

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang pertama kali dibudidayakan di wilayah Timur Tengah dan mulai diperdagangkan oleh pedagang Arab di wilayah Yaman pada abad ke-15. Sejak saat itu, kopi menjadi konsumsi populer di beberapa wilayah negara Eropa. Biji kopi yang dibawa ke negara-negara Eropa tidak tumbuh dengan baik, sehingga kopi tersebut dibawa ke negara jajahan seperti Indonesia oleh Belanda pada abad ke-17 (Sasame Coffee, 2018). Melalui VOC, Belanda menyebarkan biji kopi tersebut ke beberapa wilayah di Jawa Barat, yang berhasil dibudidayakan. Dari keberhasilan tersebut, persebaran kopi di Indonesia meluas ke Sumatra, Jawa, Bali, Flores, dan Papua, menjadikan Indonesia produsen kopi utama hingga saat ini (Tanamera Coffee, 2018).

Saat ini, kopi merupakan salah satu komoditas pangan terbesar pada lingkup perdagangan internasional yang banyak diminati oleh masyarakat di seluruh dunia (Liputan6, 2019). Tercatat dalam setahun, diambil dari beberapa sampel negara konsumsi kopi terbanyak, kopi yang dikonsumsi setiap tahunnya bisa mencapai 60 juta karung lebih (International Coffee Organization, 2018).

Di dalam negeri sendiri, kopi menjadi primadona pangan bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, kopi juga menjadi komoditas utama Indonesia pada sektor pertanian dan perkebunan, serta peringkat ketiga komoditas setelah minyak bumi dan gas. Hal ini dapat dipastikan dengan posisi Indonesia yang menempati peringkat keempat sebagai negara penghasil kopi (International Coffee Organization, 2019).

Meskipun tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia masih rendah, kopi Indonesia perlu diekspor ke negara lain karena Indonesia merupakan salah satu produsen kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam (Databooks, 2023).

Pada dasarnya Indonesia memiliki keunggulan cukup tinggi pada produk kopi, mulai dari biji hingga hasil jadi yang berpotensi besar laku dijual di dalam negeri maupun diekspor ke beberapa negara peminat (International Coffee Organization, 2019, hal.4).

Ekspor kopi memiliki dampak bagi ekonomi negara. Ekspor memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan GDP di Indonesia. Berdasarkan perkembangan ekspor Indonesia, sebagian besar produk ekspor negara ini adalah ekspor non-migas. Pada periode 2012 hingga 2018, peran ekspor non-migas Indonesia berada di kisaran 80-90%, sementara ekspor migas hanya berkontribusi sebesar 9-19%. Upaya peningkatan ekspor Indonesia terus dilakukan melalui berbagai strategi, termasuk pengembangan ekspor produk non-migas, untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Saragih et al., 2018). Tidak hanya terlihat dari segi pendapatan nasional, tetapi juga dari penciptaan lapangan kerja di sektor pertanian dan perkebunan. Industri kopi mempekerjakan jutaan pekerja di seluruh rantai pasok, mulai dari petani, pekerja perkebunan, hingga tenaga kerja di sektor pengolahan dan distribusi (Suryantini, 2005). Selain itu, ekspor kopi juga mendorong pertumbuhan sektor lain seperti logistik dan transportasi.

Meskipun Indonesia menjadi salah satu negara produksi kopi terbesar di dunia, tak terbantahkan masih terdapat kekurangan yang terjadi pada ekspor kopi Indonesia ke Negara lain. Pertama adalah pertumbuhan jumlah ekspor kopi Indonesia yang fluktuatif dalam beberapa tahun kebelakang (BPS, 2023). Selain itu terdapat factor-faktor tertentu mengapa pertumbuhan ekspor kopi Indonesia mengalami penurunan juga kenaikan yang fluktuatif. Factor-faktor tersebut diantaranya diversifikasi produk kopi Indonesia yang kurang variatif sehingga daya saing penjualannya masih kalah dengan negara lain seperti Brazil dan Vietnam yang menempati urutan satu dan dua negara eksportir kopi terbesar di dunia. Terkait dengan ekspor kopi, upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi ke Jepang, dijelaskan bahwa ada keterkaitan kaitan antara keunggulan komoditi, permintaan komoditi, dan tujuan komoditi untuk strategi nasional (Cintia, 2017). Selain faktor

yang mempengaruhi ekspor biji kopi Indonesia, termasuk daya saing, harga domestik dan internasional, permintaan luar negeri, dan mata uang (Budianto, 2011).

