

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengonsumsi kopi saat ini merupakan kebudayaan yang sangat digemari oleh masyarakat dunia, dimana trend minum kopi sebagai pengganti minuman beralkohol dan bersoda mulai berkembang sejak lima tahun terakhir (Diany, 2021:3-5). Internasional Coffe Organization juga mencatat bahwasanya dalam periode tahun 2017-2021 terlihat konsumsi kopi dunia mengalami pasang surut. Hal ini terlihat dari data konsumsi kopi dunia sebesar 161.377 karung di periode tahun 2017/2018 naik menjadi 168.492 karung di periode tahun 2018/2019, kemudian turun menjadi 164.202 karung di periode tahun 2019/2020 dan naik kembali menjadi 166.346 karung di periode tahun 2020/2021. Walaupun terlihat adanya penurunan konsumsi sekitar 4.290 karung di periode tahun 2019/2020, jika di kumulatifkan secara keseluruhan konsumsi kopi dunia masih tumbuh sekitar 1%. Kawasan benua afrika merupakan daerah pengonsumsi kopi ke empat terbesar dunia. Walaupun berada di urutan ke empat, selama periode 2017-2021 kawasan Afrika menunjukkan persentase peningkatan konsumsi kopi tertinggi, yaitu sebesar 3,4 % disusul oleh Asia dan Oseania di angka 1,5 % serta Amerika Utara di posisi ketiga dengan persentase 1,2% (ICO, 2021).

Pasar kopi di Timur tengah dan Afrika juga diproyeksikan memiliki kemungkinan tumbuh 7,5% pada periode 2022-2027 (Mordor Intellegence, 2022). Mesir merupakan negara di kawasan Afrika dengan peningkatan konsumsi yang

paling tinggi dan signifikan selama periode 2017-2022, dimana pada periode pertama tahun 2018 konsumsi kopi mereka mencapai 45.000 ton yang mana naik 5.000 ton dari tahun sebelumnya. Dimana setelah ramadan 2018 permintaan akan kopi di Mesir juga meningkat sebesar 30%. Kepala divisi kopi Mesir, yaitu Hassan Fawzi juga menyatakan bahwasanya setiap tahunnya terjadi peningkatan impor kopi yang dilakukan oleh Mesir sebesar 10% (El-Behary, 2018).

Pada Tahun 2019 konsumsi kopi perkapita Mesir mengalami peningkatan yang sangat signifikan, yaitu sebesar 0,570 kg atau meningkat 104% dari tahun sebelumnya (Helgi Library, 2022). Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir Mesir juga merupakan salah satu negara dengan peningkatan trend konsumsi kopi terbesar di dunia, dimana dari tahun 2017-2021 trend impor kopi dari dunia oleh Mesir tercatat sebesar 8,3% (Yafrizal Daniel, 2023).

Diketahui juga bahwasanya Mesir bukan negara yang memproduksi kopi, dimana Mesir sangat bergantung kepada negara-negara produsen kopi dunia seperti Indonesia, Brazil, dan Vietnam dalam memenuhi permintaan konsumsi kopi domestik mereka. Kondisi iklim dan geografis Mesir membuat mereka tidak mampu mengembangkan kopi secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya. Mesir dapat digolongkan sebagai negara HUB, karena Mesir dominan sebagai negara pintu gerbang produk-produk Indonesia untuk masuk ke kawasan Afrika dan juga Eropa (Daniel, 2023).

Data-data di atas menunjukkan bahwasanya Mesir merupakan salah satu pasar yang sangat menjanjikan bagi negara-negara produsen kopi dunia, yang mana salah satunya adalah Indonesia (ICO, 2021). Sebagai penyumbang devisa di

sektor pertanian Indonesia, kopi menjadi gantungan hidup bagi 1,8 juta petani dan hampir 70 ribu karyawan yang bergerak di seluruh industri kopi. Hal ini menunjukkan bahwa kopi memegang peranan yang cukup vital bagi pendapatan nasional dan kehidupan masyarakat di Indonesia (Diany, 2021).

