

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan baik antara Indonesia dan Selandia Baru telah dimulai sejak tahun 1950-an dan berlanjut hingga saat ini. Hubungan ini mencakup aspek diplomatik, ekonomi, politik, dan sosial budaya, dan dapat dikatakan berjalan dengan sangat baik selama 64 tahun terakhir. Kedekatan hubungan antara kedua negara ini tidak terlepas dari persamaan nilai-nilai yang mereka anut, seperti demokrasi, hak asasi manusia, dan saling menghormati kedaulatan masing-masing negara. Kerjasama bilateral kedua negara dimulai di bidang pendidikan pada akhir tahun 1950-an, dengan pemberian pendidikan bahasa Inggris bagi guru-guru Indonesia yang mengajar bahasa Inggris. Pada tahun 2018, hubungan diplomatik Indonesia dan Selandia Baru mencapai usia 60 tahun, dan dalam rangka memperingati peristiwa tersebut, Presiden Joko Widodo dan Perdana Menteri Jacinda Ardern bertemu di Wellington dan menyepakati bentuk kerja sama *comprehensive partnership*.¹

“Jangan lupa, jika minum kopi, minumlah kopi Indonesia” Perkataan ini diucapkan oleh Presiden Joko Widodo saat menghadiri jamuan makan siang bersama Gubernur Jenderal Selandia Baru Dame Patsy Reddy di Government House, Wellington, Selandia Baru pada tahun 2018. Beliau menyampaikan hal ini setelah mengetahui bahwa masyarakat Selandia Baru menyukai minuman kopi, dan kopi dari Indonesia memiliki cita rasa yang unik yang diminati oleh masyarakat di Selandia Baru. Indonesia memang merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia, dengan banyak jenis kopi yang berasal dari berbagai daerah di

¹ Kementerian Luar Negeri RI, *Selandia Baru pada 2018*, diakses melalui <https://kemlu.go.id/wellington/id/read/selandiabar/69/information-sheet> tanggal 4 Februari 2023

seluruh nusantara, seperti kopi Gayo, kopi Mandailing, kopi Java, dan masih banyak lagi.²

Diplomasi Kopi adalah istilah yang muncul setelah pertemuan Presiden Joko Widodo di Selandia Baru, yaitu sebuah pendekatan gastrodiplomasi dengan memanfaatkan kopi dalam bentuk sajian minuman. Diplomasi kopi menjadi alat baru *soft power* diplomasi Indonesia untuk mempererat hubungan bilateral maupun multilateral dengan berbagai negara salah satunya adalah Selandia Baru, Diplomasi ekonomi melibatkan tidak hanya aktor dari negara, tetapi juga dari sektor non-negara, termasuk individu. Secara khusus, penting untuk menekankan partisipasi aktor dari sektor swasta, yang merupakan elemen kunci dalam pelaksanaan dan keberhasilan diplomasi ekonomi. Hal ini menunjukkan kemampuan kopi Indonesia sebagai alat diplomasi budaya dan ekonomi, Budaya minum kopi di berbagai daerah di Indonesia memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat Indonesia yang tercermin dalam nilai-nilai toleransi. Dalam konteks hubungan internasional diplomasi kopi membentuk citra nasional yang positif terhadap budaya Indonesia, sekaligus menciptakan peluang kerjasama ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Selain melihat dari sisi ekonominya Selain mempertimbangkan aspek ekonomi, Presiden Jokowi menyadari bahwa di balik sebuah secangkir kopi terdapat esensi kebersamaan, yang dapat memicu percakapan atau diskusi yang memperkuat hubungan bilateral antar negara atau bahkan membuka peluang kerjasama baru.³ Oleh sebab itu, Presiden Jokowi menggunakan kopi sebagai instrumen *soft power* dan diplomasi publik Indonesia di negara lain.