Kementerian Luar Negeri, bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sering mengadakan berbagai festival dan pameran yang menampilkan kopi khas Indonesia. Pada tahun 2019, ekspor kopi Indonesia terutama ditujukan ke sepuluh negara, dengan Amerika Serikat dan Jepang sebagai tujuan utama. Amerika Serikat menyumbang 28,75% dari total ekspor kopi Indonesia, dengan nilai ekspor sebesar USD 253,87 juta, sedangkan Jepang menyumbang 7,76% dengan nilai ekspor sebesar USD 68,57 juta. Di sisi impor, Vietnam menjadi negara asal impor kopi terbesar untuk Indonesia, dengan nilai impor sebesar USD 35,24 juta (53,24%). Brazil menempati urutan kedua dengan nilai impor USD 10,33 juta (15,60%), diikuti oleh Timor Leste dengan USD 5,83 juta (8,80%) dan Malaysia dengan USD 4,81 juta (7,27%). Negara-negara lain seperti Amerika Serikat, Cina, dan Italia masing-masing menyumbang kurang dari 3% dari total nilai impor kopi Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023).

Berdasarkan data ekspor kopi Indonesia pada tahun 2015-2019, sekitar 99% dari total ekspor kopi Indonesia berupa biji kopi. Tingginya volume ekspor ini menempatkan Indonesia sebagai negara eksportir kopi terbesar kedelapan di dunia, setelah Brazil, Vietnam, Kolombia, Jerman, Swiss, Italia, dan Honduras, dengan kontribusi sebesar 3,38% terhadap total ekspor biji kopi dunia (Analisis Kinerja Perdagangan Kopi Semester I Tahun 2020).

Namun, di balik prestasi tersebut, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia mengenai diplomasi ekspor kopi. Dimana beberapa petani memilih mengganti tanaman kopi di kebun mereka dengan komoditas lain yang dianggap lebih menguntungkan secara ekonomi, seperti kelapa sawit dan kakao. Ini mengakibatkan penurunan luas lahan kebun kopi di Indonesia. Selain itu, sebagian besar produksi kopi Indonesia terdiri dari varietas robusta berkualitas rendah. Tantangan lainnya adalah kondisi cuaca yang tidak pasti, seperti curah hujan tinggi

dan angin kencang, yang sering merusak tanaman kopi sebelum panen (Widiastutie dkk, 2018).

Pengupayaan peningkatan ekspor kopi yang signifikan, terdapat banyak cara salahsatunya adalah melalui Diplomasi. Diplomasi sendiri juga terbagi ke banyak konsep yang masing-masing disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai. Diplomasi sendiri dapat diartikan sebagai ilmu politik dimana para aktor menggunakan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (G.R. Berridge, 2023.). Sejalan dengan tujuan utama diplomasi untuk mencapai kesepakatan bersama dan memenuhi tujuan nasional, diplomasi kopi bertujuan meningkatkan ekspor dan mempromosikan kopi Indonesia di kancah internasional (Shertina, 2020). Di tingkat pemerintah, konsep diplomasi kopi pernah dilakukan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo saat mengunjungi Selandia Baru pada tahun 2018, di mana beliau memperkenalkan kopi Indonesia kepada Gubernur Jenderal Wellington, Dame Patsy Reddy (Riana, 2018).

Kegiatan diplomasi ini menunjukkan upaya pemerintah dalam mempromosikan kopi Indonesia di mata dunia. Presiden Joko Widodo tidak hanya memperkenalkan produk kopi, tetapi juga memperkuat hubungan bilateral dengan negara-negara tujuan ekspor kopi. Dalam kunjungannya, Jokowi membawa beberapa contoh kopi Indonesia sebagai simbol persahabatan dan upaya untuk membuka peluang ekspor lebih besar. Diplomasi semacam ini sangat penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan citra kopi Indonesia di mata internasional.

Pada penelitian penulis kali ini berusaha menganalisa fenomena yang terjadi menggunakan konsep "two-tire" dan "multi-track" diplomasi dalam konteks ekspor kopi Indonesia menggambarkan strategi diversifikasi dan pemisahan jalur pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar internasional. Konsep "two-tire" merujuk pada pembagian pasar menjadi dua segmen utama: pasar premium yang menargetkan konsumen dengan preferensi kopi berkualitas tinggi dan pasar massal yang menargetkan konsumen dengan preferensi kopi standar. Sementara itu, "multi-track" melibatkan penggunaan berbagai jalur distribusi dan strategi pemasaran untuk

menjangkau berbagai segmen pasar secara efektif, seperti perdagangan langsung (direct trade), perjanjian ekspor melalui koperasi petani, dan kemitraan dengan merek kopi internasional. Menurut ahli agribisnis dan ekonomi pertanian seperti Dr. Bustanul Arifin dari Institut Pertanian Bogor (IPB), strategi ini memungkinkan produsen kopi Indonesia untuk meningkatkan nilai tambah produk mereka, memperluas akses pasar, dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis pasar atau jalur distribusi. Pendekatan ini juga didukung oleh data dari Kementerian Perdagangan Indonesia yang menunjukkan peningkatan diversifikasi produk kopi dan penetrasi pasar dalam beberapa tahun terakhir (Arifin, 2001).