Pada tahun 2021 yang lalu juga terlihat bahwasanya ekspor kopi Indonesia mengalami *rebound* seiring dengan peningkatan harga kopi dunia, hal ini menunjukkan bahwasanya kopi menjadi salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peluang tinggi menyumbang devisa yang besar di masa yang akan datang. Indonesia eximbank institute juga mencatat bahwasanya di tahun 2022 permintaan kopi dunia meningkat seiring dengan harganya yang semakin tinggi dan pasarnya yang semakin meluas (Sutrisno, 2022). Menurut data dari publikasi badan pusat statistik Indonesia, mulai tahun 2018-2021 volume atau nilai ekspor kopi Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2018 volume ekspor Indonesia mencapai 280 ribu ton, tahun 2019 volume ekspor kopi bertambah menjadi 359,1 ribu ton, tahun 2020 angka volume ekspor kopi Indonesia bertambah lagi menjadi 379,354 ribu ton, dan data terakhir mencatat pada tahun 2021 volume ekspor kopi Indonesia mencapai angka 387,26 ribu ton ditambah dengan setiap tahunnya perbandingan antara nilai ekspor dan impor kopi Indonesia selalu mengalami surplus (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022).

Di pasar kopi Afrika khususnya Mesir, kopi Indonesia memperlihatkan perkembangan dan keberhasilan yang sangat signifikan. Berdasarkan data badan pusat statistik pada bulan februari 2020, Indonesia menjadi negara pengeksport

kopi terbesar ke Mesir. Sampai saat ini kopi menunjukkan perkembangan yang sangat menjanjikan di pasar Mesir dimana Indonesia juga merupakan negara asal impor pertama Mesir untuk produk kopi dengan *trend* impor dari tahun 2017-2021 sebesar 4 % yang mana tergolong cukup tinggi dan Mesir juga merupakan negara tujuan ekspor ke-2 Indonesia dengan total nilai ekspor sebesar 82,12 juta USD dengan *trend* ekspor sebesar 12,12 % (Yafrizal Daniel, 2023).

Peningkatan Volume dan Nilai ekspor kopi Indonesia ke Mesir yang terjadi secara signifikan dalam periode 2018-2022 ditambah kesuksesan ekspor kopi ini terjadi di masa pandemi covid-19 ini membuat peneliti merasa menarik untuk melihat bagaimana strategi-startegi yang dilakukan oleh Indonesia sehingga ekspor kopi Indonesia dapat naik secara signifikan di kawasan Afrika Utara khususnya Mesir dan menjadi eksportir kopi utama disana.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis akhirnya menentukan rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Aktor Pemerintah dan Non-Pemerintah Indonesia sehingga berhasil menjadi eksportir kopi utama di Mesir ?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada dua tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dua tujuan itu, adalah tujuan umum dan tujuan khusus:

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya ataupun strategi yang dilakukan oleh suatu negara dalam mencapai tujuannya dalam kegiatan hubungan internasional dengan negara lain.

1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk memecahkan rumusan masalah tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh aktor pemerintah dan *stakeholder* kopi Indonesia sehingga berhasil menjadi eksportir kopi utama di Mesir.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat yang diharapkan dapat diberikan oleh penelitian ini. Adapun manfaat yang dimaksud penulis adalah, sebagai berikut;

1.4.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penerapan teori perdagangan Internasional dan konsep diplomasi dalam studi Hubungan Internasional.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pembaca tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh Indonesia sehingga berhasil menjadi eksportir kopi terbesar di Mesir.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian untuk membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia sudah cukup banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Di dalam melakukan suatu penelitian, seorang peneliti harus menggunakan acuan sebagai perbandingan dan tolak ukur sejauh mana kebaruan yang dapat diberikan dari penelitian tersebut. Terdapat tiga penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam penelitian ini, yaitu:

Pertama, Jurnal dari Alvira Rizki Wulandari dan Dadan Suryadipura (2021) yang menggambarkan tentang bagaimana diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia terhadap Australia dalam program IACEPA pada masa pemerintahan presiden Joko Widodo. Dalam jurnal ini peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial dari Reuves dan Ruel. Dimana penelitian ini mencoba untuk menggali peranan dari kelompok bisnis yang tergabung dalam IA-BPG dalam membantu pemerintahan Indonesia mensukseskan kerjasama IA-CEPA. Dalam riset ini peneliti juga menggunakan metode kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Dan untuk jangkauan penelitian, jurnal ini memuat data dari tahun 2014-2019. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah, negara yang menjadi Objek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Mesir. Peneliti juga terlebih dahulu akan melakukan analisis menggunakan perpektif teori perdagangan internasional, konsep diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial untuk melihat mengapa Indonesia sukses menjadi eksportir kopi utama di Mesir. Untuk jangkauan penelitiannya sendiri, peneliti menetapkan periode tahun 2019-2023.