Salah satu alat *soft power* yang secara konsisten digunakan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara adalah diplomasi. Diplomasi kopi ala Presiden Jokowi merupakan bentuk dari diplomasi publik. Diplomasi publik adalah bentuk

² Humas Sekretariat Kabinet RI, Punya 11 Kopi Khas Daerah, Menperin Ajak Masyarakat Bawa Oleh-Oleh Kopi Saat Travelling 2016, diakses melalui <https://setkab.go.id/punya-11-kopi-kas-daerah-menperin-ajak-masyarakat-bawa-oleh-oleh-kopi-saat-travelling/> tanggal 4 Februari 2023

³ *IDN TIMES* (2018), Diplomasi Kopi Ala Presiden Jokowi: Bangun Kebersamaan Hingga Promosi di Negeri Orang. Diakses melalui <https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/diplomasi-kopi-ala-Presiden-Jokowi> tanggal 4 Februari 2023.

komunikasi dari pemerintah suatu negara kepada publik di negara lain, dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk pemahaman yang lebih positif tentang negara tersebut, sesuai dengan kepentingan nasionalnya. Eytan Gilboa dalam karyanya yang berjudul "*Searching for a Theory of Public Diplomacy*" menyajikan berbagai kategori kegiatan diplomasi publik. Salah satu kategorinya adalah Instrumen Diplomasi Publik yang mencakup beberapa alat lain, seperti *advocacy*, penyiaran internasional, diplomasi publik melalui media cyber, hubungan masyarakat internasional, diplomasi korporasi, diplomasi publik melalui diaspora, diplomasi budaya, dan pertukaran budaya.⁴ Kunjungan Presiden Jokowi ke Selandia Baru merupakan salah satu bentuk diplomasi publik. Sebagai bagian dari diplomasi publik Indonesia, diplomasi kopi ala Presiden Jokowi bertujuan untuk mempromosikan kopi nusantara agar dikenal lebih luas oleh dunia internasional dan meningkatkan kerjasama antar negara. Upaya ini juga bertujuan untuk meningkatkan konsumsi kopi dari luar negeri melalui ekspor.

Selain itu, pada periode tahun 2014 hingga 2018, terjadi peningkatan konsumsi kopi di dalam negeri. Data ICO menunjukkan bahwa konsumsi kopi di tingkat domestik mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 9%. Peningkatan ini diakibatkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia.⁵ Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa kopi merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang diminati baik dalam negeri maupun luar negeri. Karena alasan ini, Indonesia memanfaatkan kopi sebagai alat diplomasi. Contohnya adalah saat kunjungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ke Australia pada tahun 2010, di mana beliau membawa kopi luwak sebagai hadiah untuk PM Kevin Rudd. Meskipun begitu, istilah eksplisit "Diplomasi Kopi" baru digunakan secara resmi oleh Presiden Joko Widodo, termasuk ketika bertemu dengan Gubernur Jenderal Selandia Baru:

⁴ Indraswari, Ratih & Hermawan, Yulius. 2015. Proposal: Diplomasi Publik dan Nation Branding. Universitas Katolik Parahyangan. Jurnal Humaniora dan Ilmu Sosial. Hal. 5-9 .

⁵ Mochamad Hafezd As'adl ,Joni Murti Mulyo Aji (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (2020) 13(2): 182- 199.

“Diplomasi kopi akan menjadi faktor penyatuan yang baru dalam hubungan bilateral kita. Hubungan bilateral yang telah terjalin dengan baik selama 60 tahun”.

“Jangan lupa, jika minum kopi, minumlah kopi Indonesia”.

Kutipan dari pernyataan presiden di atas menunjukkan bahwa Joko Widodo dengan jelas menggunakan istilah diplomasi kopi dan mengaitkannya dengan ekspor kopi, serta mengajak para hadirin untuk meminum kopi Indonesia. Pernyataan ini sejalan dengan komitmen Presiden Joko Widodo dalam Kongres Kebudayaan Indonesia, di mana ia berkomitmen untuk mengembangkan dan memanfaatkan kekayaan budaya untuk memperkuat kedudukan Indonesia di dunia internasional.