Berdasarkan fenomena serta penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian, selanjutnya peneliti berfokus pada mengkaji mengenai Strategi Diplomasi Dagang Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Pada Masa Pemerintah Joko Widodo Tahun 2019-2023. Penelitian ini juga menggunakan teori Two Tire : Economic & Trade Diplomacy dan Multitrack Diplomacy, serta metode eksplanatif untuk mengambil data melalui jurnal, studi pustaka, dan online research dalam menganalisis kasus yang terjadi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, penulis merumuskan masalah yaitu “Bagaimana Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Melalui Strategi Diplomasi Dagang Pada Masa Pemerintahan Jokowi Tahun 2019 – 2023?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini secara umum terbagi menjadi dua, yaitu tujuan secara umum dan tujuan secara khusus yang diuraikan sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini secara umum adalah mencari tahu hal-hal apa saja terkait upaya peningkatan ekspor kopi Indonesia melalui strategi diplomasi dagang pada masa Pemerintahan Jokowi Tahun 2019 – 2023.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dalam penelitian ini adalah :

1. Mencari perkembangan ekspor kopi Indonesia pada rentang tahun 2019-2023
2. Mengidentifikasi dan menganalisis perkembangan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023
3. Menganalisis upaya dan strategi yang diperlukan Indonesia dalam kegiatan ekspor kopi pada era Presiden Joko Widodo tahun 2019-2023

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka manfaat yang dapat diberikan antara lain:

1.4.1 Manfaat akademis

Penelitian ini berusaha memberikan sudut pandang yang berbeda dalam menjelaskan fenomena yang terjadi yaitu perkembangan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023 dan serta upaya pemerintah Jokowi pada periode tersebut, yang diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan pada penelitian-penelitian kedepannya. Serta diharapkan menjadi sumber pengetahuan baru terhadap fenomena perkembangan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023 bagi penstudi ilmu Hubungan Internasional maupun lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah pengetahuan maupun masukan terhadap pemerintah, pembuat kebijakan, maupun penggiat kopi dan ekspor kopi Indonesia. Serta harapannya dengan adanya penelitian ini, dapat menjadikan salah satu penunjang perkembangan industri kopi dan kegiatan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kajian mengenai strategi Pemerintah dalam kebijakan ekspor kopi di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Kebijakan luar negeri Indonesia difokuskan untuk meningkatkan kolaborasi dalam ekspor komoditas kopi ke Amerika Serikat. Upaya Indonesia untuk memasarkan kopi spesialnya di Amerika Serikat dikenal sebagai “diplomasi kopi”. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk meningkatkan hubungan bilateral antara Indonesia dan AS dan meningkatkan ekspor komoditas kopi Indonesia ke AS. Aspek yang menarik dari diplomasi kopi Indonesia di AS adalah bahwa upaya promosi kopi yang sedang berkembang di negara ini bertujuan untuk meningkatkan merek-merek kopi lokal selain ekspor, sehingga meningkatkan kualitas dan nilai kopi Indonesia (Rara Shertina, 2019).

Terdapat tiga konsep utama terkait tema strategi diplomasi, meliputi; (i) diplomasi budaya dan diplomasi budaya dan ekonomi melalui diplomasi kopi saling terkait satu sama lain dan dilakukan (ii) pendekatan bilateral dan multilateral masih relevan dalam menjalankan diplomasi kopi; (iii) pendekatan diplomasi kopi; baik aktor negara maupun non-negara terlibat secara aktif dalam melakukan diplomasi kopi (Intentilia, 2020)

Kita dapat menilai efektivitas diplomasi kopi pemerintah dengan melihat bagaimana diplomasi ini membantu penduduk desa-desa miskin untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Petani dan penanam kopi mendapatkan keuntungan dari meningkatnya permintaan kopi di pasar dalam dan luar negeri. Pemerintah

memprioritaskan produksi dan promosi melalui diplomasi kopi. Penyaluran Dana Desa untuk industri peternakan dan pertanian, bersama dengan pasokan pupuk dan benih berkualitas tinggi kepada petani, merupakan contohnya. Program diplomasi kopi pemerintah memiliki dampak yang signifikan terhadap ekonomi lokal di Lembang Bo'ne Buntu Sisong, Kecamatan Makale Selatan, Kabupaten Tana Toraja. Tingkat ekonomi masyarakat setempat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dengan demikian bias diartikan bahwa dengan adanya diplomasi kopi tersebut memberikan dampak positif yaitu meningkatnya ekonomi warga setempat (Erianto & Kaslam 2021).

Diplomasi kopi menjadi alat baru soft power diplomacy Indonesia untuk mempererat hubungan bilateral maupun multilateral Indonesia dengan berbagai negara, yang dilakukan oleh tidak terbatas hanya aktor negara, tetapi juga aktor non-negara termasuk individu. Hal ini menunjukkan kemampuan kopi Indonesia sebagai alat diplomasi budaya dan ekonomi. Budaya minum kopi di berbagai daerah di Indonesia berkaitan erat dengan budaya masyarakat Indonesia yang penuh dengan nilai-nilai toleransi. Dalam konteks hubungan internasional, diplomasi kopi Indonesia merupakan sebuah upaya nation branding yang bertujuan untuk membentuk citra nasional yang positif terhadap budaya Indonesia, sekaligus menciptakan peluang kerjasama ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Widiastutie, dkk, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu hanya berfokus terhadap diplomasi kopi dan diplomasi budaya saja. Sehingga pada penelitian ini berfokus pada diplomasi ekonomi dengan menggunakan pendekatan *two tire economic trade diplomacy* dan strategi *multitrack diplomacy* untuk menganalisis upaya Indonesia dalam meningkatkan Ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara melalui strategi diplomasi dagang.