Kedua, adalah penelitian dari Rara Shertina (2019). Dimana dalam penelitian ini dilakukan pembahasan tentang kegiatan diplomasi kopi yang dilakukan Indonesia di Amerika Serikat, dalam penelitian ini peneliti ingin memperlihatkan hasil diplomasi kopi dalam kerjasama ekspor kopi antara Indonesia dengan Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan memberikan gambaran umum ekspor kopi Indonesia dengan Amerika Serikat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah, negara objek penelitian sudah berbeda dimana peneliti menggunakan Mesir sebagai Objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan lebih berfokus kepada analisis menggunakan teori perdagangan internasional dan konsep diplomasi.

Ketiga, adalah penelitian dari Wandu Abbas, Asma Amin, dan Lisnaryana (2023). Dimana penelitian ini juga membahas strategi yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi Mesir. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dengan konsep perdagangan internasional dan konsep diplomasi komersial. Penelitian ini hanya fokus melihat apa yang dilakukan pemerintah Indonesia di Mesir. Penelitian ini juga hanya mengambil data secara kepustakaan.

Berdasarkan tiga acuan penelitian di atas, peneliti memberikan perspektif berbeda dan pembaharuan data mengenai strategi pengembangan kegiatan perdagangan internasional yang dilakukan oleh Indonesia bukan hanya dari apa yang dilakukan oleh aktor pemerintah saja namun bagaimana keterlibatan aktor non-pemerintah Indonesia di dalamnya. Perspektif berbeda didapatkan dengan

memberikan memilih negara objek penelitian yang berbeda, cara pengambilan data yang lebih komprehensif dengan melakukan wawancara langsung kepada aktor terkait dan menggunakan teori perdagangan internasional, konsep diplomasi ekonomi dan komersial dalam memperlihatkan bentuk strategi yang lebih jelas mengenai upaya yang dilakukan oleh Indonesia.

Adapun kerangka konsep yang dipakai dalam menganalisis dan mencari jawaban atas rumusan masalah penelitian ini adalah, Teori Perdagangan Internasional, Konsep Diplomasi Ekonomi dan Konsep Diplomasi Komersial.

1.5.1 Teori Perdagangan Internasional

Di era modern saat ini kegiatan perdagangan internasional dapat dikatakan sebagai praktek yang dilakukan negara untuk memperkuat topangan ekonominya. Dimana kegiatan perdagangan Internasional terjadi akibat adanya interaksi antara kegiatan permintaan dan penawaran antar negara dengan memperhitungkan serangkaian pertimbangan dalam hal ini adalah keuntungan. Adanya perbedaan antara permintaan dan penawaran ini terjadi karena negara tidak memiliki dan mampu untuk memproduksi semua jenis komoditas yang diperdagangkan. Faktor-faktor seperti letak geografis, ketersediaan kandungan sumber daya alam, dan tingkat kemampuan dalam mengefisiensikan sumber daya alam menjadi kunci di dalam ketersediaan komoditas perdagangan tadi .

Menurut Setiawan dan Lestari (2011:11), terjadinya revolusi informasi dan transportasi, interpendensi kebutuhan, liberalisasi ekonomi, asas kebutuhan komparatif, dan kebutuhan devisa merupakan faktor sehingga terjadinya kegiatan

perdagangan internasional (Riadi, Beranda Ekonomi, 2018). Perdagangan Internasional juga dapat di definisikan sebagai transaksi dagang antara subjek ekonomi negara dengan subyek ekonomi dari negara lain baik mengenai barang ataupun jasa-jasa. Dalam pengertian ini subjek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan impor, perusahaan ekspor, perusahaan negara, perusahaan industri, pihak kementerian/lembaga pemerintah dimana dapat dilihat dari neraca perdagangan. Perdagangan Internasional merupakan kegiatan yang melibatkan individu, kelompok, dan pemerintah dalam suatu proses transaksi lintas batas negara, yang mana ketiga aktor tadi bekerjasama dan di atur di dalam kesepakatan bersama dan ditaatati secara seksama. David Ricardo yang juga merupakan ahli di dalam bidang teori perdagangan internasional kontemporer memberikan pengembangan kepada konsep keunggulan komparatif dimana beliau mengatakan bahwasanya nilai keunggulan komparatif dari suatu komoditas dapat digunakan sebagai alat meningkatkan efektifitas perdagangan serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi. David Ricardo dalam bukunya *Principles of Political Economy and Taxation* juga mengatakan lalulintas pertukaran internasional hanya akan berlaku antara dua negara yang di antara mereka tidak ada tembok pabean (Yuniar, 2012).