Komitmen terhadap diplomasi kopi inilah yang kemudian menjadi bagian dari kebijakan luar negeri Indonesia.⁶ Presiden Joko Widodo dengan tegas menggunakan istilah diplomasi kopi yang merupakan perbedaan dari presiden sebelumnya yang tidak pernah tercatat menggunakan istilah tersebut. Adapun yang diharapkan dapat melaksanakan diplomasi kopi Indonesia secara *people to people* di luar negeri yang terutama adalah para diaspora Indonesia yang tinggal di negara tersebut, atau para turis mancanegara yang datang ke Indonesia dan pernah menikmati sajian minuman kopi Indonesia. Peran strategis diaspora Indonesia dalam diplomasi kopi sangat signifikan, karena mereka berperan sebagai agen diplomasi kopi Indonesia dengan berbagai peran, seperti mendirikan kedai kopi atau menjadi konsumen kopi Indonesia di luar negeri, serta memperkenalkan kopi Indonesia kepada masyarakat di negara tempat tinggal mereka. Selain melibatkan aktor pelaku dan jenis kegiatan diplomasi kopi, target sasaran merupakan faktor lainnya yang sangat penting. Prinsip utama dari gastrodiplomasi adalah memilih target yang mempunyai potensi untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha gastronomi atau kuliner termasuk kopi Indonesia, sehingga dapat berdampak pada

⁶ Anak Agung Mia Intenilia (2020), *Coffee Diplomacy In Presiden Jokowi's Era: The Strategy Of Cultural And Economic Diplomacy Of Indonesia's Foreign Policy*. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial hal 64-67

potensi kunjungan wisatawan dari negara target ke Indonesia. Perencanaan gastrodiplomasi yang memfokuskan wilayah tertentu, tidak hanya negara tetapi juga dapat mencakup kota atau kawasan dari negara tersebut. Faktor-faktor seperti kemudahan akses ke wilayah tujuan, profil masyarakat yang berpotensi menikmati kopi, serta kekayaan budaya kuliner dari masyarakat di wilayah tersebut menjadi pertimbangan penting sebelum melakukan diplomasi kopi Indonesia.

Terkait dengan profil masyarakat, maka sekali lagi diaspora menjadi faktor penting, karena jumlah populasi diaspora di suatu wilayah memiliki dampak positif yang signifikan dalam keberhasilan gastrodiplomasi. Semakin banyak populasi diaspora, kuliner yang menjadi selera populasi tersebut, semakin mudah dikenal. Seperti masyarakat di Chinatown atau Korea-Town di beberapa kota besar di berbagai negara, merupakan pusat berkembangnya kuliner yang berasal dari budaya Cina atau Korea. Dan bila khusus tentang kopi, maka kopi Vietnam menjadi dikenal meluas seiring dengan hadirnya pengungsi Vietnam di berbagai negara.

Tiga temuan mengenai diplomasi kopi Indonesia adalah yang pertama, adalah bahwa diplomasi budaya dan ekonomi melalui diplomasi kopi yang dilakukan oleh Presiden Jokowi dan pemerintah Indonesia berjalan seiring dan dilakukan secara bersamaan. Dengan demikian, diplomasi kopi tidak hanya digunakan untuk mempromosikan nilai dan cerita budaya minum kopi Indonesia, tetapi juga sebagai sarana untuk membahas peluang bisnis, terutama potensi ekspor kopi Indonesia ke negara-negara lain. Nilai dan cerita budaya kopi Indonesia menjadi pintu masuk untuk menarik minat pihak lain sebelum menawarkan hubungan dagang. Temuan lain adalah bahwa pendekatan bilateral dan multilateral masih relevan dalam diplomasi kopi Indonesia. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa Presiden Jokowi sendiri telah melakukan kunjungan ke negara-negara lain, seperti Selandia Baru, dengan salah satu tujuan diplomasi kopi.