1.5.1 Two Tire – Economic & Trade Diplomacy

Salah satu instrumen dalam perumusan kebijakan luar negeri yang sering digunakan oleh negara-negara dalam hubungan bilateral atau multilateral mereka dengan negara-negara lain, serta dalam kerja sama regional mereka, adalah diplomasi. Cara lain untuk mengartikan diplomasi adalah sebagai alat untuk memperbaiki atau memperkuat hubungan antar negara. Istilah diplomasi dalam kebijakan luar negeri, mengacu pada kegiatan dalam perumusan atau pembuatan kebijakan luar negeri yang dimaksudkan untuk mengedepankan tercapainya kepentingan nasional (Lee, Donna & Brian Hocking, 2010).

Terdapat empat konsep atau pengertian yang berkaitan dengan diplomasi dalam praktiknya. Pertama, pelaksanaan hubungan antara negara-negara berdaulat melalui mediasi pejabat yang berdomisili di dalam dan atau di luar negeri. Kedua, bagaimana kebijakan tersebut diterapkan untuk mengatur individu. Dalam hal ini, negosiasi biasa disebut juga sebagai seni diplomasi. Ketiga, istilah “*two tire diplomacy*” mengacu pada upaya untuk melakukan negosiasi, baik untuk menyelesaikan perselisihan domestik maupun internasional antar Negara atau banyak negara. Keempat, kebijakan luar negeri dengan istilah “diplomasi” sering digunakan secara bergantian sebagai pengganti “kebijakan luar negeri.” (G. R. Berridge dan Alan James, 2003).

Konsep diplomasi menjelaskan bagaimana diplomasi diterapkan dalam hubungan internasional, di mana diplomasi dilakukan melalui dialog dan negosiasi antara manusia yang terampil dimana melalui diplomasi jalur dua (*Track Two Diplomacy*) diplomasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk menangani konflik antar negara dan di dalam Negara sebagai salah satu alat kebijakan luar negeri lainnya untuk memajukan kepentingan nasional adalah diplomasi.

Terdapat hubungan yang erat antara diplomasi dan kepentingan nasional. Karena diplomasi adalah salah satu kepentingan yang dimiliki oleh negara untuk melaksanakan kepentingannya yaitu kepentingan nasional dan diplomasi itu sendiri

saling terkait. Penerapan kepentingan nasional dapat mengambil berbagai bentuk dasar yang berbeda. Kepentingan nasional dari diplomasi ini ada empat macam yaitu (Donald E. Nuechterlein, 1976) :

1. Kepentingan Pertahanan (Defence Interest) : Melindungi kedaulatan dan integritas wilayah negara dari ancaman eksternal, baik dalam bentuk agresi militer, pelanggaran wilayah, maupun bentuk ancaman lainnya. Hal ini mencakup pengembangan kekuatan militer yang kuat dan tangguh, menjalin kerjasama pertahanan dengan negara lain, serta aktif dalam upaya menjaga perdamaian dan keamanan regional dan internasional. Kepentingan pertahanan ini fundamental bagi kelangsungan hidup suatu negara dan menjadi dasar bagi terwujudnya kepentingan nasional lainnya.
2. Kepentingan Ekonomi (Economic Interest) : Meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Hal ini dicapai dengan berbagai strategi, seperti mendorong investasi, meningkatkan ekspor, mengembangkan industri kreatif, dan menciptakan lapangan pekerjaan. Kepentingan ekonomi ini penting untuk memenuhi kebutuhan dasar rakyat, meningkatkan taraf hidup, dan memperkuat daya saing bangsa di kancah internasional.
3. Kepentingan Tatanan Dunia (World Order Interest) : Mendukung terwujudnya tatanan dunia yang adil, damai, dan sejahtera bagi semua bangsa. Hal ini diwujudkan dengan aktif dalam organisasi internasional, mempromosikan demokrasi dan hak asasi manusia, serta menyelesaikan konflik secara damai. Kepentingan tatanan dunia ini penting untuk menciptakan lingkungan internasional yang kondusif bagi pembangunan dan kerjasama antar negara.
4. Kepentingan Ideologi (Ideological Interest) : Melindungi dan menyebarkan nilai-nilai dan norma masyarakat yang diyakini, baik dalam lingkup negara sendiri maupun secara universal. Hal ini dilakukan melalui pendidikan, budaya, dan diplomasi. Kepentingan ideologi ini penting untuk memperkuat identitas nasional, membangun persatuan bangsa, dan mendorong kemajuan

peradaban. Penjelasan mengenai kepentingan nasional diatas ini yang salah satunya ialah *Economic Interest* (Kepentingan Ekonomi), menggambarkan bahwasanya Indonesia di dalam melakukan diplomasi ekonomi terhadap Amerika Latin ini memiliki kepentingan yakni kepentingan ekonomi karena Indonesia menjadikan Amerika Latin sebagai kawasan prospektif bagi kegiatan ekonomi Indonesia baik dari kegiatan perdagangan, investasi, dan hal-hal kegiatan ekonomi lainnya.