Adanya keutungan dalam hal keunggulan komparatif yang dimiliki suatu komoditas ekspor negara akan lebih optimal didalam implementasinya ketika diselaraskan dengan kegiatan kerjasama dan branding yang dilakukan oleh negara tersebut, dimana kegiatan diplomasi merupakan suatu upaya yang dapat dilakukan dalam mengoptimalkan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu negara.

1.5.2 Konsep Diplomasi Ekonomi

Kenyataan di era persaingan ekonomi global saat ini yang dimana setiap harinya ancaman terhadap keamanan ekonomi semakin nyata terlihat membuat peran diplomasi ekonomi menjadi salah satu bagian yang penting dalam kegiatan diplomasi suatu negara. Diplomasi Ekonomi memiliki peran dalam penyediaan informasi analitik tentang isu-isu perekonomian bagi instansi pemerintah sekaligus meningkatkan perhatian masyarakat tentang isu-isu yang membahas tentang kepentingan ekonomi negara. Bukan hanya dalam sektor penyediaan data analitik tentang isu-isu ekonomi, diplomasi ekonomi juga memiliki peran dalam membentuk suatu ekosistem investasi yang baik, contohnya dengan promosi investasi nasional/lokal, melakukan kegiatan lobi program yang khusus membahas kepentingan negara, menurunkan tekanan politik di dalam dalam sistem investasi, dan pemberian program dan mekanisme investasi menarik bagi para investor lokal/nasional dan tidak berhenti pada penyediaan sistem saja namun harus juga adanya pendampingan negara pada saat promosi investasi lokal/nasional (Manasserian, 2017). Diplomasi tidak hanya terpaku pada kegiatan yang didasarkan kepada kepentingan politik, di era perekonomian dunia yang semakin terbuka ini kehadiran diplomasi ekonomi sebagai penyelesaian konflik menjadi suatu pilihan terbaik dan tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan hubungan internasional (Zirovcic, 2016, hal. 8). Bidang hubungan ekonomi dan politik internasional adalah latar dari semua proses dan fenomena yang dibahas di dalam diplomasi ekonomi. Kegiatan-kegiatan seperti internasionalisasi perusahaan, investasi asing, negosiasi dan kontrak kemersial antar negara merupakan bagian

dari diplomasi ekonomi. Di era modern saat ini kita mengenal bahwasanya berbagai jenis merek menjadi standar kualitas suatu komoditas barang, negara juga sama, dimana mereka mencoba untuk menjadi merek itu, contohnya misalkan anggur dan keju terbaik berasal dari Prancis, mobil dan barang teknis berasal dari Jerman, negara perbankan terbaik adalah Swiss dan negara-negara skandinavia merupakan negara yang fokus pada perbaikan lingkungan. Pengakuan akan merek inilah yang dikejar oleh negara melalui kegiatan diplomasi mereka, yang mana sukses dan tidaknya “*country branding*” yang dilakukan oleh negara tergantung pada apakah mereka diakui sebagai standar itu atau tidak (Zirovcic, 2016, hal. 2).

Diplomasi ekonomi secara umum dapat diartikan sebagai aktivitas diplomatik, yang mana memusatkan kegiatan diplomasi pada kepentingan ekonomi sebagai tujuan utama dalam level internasional (Baranay, 2009). Dalam definisi yang lain, diplomasi ekonomi diartikan sebagai suatu kegiatan dimana negara melakukan interaksi dengan publik luar negeri dalam upaya memaksimalkan tujuan ekonomi yang hendak dicapai negara tersebut (Rana, 2007). Berridge and James juga menjelaskan bahwasanya diplomasi ekonomi merupakan jenis diplomasi yang menggunakan sumber daya ekonomi sebagai hadiah atau hukuman (bantuan pembangunan ekonomi/sanksi ekonomi) untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri tertentu dan hal ini disebut sebagai keahlian ekonomi (Zirovcic, 2016).