Pendekatan bilateral yang sering digunakan oleh KBRI atau KJRI di luar negeri untuk memperluas diplomasi kopi ke negara lain. Selain itu, pendekatan multilateral juga memiliki peran penting dalam upaya diplomasi kopi Indonesia. Ini

terbukti dengan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam kerangka multilateral, seperti di ASEAN, Uni Eropa, dan Perserikatan Bangsa-Bangsa. Temuan lain adalah adanya partisipasi aktif dari negara dan entitas non-negara dalam melakukan diplomasi kopi. Dari sisi aktor negara, Presiden Jokowi sebagai kepala negara secara langsung terlibat dalam upaya diplomasi kopi. Selain itu, para Duta Besar Indonesia yang berada di berbagai negara, pemerintah tingkat menteri, dan bahkan pemerintah daerah di Indonesia juga aktif dalam mengadakan atau mengikuti festival dan pameran guna mempromosikan produk kopi Indonesia.⁷

Globalisasi telah menjadi faktor penting dalam kemajuan diplomasi kopi terutama mengingat mayoritas warga Selandia Baru adalah pecinta kopi yang mengonsumsi sekitar 2,5 cangkir kopi setiap harinya. Sebagian dari mereka khususnya menyukai kopi berkualitas tinggi, seperti biji arabika. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, Indonesia menghasilkan berbagai jenis biji kopi arabika berkualitas tinggi di seluruh wilayah nusantara. Sektor pertanian memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia, menjadi penyumbang terbesar kedua dalam pembentukan produk domestik bruto setelah sektor manufaktur. Terlebih lagi, selama pandemi COVID-19, sektor pertanian mengalami pertumbuhan relatif positif dan memberikan kontribusi besar pada pemulihan ekonomi nasional.

Pembangunan pertanian menjadi salah satu kunci penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di banyak negara berkembang. Kebijakan pertumbuhan sektor pertanian dapat diwujudkan melalui dua pendekatan. Pertama, perluasan pertanian secara horizontal dengan mengembangkan lahan pertanian yang lebih luas. Kedua, perluasan pertanian secara vertikal dengan mengadopsi teknologi modern yang membantu meningkatkan produktivitas di sektor ini. Dengan demikian, sektor pertanian akan terus menjadi pilar penting dalam mendukung

⁷ Ibid hal 76.

pertumbuhan ekonomi Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan petani serta masyarakat di seluruh negeri.⁸

Era globalisasi menghasilkan ketergantungan antar negara yang saling melengkapi satu sama lain, sehingga tidak mungkin bagi suatu negara untuk berdiri sendiri tanpa hubungan dengan negara-negara lain. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa di masing-masing negara tersebut, mengingat kebutuhan manusia yang tidak ada habisnya dan sumber daya yang terbatas menjadi permasalahan universal di berbagai negara. Untuk menghadapi situasi ini, perdagangan internasional menjadi sangat penting dalam era globalisasi. Perdagangan internasional memungkinkan negara-negara untuk saling berinteraksi, berdagang, dan bertukar barang serta jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Dengan adanya perdagangan internasional, negara-negara dapat memanfaatkan keunggulan komparatif dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk kepentingan bersama.

Selain itu, perdagangan internasional juga menjadi sarana untuk memperluas pasar dan meningkatkan akses ke produk-produk baru, serta memperkaya budaya dan diversitas produk di berbagai negara. Hal ini juga membuka peluang untuk menciptakan kerja sama antar negara dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara global. Dalam era globalisasi, perdagangan internasional menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan antar negara yang saling menguntungkan dan berkontribusi pada pertumbuhan dan kesejahteraan bersama.

Secara keseluruhan, proses perdagangan internasional terdiri dari dua kegiatan utama, yaitu ekspor dan impor. Prinsip dasarnya adalah bahwa suatu negara tidak dapat mengisolasi diri dari hubungan dengan negara lain, karena tidak semua kebutuhannya dapat dipenuhi secara domestik. Setiap negara memiliki kekhasan faktor produksi dan kondisi iklim yang berbeda, yang mempengaruhi kemampuan mereka dalam produksi barang dan jasa tertentu. Sebagai solusi,

⁸ Ahmad Ridha, Rinaldi Syahputra, Zulkarnen Mora (2022), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Kopi Indonesia, Jurnal Samudra Ekonomika hal.102

negara-negara melakukan perdagangan internasional untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Menurut teori Krugman dan Obstfeld, ada dua alasan utama mengapa suatu negara terlibat dalam perdagangan internasional. Pertama, setiap negara memiliki keunggulan komparatif yang berbeda, sehingga dengan melakukan perdagangan, mereka dapat saling menguntungkan dan memperoleh manfaat dari pertukaran barang dan jasa. Kedua, negara-negara terlibat dalam perdagangan untuk mencapai skala ekonomi dalam produksi. Dengan melakukan spesialisasi dalam produksi tertentu, mereka dapat meningkatkan efisiensi dan mencapai skala ekonomi yang lebih besar daripada jika mereka mencoba memproduksi seluruh barang yang dibutuhkan secara mandiri.

