coffee-worldwide/#:~:text=Major%20coffee%20importing%20countries%20worldwide%202021&text=The%20United%20States%20imported%20around,U.S.%20dollars%20worth%20of%20coffee> pada 7 April 2023
- Timorria, Iim Fathimah. (2021). *Produksi Kopi Brasil Turun, Indonesia Bisa Petik Peluang*. Diambil kembali dari *Ekonomi Bisnis*:

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20211104/12/1462163/produksi-kopi-brasil-turun-indonesia-bisa-petik-peluang>

- Trendeconomy.com. (2022). *Annual International Trade Statistic by Country : Japan – Imports and Exports, Coffee*. Diakses dari <https://trendeconomy.com/data/h2/Japan/0901> pada 7 April 2023
- Workman, Daniel. (2022). *Coffee Imports by Country: Coffee Imports into Germany by Source of Country*. Diakses dari <https://www.worldstopexports.com/coffee-imports-by-country/> pada 8 April 2023

## Skripsi

- Akbar, Luthfi Fadhlillah. (2017). *Kerjasama Indonesia-Korea Selatan Dalam Bidang Ekspor Biji Kopi*. Universitas Pasundan, Hubungan Internasional. Bandung: Universitas Pasundan.
- Anggraini, Dita Milih., Aminudin, Iwan., & Muhib, Acep (2020). *Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Internasional*. UIN Syarif Hidayatullah, Hubungan Internasional. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Permata, Febriana Suci. (2018). *Diplomasi Publik Indonesia Dalam Program World Ocean Conference (Woc) Di Manado Tahun 2009 Dan Manfaatnya Untuk Kedaulatan Laut Indonesia*. Universitas Pasundan, Hubungan Internasional. Bandung: Universitas Pasundan.
- Ranti, Cindi Sofia. (2021). *Strategi Gastro Diplomasi Kopi Indonesia Di Jerman Tahun 2019-2020*. UIN Sunan Ampel, Hubungan Internasional. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Novitasari, Reni. (2019). *Upaya Indonesia Untuk Internasionalisasi Kopi*. Universitas Jember, Hubungan Internasional. Jember: Universitas Jember.
- Ryandhani, M. S. (2022). *Diplomasi Indonesia Dan Jepang Melalui Water Environment Partnership In Asia (Wepa) Di Sungai Citarum*. Universitas Al Ghifari, Hubungan Internasional. Bandung: Universitas Al Ghifari.
- Sari, Desy Fatma. (2021). *Upaya Pemerintah Dalam Membangun Brand Image Indonesia Melalui Kopi*. Universitas Islam Indonesia, Hubungan Internasional. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Wicaksono, Dicky Prayoga. (2021). *Faktor-Faktor Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia ke Mesir Tahun 2015-2020*. Universitas Sriwijaya, Hubungan Internasional. Palembang: Universitas Sriwijaya.

## **Dokumen Resmi**

Kementerian Perdagangan. (2021). *Analisis Hasil Transaksi Pameran Luar Negeri Food Africa di Mesir*.

Kementerian Perdagangan. (2021). *Penandatanganan Kontrak/Purchasing Order di Trade Expo Indonesia ke-36 Tahun 2021*.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2018). Specialty Kopi Indonesia. *Warta Ekspor*. Diakses dari Ditjen PEN/MJL/13/II/2018.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Analisis Intelijen Bisnis Potensi Pasar Produk Biji Kopi Indonesia di Pasar Mesir*. Laporan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Factsheet Produk Kopi*. Laporan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan Directorate General for National Export Development.

## **Wawancara**

Wawancara dengan Atase Perdagangan Indonesia di Mesir, Irman Adi Purwanto. (2023).

Wawancara dengan Ketua Umum Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI) (2023)

Wawancara dengan Analyst Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan, Yafrizal (2023)