Salah satu bagian daripada diplomasi ekonomi yang menjadi diplomasi pendukung di era postmodern adalah diplomasi komersial, yang mana melibatkan aktor non-pemerintah di dalamnya.

1.5.3 Konsep Diplomasi Komersial

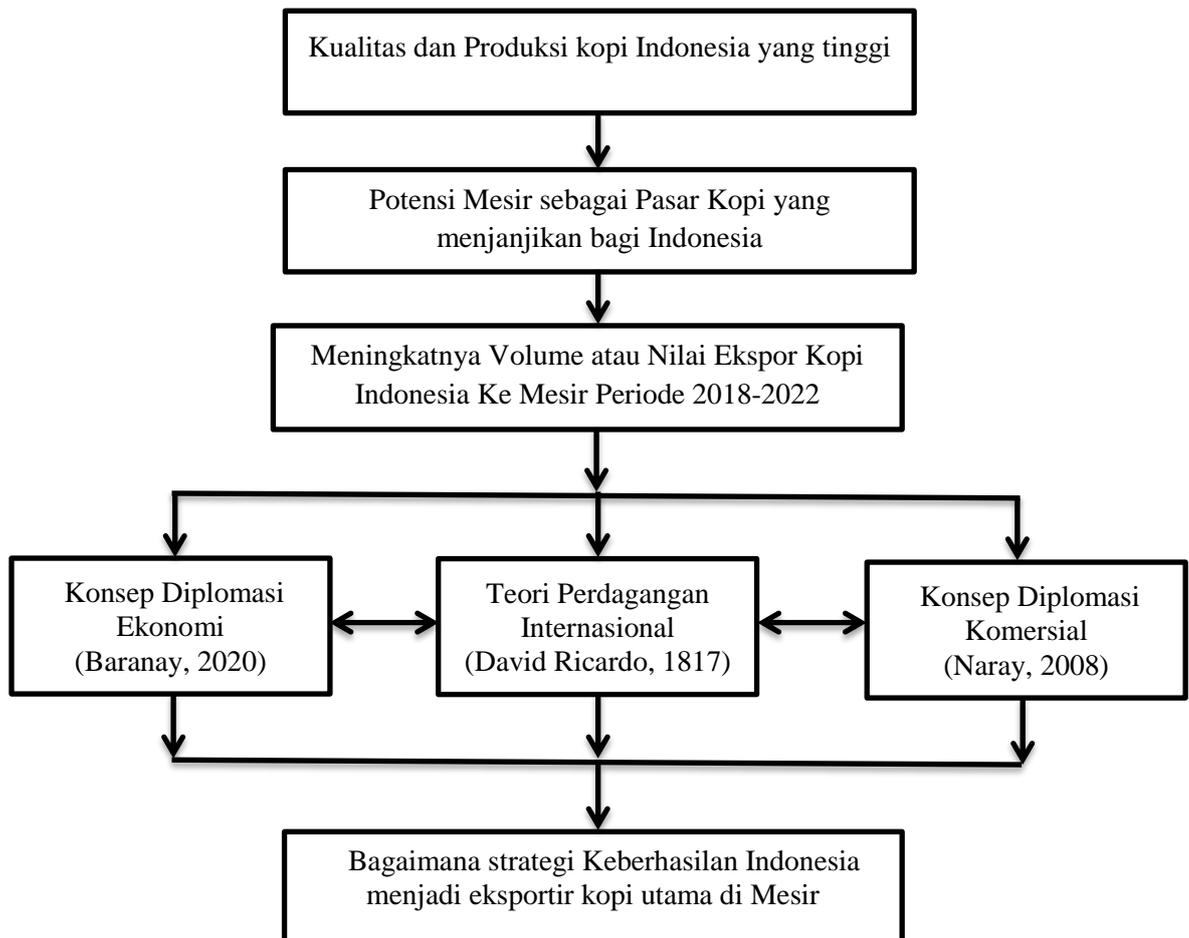
Konsep diplomasi komersial dan diplomasi ekonomi sering digunakan secara bergantian dalam beberapa literatur, yang mana ada beberapa ahli diplomasi yang menulis bahwasanya diplomasi komersial merupakan bagian dari diplomasi ekonomi (Okano-Heijmans, 2011). Walaupun merupakan bagian dari diplomasi ekonomi, diplomasi komersial memiliki pengertiannya tersendiri, yang mana menunjukkan kedua konsep ini berbeda secara pengertian namun berkaitan satu sama lain.