Terlepas dari itu semua, di era globalisasi yang dinamis ini, batas antar negara kian kabur. Interkoneksi dan interdependensi menjadi kunci utama dalam mencapai kemajuan dan kesejahteraan. Dalam konteks ini, diplomasi ekonomi tampil sebagai jembatan strategis yang menghubungkan kepentingan nasional dengan peluang ekonomi global. Diplomasi ekonomi bukan sekadar diplomasi biasa. Diplomasi ini berfokus pada pemanfaatan instrumen ekonomi untuk mencapai tujuan politik dan pembangunan nasional. Sederhananya, diplomasi ekonomi adalah seni merajut kerjasama dan membangun hubungan saling menguntungkan dengan negara lain di bidang ekonomi. Diplomasi ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek. Tujuan utamanya adalah mewujudkan kesejahteraan rakyat dan memperkuat perekonomian nasional. Dengan membuka akses ke pasar global, menarik investasi asing, dan mendorong kerjasama ekonomi antar negara, diplomasi ekonomi membuka jalan menuju masa depan yang lebih cerah bagi rakyat. Diplomasi ekonomi tidak terpaku pada satu instrumen tunggal. Berbagai instrumen ekonomi dikerahkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Negosiasi kebijakan perdagangan, perjanjian investasi, kerjasama pembangunan infrastruktur, hingga promosi pariwisata, semua menjadi bagian dari strategi diplomasi ekonomi yang komprehensif.

Aktor yang terlibat seperti pemerintah pun memainkan peran sentral dalam mengorkestrasi diplomasi ekonomi. Dengan visi dan strategi yang jelas, pemerintah menjalin hubungan dengan negara lain, baik secara bilateral maupun multilateral. Tak

hanya itu, pemerintah juga perlu melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sipil, untuk memaksimalkan potensi diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi bukan sekadar teori atau konsep abstrak. Manfaatnya nyata dan dapat dirasakan langsung oleh rakyat dan bangsa. Peningkatan volume perdagangan, penciptaan lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi nasional merupakan beberapa contoh hasil nyata dari diplomasi ekonomi yang sukses. Pelaksanaan diplomasi ekonomi tak lepas dari berbagai tantangan. Dinamika global yang kompleks, persaingan antar negara, dan isu-isu perdagangan internasional menjadi beberapa contoh tantangan yang perlu dihadapi. Namun, dengan strategi yang tepat, diplomasi ekonomi dapat menjadi kekuatan pendorong bagi kemajuan bangsa dan kesejahteraan rakyat. Maka dari itu diplomasi ekonomi bukan sekadar strategi, tapi juga pilar penting dalam mewujudkan cita-cita bangsa. Dengan memanfaatkan kekuatan ekonomi secara strategis dan menjalin kerjasama global yang saling menguntungkan, diplomasi ekonomi membuka jalan menuju masa depan yang lebih cerah dan sejahtera bagi rakyat dan bangsa. Selain itu diplomasi ekonomi ialah sebuah proses yang dimana negara-negara tersebut dapat menangani dunia luar untuk memaksimalkan dari keuntungan nasional mereka di semua bidang kegiatan, seperti perdagangan, investasi, dan bentuk lain dari pertukaran yang menguntungkan secara ekonomi, yang dimana mereka menikmati dari keunggulan komparatif tersebut yang memiliki dimensi bilateral, regional, dan multilateral yang merupakan masing-masing dimensi tersebut penting (Kishan S. Rana , 2007).

Dari penjelasan diatas, Diplomasi ekonomi bukanlah sekadar strategi perdagangan biasa, melainkan seni memanfaatkan peluang ekonomi global untuk memajukan bangsa. Melalui kerjasama dan negosiasi di berbagai bidang ekonomi, seperti perdagangan, investasi, dan pariwisata, diplomasi ekonomi membuka pintu menuju kesejahteraan rakyat dan kejayaan bangsa. Selain itu dampak dari globalisasi, dengan segala dinamika dan konektivitasnya yang ada, menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi diplomasi ekonomi. Lalu ntuk mengelola proses globalisasi

tersebut, diplomasi ekonomi perlu beradaptasi dan mengedepankan empat model fokus utama, yaitu: (Lee, Donna & Brian Hocking, 2010)