Dalam konteks globalisasi, perdagangan internasional menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan antar negara, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memenuhi kebutuhan masyarakat di berbagai negara. Melalui perdagangan internasional, negara-negara dapat bekerja sama untuk menciptakan kesempatan dan kesejahteraan bersama, sambil tetap memanfaatkan keunggulan komparatif masing-masing untuk kepentingan bersama.⁹

Kopi asli Indonesia memiliki banyak keunggulan, termasuk ragam varietas, kualitas, dan cita rasa yang beragam. Keunggulan ini telah diakui oleh dunia internasional. Setiap varietas kopi Indonesia memiliki rasa yang khas, dipengaruhi oleh wilayah tempat kopi tersebut ditanam. Faktor-faktor seperti iklim tropis, luasnya wilayah, banyaknya pegunungan tinggi, dan ketersediaan air yang tinggi menjadi keuntungan bagi Indonesia dalam budidaya kopi. Kondisi kesuburan tanah, ketersediaan unsur hara, kandungan kimia tanah, geografi, curah hujan, dan perawatan dari perkebunan kopi juga mempengaruhi rasa kopi. Semua ini menambah nilai dan karakteristik unik dari kopi Indonesia. Karena keunggulan ini, kopi khas Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar internasional, terutama di Eropa, Amerika, dan Asia. Potensi ini berarti bahwa kopi Indonesia dapat menjadi sumber devisa yang signifikan bagi negara..

⁹ Paul R. Krugman and Maurice Obstfeld (2003) *International Economics: Theory and Policy* (Sixth Ed). Elm Street Publishing Services, Inc. hal. 10

Berdasarkan fakta ini, penting untuk melihat potensi dan perkembangan permintaan ekspor kopi Indonesia ke negara-negara Eropa, Amerika, dan Asia. Pada tahun 2018, ekspor kopi menjadi salah satu komoditas terbesar di Indonesia setelah kelapa sawit, karet, dan kelapa, dengan nilai ekspor mencapai 1,19 miliar US\$. Ekspor kopi ini mencakup biji kopi yang dikirim ke beberapa negara besar di dunia, seperti Amerika Serikat, Jerman, dan negara-negara Eropa lainnya. Indonesia juga termasuk salah satu negara eksportir kopi terbesar di dunia, menempati peringkat keempat dengan jumlah ekspor kopi mencapai 666.000 ton pada tahun 2018. Meskipun jumlah ekspor kopi Indonesia telah signifikan, namun masih jauh dari negara-negara seperti Brasil, Vietnam, dan Kolombia yang menjadi produsen kopi terbesar di dunia. Meskipun begitu, pada tahun 2018, kopi Indonesia berhasil menyumbang sekitar 7% dari total kebutuhan kopi di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan kopi Indonesia masih cukup besar dan berpotensi untuk terus berkembang di pasar internasional, khususnya di negara-negara Eropa, Amerika, dan Asia.¹⁰

Melihat fenomena ini, penulis merasa tertarik untuk mengangkat topik tentang diplomasi kopi Indonesia. Penulis ingin lebih mendalami potensi dari diplomasi kopi yang dijalankan oleh Pemerintahan Presiden Jokowi, khususnya dalam konteks peningkatan perdagangan kopi antara Indonesia dan Selandia Baru. Fokus penulis tertuju pada negara Selandia Baru karena Presiden Jokowi pertama kali secara terbuka melakukan diplomasi kopi di negara tersebut. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat menggali lebih dalam mengenai apakah diplomasi kopi memiliki potensi untuk meningkatkan perdagangan kopi antara kedua negara.