Untuk konsep diplomasi komersial, secara umum memiliki pengertian sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perwakilan negara dalam rangka mendorong pengembangan bisnis melalui serangkaian promosi bisnis dan kegiatan fasilitasi. Sektor-sektor seperti, perdagangan, investasi, pariwisata, citra negara, dan promosi ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan lapangan bagi penerapan diplomasi komersial (Naray, 2008). Diplomasi komersial juga diartikan sebagai segala kegiatan diplomatik yang dilakukan untuk mempromosikan bisnis nasional di luar negeri dan menciptakan peluang bisnis di masa yang akan datang (Efe Sevin, 2016). Berdasarkan Internastional Trade Administration (2022), ada beberapa tujuan dilakukannya diplomasi komersial. Adapun tujuan-tujuan ini adalah: Yang pertama, mengurangi, menghapus dan mencegah

hambatan perdagangan luar negeri. Yang kedua, memfasilitasi transaksi ekspor. Yang ketiga, menciptakan atau meningkatkan peluang dan bisnis internasional.

Profesor Khisan Rana juga memberikan penjelasan bahwasanya kegiatan analisis, membuat bahan informasi dasar, memahami lingkup pekerjaan, kerja tim, delegasi, dan promosi negara merupakan metode dan prosedur yang harus dilakukan di dalam kegiatan diplomasi komersial (Zirovcic, 2016, hal. 10-11).

Gambar 1.1 Bagan Alur Pemikiran



1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Definisi Konseptual

Berdasarkan definisi para ahli di bagian kerangka berpikir, penulis mencoba untuk merumuskan definisi konseptual sebagai berikut:

A. Teori Perdagangan Internasional

Untuk definisi teori perdagangan Internasional, penulis mendasarkannya pada definisi teori perdagangan Internasional menurut beberapa ahli seperti Krugman dan Obstfeld (2000), Salvatore (2000), Jhon Stuart Mill (1848), dan David Ricardo(1817). Indonesia memanfaatkan keunggulan komparatif kopinya sebagai faktor pendukung dalam kegiatan diplomasinya .

B. Diplomasi Ekonomi

Untuk definisi konsep diplomasi ekonomi, penulis mendasarkannya pada definisi diplomasi ekonomi menurut beberapa ahli, yaitu Baranay (2009), Rana (2007), Berridge and James (2001). Dimana pemerintah Indonesia melakukan kegiatan diplomasi ekonomi guna meningkatkan nilai dan volume ekspor kopi Indonesia ke Mesir.

C. Diplomasi Komersial

Untuk definisi tentang konsep diplomasi komersial, penulis mendasarkannya pada definisi diplomasi komersial menurut beberapa ahli, seperti Okano-Heijmans (2011), Baranay (2009), Rana (2007), Naray (2008), Efe Sevin (2016). Dimana diplomasi komersial merupakan salah satu bentuk dari diplomasi dukungan yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan permintaan

kopinya di Mesir melalui kegiatan promosi bisnis dan pemberian bantuan kepada para pebisnis kopi Indonesia yang bergerak di pasar kopi Mesir.

1.6.2 Definisi Operasional

A. Teori Perdagangan Internasional

Penelitian ini juga menggunakan Teori Perdagangan Internasional, khususnya konsep teori perdagangan dari David Ricardo tentang *comparative advantage*. Maka dari itu data yang dibutuhkan adalah:

Apakah faktor keunggulan komparatif dari komoditas kopi Indonesia digunakan dalam kegiatan kerjasama perdagangan kopi di Mesir ?

B. Konsep Diplomasi Ekonomi

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan dua konsep di dalam menjelaskan strategi yang dilakukan oleh Indonesia di Mesir, salah satunya adalah konsep diplomasi ekonomi. Maka dari itu data yang dibutuhkan adalah:

1. Mempertanyakan tentang apakah ada kegiatan diplomasi ekonomi yang dilakukan oleh aktor pemerintah dan non-pemerintah Indonesia di Mesir dalam bidang pengembangan ekspor kopi ?
2. Mempertanyakan tentang siapa saja aktor yang terlibat di dalam melakukan diplomasi ekonomi Indonesia di Mesir ?