1. Diplomasi Komersial (Commercial Diplomacy) : Diplomasi Komersial bagaikan jembatan yang menghubungkan dunia bisnis dengan dunia diplomasi. Fokus utama diplomasi ini adalah membangun jaringan diplomat dan pebisnis untuk memajukan perdagangan, menarik investasi, dan memperkuat advokasi bisnis. Bagi negara berkembang, pariwisata menjadi sektor penting dalam diplomasi komersial. Promosi wisata, penciptaan jaringan bisnis, dan bantuan bagi pelaku usaha menjadi kunci utama dalam diplomasi komersial di sektor pariwisata.
2. Diplomasi Perdagangan (Trade Diplomacy) : Diplomasi Perdagangan bagaikan seni tawar menawar di arena global. Diplomasi ini berfokus pada negosiasi dan pengambilan keputusan dalam hubungan perdagangan, baik bilateral maupun multilateral. Negosiasi antar pemerintah dalam diplomasi perdagangan ibarat permainan 'siapa yang lebih unggul', di mana setiap pihak berusaha mendapatkan keuntungan maksimal dengan kerugian minimal.
3. Diplomasi Keuangan (Finance Diplomacy) : Diplomasi Keuangan bagaikan penjaga stabilitas ekonomi global. Diplomasi ini bertujuan untuk menciptakan stabilitas dalam perdagangan internasional dan memperluas peran aktor non-tradisional seperti Kementerian Keuangan, Bank Sentral, dan sektor perbankan. Keberadaan IMF dan Bank Dunia juga memperkuat upaya diplomasi keuangan setiap negara untuk menghindari krisis finansial dan mendorong kesepakatan yang adil bagi negara berkembang.
4. Imigrasi dan Pekerjaan Konsular (Migration and Consular Work) : Imigrasi dan Pekerjaan Konsular bagaikan pelindung rakyat di negeri asing. Diplomasi ini fokus pada peningkatan keamanan negara dan mengatur kerjasama antar negara terkait pergerakan barang, jasa, dan mobilitas penduduk di era globalisasi. Meningkatnya relasi antar negara dan mobilitas manusia memicu berbagai ancaman global seperti penyakit menular, terorisme, dan kejahatan

terorganisir. Diplomasi ini berperan penting dalam mencegah dan menangani ancaman tersebut.

Dari penjelasan teori di atas, melalui 4 model fokus teori diplomasi perdagangan, perdagangan internasional menjadi kunci kemajuan ekonomi. Diplomasi perdagangan berperan penting dalam membuka pasar global, meningkatkan daya saing produk ekspor, dan memaksimalkan keuntungan negara. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi perdagangan untuk memahami strategi Indonesia dalam meningkatkan ekspor kopi. Kopi, komoditas ekspor utama Indonesia, memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan negara dan kesejahteraan rakyat. Melalui teori *Two Tire Diplomacy* membantu penelitian ini menganalisis berbagai aspek dari proses pelaksanaan upaya-upaya pemerintahan Joko Widodo dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023. Tujuan menggunakan teori ini adalah untuk mengidentifikasi dan memberikan penjelasan yang deskriptif tentang upaya apa saja yang dilakukan pemerintah Joko Widodo dalam peningkatan ekspor kopi Indonesia dan potensi apa saja yang bisa dimaksimalkan untuk kopi Indonesia di masa yang akan datang (Lee, Donna & Brian Hocking, 2010).

1.5.2 Multitrack Diplomacy

Di tengah konflik yang melanda, diplomasi bagaikan jembatan perdamaian yang menghubungkan para pihak yang bertikai. Diplomasi, dalam pengertian umum, berfungsi sebagai representasi negara, di mana perwakilan negara berusaha menyelesaikan permasalahan melalui perundingan dan negosiasi dengan pihak lain. Dalam proses ini, kepentingan politik dan rakyat negara asal menjadi prioritas utama. *Multitrack diplomacy* atau diplomasi multi-pilar, hadir sebagai solusi inovatif yang melibatkan berbagai aktor, bukan hanya pemerintah melainkan aktor non pemerintah seperti sektor swasta, masyarakat sipil, dan profesional juga terintegrasi dalam upaya bersama untuk mencapai tujuan diplomasi. Kolaborasi ini memperkuat efektivitas

diplomasi dan membuka jalan menuju perdamaian dan kesejahteraan (Norman dan Howard c parkins, 1957).

Institute of Multi-Track Diplomacy (IMTD) mendefinisikan Diplomasi Multi jalur sebagai sebuah konseptualisasi proses perdamaian internasional yang dinamis dan saling terhubung. Diplomasi ini melibatkan berbagai aktor, individu, lembaga, dan komunitas yang bekerja sama untuk mencapai tujuan perdamaian global. Sedangkan diplomasi multi-jalur terbagi menjadi dua jalur utama, yaitu jalur satu diplomasi resmi yang dilakukan oleh pemerintah melalui komunikasi dan interaksi antar pemerintah. Jalur dua diplomasi non-pemerintah yang melibatkan aktor non-negara seperti organisasi masyarakat sipil, akademisi, dan profesional (Notter, James & Louise Diamond. 1996).