1.2 Rumusan Masalah

Indonesia telah meluaskan pangsa pasar kopi dengan memperkenalkan berbagai produk olahan kopi. Meskipun air dan teh menduduki peringkat pertama

¹⁰ Riska Dwi Maulani, Diah Wahyuningsih (2021), Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional, Jurnal Pamator hal.28

dan kedua sebagai minuman yang paling sering dikonsumsi di seluruh dunia, kopi menempati peringkat ketiga. Kehadiran berbagai varian kopi membuatnya menjadi salah satu produk yang paling banyak diekspor dan diperdagangkan di pasar global. Dengan ragamnya jenis kopi yang tersedia, termasuk kopi arabika dan robusta dari berbagai wilayah di Indonesia, pasar kopi semakin berkembang dan menarik minat konsumen di berbagai belahan dunia. Hal ini menunjukkan pentingnya peran Indonesia dalam industri kopi dunia serta kontribusinya terhadap ekonomi global melalui ekspor dan perdagangan kopi.. Melihat hal tersebut, penulis merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

Bagaiman instrumen diplomasi kopi sebagai *soft power* Indonesia terhadap Selandia Baru ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan perdagangan kopi antara Indonesia dan Selandia Baru selama periode tahun 2018 hingga 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang mendalam tentang diplomasi kopi di Indonesia dan berbagai instrumen diplomasi kopi yang digunakan untuk meningkatkan perdagangan kopi Indonesia di era Pemerintahan Presiden Jokowi. Penelitian ini juga memberikan peluang bagi pemerintah Indonesia untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam dengan lebih baik dan efisien dalam konteks diplomasi kopi.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi semua aktor dalam Hubungan Internasional, termasuk individu, organisasi, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah, baik di tingkat nasional, regional, maupun internasional. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana sebuah negara dapat menggunakan kekuatan nasional, terutama diplomasi kopi, untuk membangun hubungan kerjasama yang kuat dengan negara atau organisasi lain guna mencapai kepentingan nasional dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara yang terlibat.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk memastikan kejelasan dan sistematika penulisan, penulis perlu menyusun struktur yang teratur agar hasil penelitian dapat disajikan dengan baik dan mudah dipahami. Oleh karena itu, berikut adalah deskripsi tentang sistematika penulisan yang akan diikuti dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab pertama ini, penulis akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini juga akan memberikan gambaran singkat mengenai diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia selama masa pemerintahan Joko Widodo, dengan fokus pada upaya peningkatan perdagangan internasional dengan negara Selandia Baru..

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini, akan dilakukan tinjauan pustaka dan pengenalan landasan teori. Bab ini akan memaparkan teori dan konsep yang digunakan sebagai alat analisis dalam studi kasus ini. Selain itu, penelitian-penelitian terdahulu yang telah mengkaji topik

yang sama akan diulas sebagai referensi bagi penulis untuk mengisi rumusan masalah atau mengatasi kekurangan dalam penelitian ini.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, akan diuraikan tentang pendekatan penelitian yang akan digunakan, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, dan prosedur analisis data yang akan diaplikasikan dalam penelitian ini.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai Diplomasi Kopi sebagai salah satu strategi kebijakan luar negeri Indonesia yang dilakukan oleh Presiden Jokowi. Diplomasi kopi ini bertujuan untuk memperlancar kerjasama dan mempererat hubungan bilateral Indonesia dengan negara lain melalui promosi kopi. Studi kasus akan difokuskan pada diplomasi kopi yang dilakukan pada Maret 2019. Hasil dari diplomasi kopi ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 23,2% dalam ekspor kopi Indonesia ke Selandia Baru dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa upaya diplomasi kopi dan inisiatif lainnya yang diambil oleh pemerintah Indonesia dapat memberikan hasil yang positif dalam perdagangan kopi serta meningkatkan citra negara Indonesia.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari seluruh penelitian. Mulai dari latar belakang yang mengarah pada upaya diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia, seperti promosi kopi melalui media sosial oleh duta besar RI dan mengadakan kegiatan besar seperti The Symphony of Friendship dan The Pacific Exposition 2019. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mencapai kesepakatan bisnis kopi dalam berbagai olahan untuk masuk ke pasar Selandia Baru.