C. Konsep Diplomasi Komersial

Penelitian ini juga menggunakan konsep diplomasi komersial sebagai konsep pendukung di dalam menjelaskan bagaimana strategi diplomasi Indonesia

ke Mesir guna meningkatkan ekspor komoditas kopi. Maka dari itu indikator yang harus diketahui adalah:

1. Mempertanyakan apakah ada kegiatan yang dilakukan pemerintah Indonesia guna melakukan pendukungan terhadap perkembangan bisnis kopi Indonesia di Mesir.
2. Bagaimana dampak daripada diplomasi pendukungan yang dilakukan oleh pemerintah ini terhadap permintaan kopi Indonesia di Mesir.

1.7 Argumen Penelitian

Berdasarkan Teori dan dua konsep yang dipakai oleh penulis di dalam penelitian ini, peneliti memiliki argumen bahwasanya keberhasilan peningkatan ekspor kopi yang terjadi secara signifikan ke Mesir tidak terlepas daripada peran aktor pemerintah dan non pemerintah Indonesia. Keberhasilan Indonesia menjadi eksportir kopi utama di Mesir adalah karena aktor pemerintah dan *stakeholder* industri perkopian Indonesia melakukan kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh dengan pihak importir kopi dan pemerintah Mesir.

Kegiatan kerjasama ini juga di dukung oleh adanya kegiatan bantuan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui penyelenggaraan event-event pameran dan workshop kopi yang mana bertujuan untuk memperkenalkan kopi Indonesia kepada publik dan khususnya para pebisnis kopi mesir yang mana menjadi target utama. Kegiatan branding kopi yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia ini memberikan dampak positif dimana masyarakat Mesir khususnya para pebisnis kopi di Mesir semakin mengenal dan menambah ketertarikan

mereka terhadap kopi Indonesia. Peningkatan efektifitas dari dua strategi ini juga tidak dapat dilepaskan dari peran keunggulan komparatif kopi Indonesia yang digunakan sebagai nilai tambah dalam membangun kerjasama perdagangan kopi dengan Mesir.

Kegiatan yang dilakukan oleh aktor pemerintah dan non-pemerintah Indonesia ini dapat dikategorikan ke dalam kegiatan diplomasi ekonomi dan komersial yang mana membawa dampak positif khususnya bagi perkembangan dan peningkatan dalam sektor industri kopi Indonesia di Mesir selama lima tahun ke belakang. Jadi sebagai argumen awal, peneliti menduga bahwasanya kunci dari kesuksesan Indonesia menjadi eksportir kopi utama di Mesir di sebabkan oleh dilaksanakannya strategi diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial yang di dukung dengan menggunakan keunggulan komparatif kopi Indonesia sebagai nilai tambah oleh stakeholder perkopian Indonesia di Mesir.

1.8 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang dipakai oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Perspektif subjek merupakan bagian yang paling diperlihatkan di dalam suatu penelitian kualitatif, dimana penggunaan landasan teori dipergunakan agar fokus dari penelitian sama dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi di lapangan (Syafnidawaty, 2020). Penggunaan metode penelitian kualitatif ini akan membantu penulis di dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan.

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini adalah penggunaan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang berusaha untuk melakukan penggambaran terhadap suatu kondisi secara spesifik dan runtun, dimana penelitian dengan tipe ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menjelaskan dan memvalidasi suatu kondisi atau kejadian (Salma, 2021). Penulis akan melakukan penggambaran mengenai bagaimana upaya ataupun strategi yang dilakukan oleh aktor pemerintah ataupun non-pemerintah Indonesia dalam mengoptimalkan peluang pasar kopi Indonesia di Mesir dan membuat Indonesia menjadi pengeksport kopi terbesar ke pasar Mesir.

1.8.2 Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan semua aktor yang ikut terlibat melakukan kegiatan di dalam suatu lingkup topik yang sedang diteliti (Hayati, 2022). Dimana penulis menentukan subjek penelitian ini adalah aktor dan non pemerintah dari Indonesia. Dimana mengacu pada praktek strategi pengoptimalan peluang ekspor kopi Indonesia ke Mesir ini pastinya aktor pemerintah dan non pemerintah Indonesia memegang peranan penting di dalam keberhasilan ini.