Jalur Satu merupakan jalur diplomasi formal yang dilakukan oleh pemerintah melalui saluran resmi seperti negosiasi antar negara, perjanjian internasional, dan organisasi antar pemerintah. Para diplomat dan pejabat tinggi menjadi aktor utama dalam jalur ini, dengan fokus utama pada penyelesaian konflik, penegakan hukum internasional, dan pemeliharaan perdamaian global. Jalur Dua merupakan jalur diplomasi non-pemerintah yang melibatkan berbagai aktor di luar lingkaran resmi pemerintahan Organisasi masyarakat sipil, akademisi, profesional, dan individu-individu berperan aktif dalam jalur ini, dengan fokus pada membangun dialog, mempromosikan toleransi, dan menyelesaikan konflik dari akar rumput (John W Mcdonald, 1999).

Di tengah hiruk pikuk politik dan perundingan resmi, diplomasi jalur ketiga hadir sebagai oase perdamaian melalui dunia bisnis. Jalur ini membuka peluang ekonomi, membangun persahabatan dan pemahaman antar bangsa, dan menyediakan saluran komunikasi informal yang berharga. Secara singkat, peran Diplomasi Jalur Ketiga adalah Membantu pemerintah dalam menangani isu-isu domestik yang terabaikan. Mengatasi keterbatasan Diplomasi Jalur Kedua dalam merumuskan agenda kebijakan. Dan, Memberikan solusi praktis untuk masalah ekonomi, politik, dan keamanan. Aktor kunci dalam Diplomasi Jalur Ketiga adalah para pengusaha

kaya yang memiliki pengaruh signifikan dalam ekonomi global. Mereka berperan sebagai Pendukung pembangunan perdamaian melalui peluang ekonomi. Penyambung persahabatan dan pemahaman antar bangsa. Penghubung informal antar pemerintah dan masyarakat sipil. Diplomasi Jalur Ketiga semakin penting seiring dengan kompleksitas hubungan internasional. Jalur ini membuka ruang bagi aktor non-pemerintah untuk terlibat dalam diplomasi dan memberikan kontribusi yang berarti bagi perdamaian dunia (Shoelhi, Mohammad. 2011).

Kemudian seiring berkembangnya diplomasi multijalur, istilah Jalur Keempat, Kelima, dan seterusnya muncul untuk mengategorikan berbagai aktor dan aktivitas yang tidak dapat lagi dikategorikan sebagai resmi atau non-resmi. Selain itu Integrasi Masyarakat Sipil dalam Diplomasi berupaya mengintegrasikan masyarakat sipil ke dalam proses diplomasi terus dilakukan. Hal ini membuka jalan bagi aktivis NGO untuk berpartisipasi dalam aktivitas diplomasi dan memberikan masukan berharga bagi perumusan kebijakan luar negeri. Meskipun tidak terlibat secara langsung dalam negosiasi resmi, masyarakat sipil memainkan peran penting dalam pertukaran informasi dan evaluasi pilihan kebijakan pemerintah (Shoelhi, Mohammad. 2011).

Diplomasi multi-jalur tak hanya terpaku pada pertemuan antar pejabat pemerintah. Jalur-jalur lain dalam diplomasi ini, yang dikenal sebagai non-pemerintah, diadakan di forum-forum yang melibatkan berbagai pihak di luar lingkaran resmi. Tujuan utama dari pertemuan dan dialog dalam Diplomasi multi-jalur non-pemerintah adalah: Meningkatkan dukungan publik terhadap isu-isu global. Mempengaruhi dan meyakinkan pemerintah untuk mengambil tindakan terkait tujuan moral, keamanan, dan perdamaian. Menentukan program aksi dan kebijakan yang dapat diajukan kepada pemerintah. Pertemuan dan konferensi dalam diplomasi multi-jalur non-pemerintah tidak hanya menghasilkan usulan kebijakan, tetapi juga program aksi yang dapat diimplementasikan secara mandiri. Program-program ini kemudian dapat diajukan kepada pemerintah untuk diadopsi dan diintegrasikan dengan kebijakan nasional. Teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, menjadi alat penting bagi para pelaku diplomasi multi-jalur non-pemerintah. Dengan

internet, mereka dapat: Meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu yang mereka perjuangkan. Membangun jaringan dan kolaborasi global. Meningkatkan pengaruh dan jangkauan mereka melampaui batas kemampuan dan kapasitas individu (Diamond dan McDonald, 2003).