1.8.3 Jangkauan penelitian

Untuk memudahkan peneliti di dalam melakukan analisis, peneliti memberikan batasan jangkauan penelitian selama 5 tahun, dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2022 .

1.8.4 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi tempat sebenarnya suatu penelitian dilakukan dan juga dapat disebut sebagai tempat penelitian klinis dan/atau Tempat penelitian non-klinis dilakukan (Law Insider, 2023). Dalam penelitian ini, penulis menetapkan dua situs penelitian, yaitu Indonesia dan Mesir. Karena dua negara ini merupakan objek dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

1.8.5 Sumber Data

Untuk sumber data, penelitian ini akan memanfaatkan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dimana data ini diperoleh dengan memanfaatkan partisipasi aktif dari peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan di dalam penelitian dalam bentuk kegiatan observasi, wawancara, survei, kuisioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan diperoleh dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder ini berbentuk dokumen yang mana dapat diperoleh dari buku, jurnal ataupun situs internet yang terpercaya (Kanal Informasi, 2016).

Dalam penelitian ini data sekunder akan mendukung data primer yang akan diperoleh oleh penulis. Data dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti ini nantinya akan di dukung oleh data sekunder yang dikumpulkan peneliti lewat peneliti akan memanfaatkan penelitian, jurnal, buku, dan *website* yang relevan.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode untuk menemukan sumber referensi yang mana akan dipergunakan untuk mencari solusi dan mengatasi suatu masalah (WorldSustainable, 2019). Dalam penelitian ini, teknik wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

1.8.7 Teknik Analisis Data

Menurut Stainback teknik analisis data merupakan suatu proses yang kritis, dimana dilakukannya pengkajian dan pemahaman hubungan dan konsep dalam data, sehingga suatu hipotesis dapat lebih dalam dikembangkan (Hafizha, 2023). Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan dan diperoleh oleh penulis akan di analisis. Analisis ini dilakukan agar data yang dikumpulkan oleh penulis dapat memenuhi persyaratan untuk mendukung argumen yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data *grounded theory*. Dimana di dalam metode analisis data ini, penulis akan melakukan tiga tahap analisis data, yaitu tahap pengambilan data tekstual dan dipecah menjadi beberapa bagian terpisah (*open coding*), tahap penarikan hubungan antara kode yang dipecah (*axial coding*), dan yang terakhir adalah pemilihan satu kategori pusat yang menghubungkan semua kode analisis yang memperjelas esensi penelitian ini (*selective coding*). Metode ini diharapkan mampu untuk menganalisis data penelitian dan memudahkan penulis di dalam memecahkan rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya.

1.8.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian Bab pertama ini akan dilakukan pembahasan mengenai pendahuluan. Dimana pembahasan mengenai pendahuluan ini terdiri dari beberapa subbab, yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah yang sudah ditentukan untuk dipecahkan, teori dan konsep yang ingin dipakai sebagai pisau analisis di dalam menjawab rumusan masalah, bagan alur berpikir untuk memudahkan pembaca di dalam melihat alur dari masalah di dalam penelitian, argumen penelitian, dan yang terakhir adalah pembahsan tentang metode penelitian yang dipakai.

BAB II: PEMBAHASAN MENGENAI PERKEMBANGAN KOPI DI INDONESIA DAN MESIR

Pada bab kedua ini, penelitian akan dimulai dengan menjelaskan bagaimana dinamika perkembangan kopi di pasar Global, Indonesia dan Mesir.

BAB III: PEMBAHASAN MENGENAI STRATEGI AKTOR PERKOPIAN INDONESIA DALAM KEBERHASILANNYA MENJADI NEGARA EKSPORTIR KOPI UTAMA DI MESIR

Dalam bab ini akan dilakukan kegiatan analisis dan penyajian data untuk akhirnya menemukan jawaban dari rumusan masalah. Data yang diperoleh nantinya adalah bagaimana starteji yang dilakukan oleh Indonesia di Mesir

selama 5 tahun terakhir untuk meningkatkan ekspor kopinya yang mana nantinya akan di analisis menggunakan, Teori Perdagangan Internasional, konsep diplomasi ekonomi dan konsep diplomasi komersial.

BAB IV: PENUTUP

Dalam Bab empat ini akan dicantumkan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.