1.6 Operasional Konsep

Dalam penelitian ini, penulis beranggapan bahwa penurunan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023 disebabkan karena adanya perbedaan strategi pemasaran oleh produsen-produsen kopi di Indonesia dengan produsen kopi di negara-negara lain yang lebih maju. Sehingga Pemerintah Jokowi berupaya meningkatkan ekspor kopi melalui strategi diplomasi dagang. Dengan demikian dapat disusun sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut;

1.7 Argumen Penelitian

Penulis berargumen bahwa peningkatan ekspor kopi Indonesia yang stabil pada tahun 2019-2023 dapat terwujud karena upaya dan strategi yang dilakukan pemerintahan Presiden Joko Widodo. Salah satu upaya dan strategi yang dilakukan dalam pemerintahan Presiden Jokowi adalah melakukan berbagai diplomasi. Hal tersebut sesuai dengan Teori *Two Tire : Economic & Trade Diplomacy* dan juga *Multitrack Diplomacy*. Karena pada dasarnya dengan diplomasi, pemerintah Indonesia pada masa itu dapat menunjukkan keseriusannya dalam meningkatkan perdagangan ekspor kopi Indonesia di kancah internasional.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap suatu fenomena yang terjadi. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti berusaha untuk mencari informasi serta data-

data terkait menganalisis fenomena tersebut. Sehingga dari hasil penelitian ini dapat menjelaskan mengenai pengaruh faktor-faktor perbedaan strategi pemasaran suatu negara serta ketidakstabilan kondisi ekonomi terhadap penurunan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023 dalam perdagangan internasional.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs Penelitian merupakan tempat atau actor yang dilibatkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian, penetapan situs penelitian ini bertujuan agar peneliti fokus dan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu peneliti menetapkan situs penelitiannya adalah Negara Indonesia.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan hal atau isu yang akan peneliti lakukan penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan subjek yaitu Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Melalui Strategi Diplomasi Dagang Pada Masa Pemerintahan Jokowi Tahun 2019 – 2023. Penelitian ini menggunakan Teori Two Tire : Economic & Trade Diplomacy dan Multitrack Diplomacy. Disini peneliti menekankan Diplomasi sebagai alat penelitian mengenai subjek analisis yaitu upaya meningkatkan ekspor kopi Indonesia melalui diplomasi yang berpengaruh terhadap kesepakatan perdagangan serta perekonomian Indonesia.

1.8.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Pendekatan kualitatif deskriptif dinilai lebih tepat untuk penelitian ini karena memungkinkan penulis untuk menggali informasi dan

data yang lebih kaya dan mendalam mengenai berbagai aspek yang terkait dengan upaya peningkatan ekspor kopi Indonesia. Hal ini termasuk perspektif dan pengalaman para pemangku kepentingan di sektor kopi, seperti petani, pengusaha, dan pemerintah, serta faktor-faktor yang memengaruhi ekspor kopi Indonesia, baik internal maupun eksternal (Bogdan, R., & Taylor, S. J, 1975).

Berdasarkan data kualitatif deskriptif yang diperoleh penulis, nantinya akan memberikan pemahaman yang lebih kompleks mengenai upaya dan strategi dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia pada era kepemimpinan Presiden Jokowi tahun 2019-2023. Dimana penulis menggunakan pendekatan yang lebih dapat mengolah pandangan, teori, dan dinamika permasalahan yang terjadi secara deskriptif yang cukup sulit jika menggunakan kuantitatif.

1.8.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif yang dihasilkan dari data sekunder seperti jurnal, buku, *website*, serta artikel untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan dapat dipercaya (Moleong, 2007).

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pencarian informasi mengenai analisis penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan *Literatur Research* yang dimaksudkan adalah melalui buku, jurnal, maupun penelitian-penelitian yang terdahulu. Selain itu, penulis juga mencari informasi dan data terkait melalui *Online Research* yang berupa website, artikel, laman resmi pemerintah, portal berita yang terpercaya, serta data-data statistik yang terkemuka. Selain itu juga, penulis berusaha untuk mendapatkan informasi langsung melalui wawancara kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan kegiatan kopi di Indonesia yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data secara eksplanatif. Teknik analisis data eksplanatif ini akan menyajikan informasi-informasi dan data-data terkait yang akan dikaitkan dengan variabel-variabel yang ada dalam menjelaskan penyebab penurunan ekspor kopi Indonesia pada tahun 2019-2023.

1.8.8 Kualitas Data

Kualitas data merupakan elemen penting dalam tata kelola data. Kualitas data didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan dan keakuratan data. Hal ini berarti data yang berkualitas harus lengkap dan bebas dari kesalahan atau kekeliruan. Hal tersebut menjelaskan bahwa kualitas data juga berkaitan dengan konsistensi dan ketepatan waktu. Konsistensi mengacu pada kesamaan data di berbagai sumber, sedangkan ketepatan waktu memastikan bahwa data selalu diperbarui dan mencerminkan keadaan terkini (Batini, 2009).

Pada penelitian ini kualitas data dapat diuji melalui kredibilitas sumber data yang diambil dan keaslian data yang diperoleh. Penulis mengambil data mengenai Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Indonesia Melalui Strategi Diplomasi Dagang Pada Masa Pemerintahan Jokowi Tahun 2019 – 2023 melalui sumber yang kredibilitasnya tinggi seperti melalui Jurnal dan Buku serta website terpercaya. Kemudian keaslian data yang diambil sesuai dengan apa yang tertulis dalam penemuan data dan fakta yang ada.