

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Diplomasi Kopi Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Produk Kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2019 – 2021 penelitian tersebut merupakan penelitian yang mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran dan sekaligus mendeskripsikan bagaimana upaya yang dilakukan Indonesia dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan ekspor produk kopi dalam negerinya ke negara tujuan ekspor seperti Amerika Serikat. Berikut adalah studi terdahulu yang dipilih oleh peneliti sebagai acuan dalam melakukan penelitian mengenai topik yang bersangkutan dengan penelitian ini.

Penelitian pertama yaitu jurnal yang ditulis oleh Anak Agung Mia Intentilia pada tahun 2020 yang berjudul *Coffee Diplomacy in Jokowi's Era: The Strategy of Cultural and Economic Diplomacy of Indonesia's Foreign Policy*.¹ Studi ini menyimpulkan tiga temuan utamanya. Temuan pertama, diplomasi budaya dan ekonomi melalui diplomasi kopi yang dilakukan oleh Jokowi sendiri dan pemerintahannya saling terkait dan dipraktikkan dalam waktu yang bersamaan. Artinya, diplomasi kopi tidak hanya digunakan untuk memperkenalkan nilai maupun cerita budaya "minum kopi" Indonesia, tetapi juga untuk melanjutkan

¹ Anak Agung Mia Intentilia, "COFFEE DIPLOMACY IN JOKOWI'S ERA: THE STRATEGY OF CULTURAL AND ECONOMIC DIPLOMACY OF INDONESIA'S FOREIGN POLICY", VOLUME 4 NOMOR 1 2020

diskusi tentang potensi bisnis, terutama peluang pembukaan, perluasan, hingga perkuatan ekspor kopi ke negara lain. Sebelum hubungan dagang ditawarkan, nilai maupun cerita budaya kopi Indonesia secara terbuka digunakan untuk menarik pihak lain. Temuan kedua, pendekatan bilateral dan multilateral, mengenai diplomasi kopi Indonesia. Data yang ada memberikan kesimpulan bahwa Jokowi kerap mengunjungi negara lain seperti Selandia Baru dengan salah satu agenda diplomasi kopi. KBRI atau KJRI di luar negeri kerap menggunakan pendekatan bilateral sebagai cara perluasan diplomasi kopi. Oleh karena itu, dokumen ini memiliki pendapat bahwa dalam konteks ini, pendekatan bilateral masih relevan. Tidak hanya itu, pendekatan multilateral juga memiliki peran krusial untuk hubungan diplomatik kopi Indonesia.

Untuk temuan ketiga, jurnal tersebut juga menemukan bahwa aktor negara dan non-negara terlibat aktif dalam diplomasi kopi. Adapun peran negara, Jokowi sebagai kepala negara langsung membuat ijazah kopi. Mengikuti jejaknya, para duta besar Indonesia di berbagai negara, pemerintah setingkat menteri hingga pemerintah daerah Indonesia melakukan aksi atau berpartisipasi dalam festival maupun pameran sebagai upaya promosi kopi Indonesia. Dokumen ini mengidentifikasi peran utama aktor non-negara, termasuk: (i) perusahaan; (ii) lembaga pendidikan; (iii) kelompok masyarakat sipil; dan (iv) individu. Keempat aktor non-negara ini memiliki peran besar dalam diplomasi kopi sesuai dengan bidangnya. Dokumen tersebut memiliki pendapat bahwa kunci promosi nilai budaya minum kopi Indonesia adalah koherensi. Ke depan, diplomasi kopi diharapkan dapat semakin kuat dan luas untuk menciptakan efek koefisien jangka

panjang. Diplomasi budaya dan ekonomi melalui kopi bermanfaat bagi citra positif dan kesejahteraan Indonesia. Diplomasi kopi mengungkapkan suasana informal: santai namun bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Penelitian kedua ditulis oleh Rara Shertina pada tahun 2019 dengan judul Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat.² Keberhasilan diplomasi kopi memiliki dampak pada devisa para pengusaha kopi dan petani kopi, dan juga meningkatkan relasi bilateral antara Indonesia dan Amerika Serikat. Selama 70 tahun berhubungan diplomatic, Indonesia dan Amerika Serikat meningkatkan kerjasama perdagangan. Amerika Serikat merupakan destinasi ekspor Indonesia dan sumber investasi asing, sehingga Indonesia menjaga relasi baik dengan Amerika Serikat.

Kepentingan nasional merupakan faktor kunci dalam pelaksanaan diplomasi kopi, yang telah disebutkan sebelumnya dalam peraturan perundang-undangan nasional. Hukum negara ini mempengaruhi sikap Indonesia terhadap Amerika Serikat dalam berdagang. Indonesia memiliki rute internasional yang kaya. Selain pemerintah dan kementerian Indonesia yang berperan penting dalam hubungan luar negeri kopi, peran pengusaha kopi lokal dan kelompok kopi adalah jenis diplomasi multitrack ketiga. Terakhir, diplomasi kopi bisa dijadikan cara untuk memahami kepentingan masyarakat Indonesia yang ekspornya terus

² Rara Shertina, "Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat", *Global & Policy* Vol.7, No.2, Juli-Desember 2019

meningkat setiap tahunnya. Hubungan ekspor Indonesia-AS adalah pemenuhan kepentingan Indonesia dalam penjagaan kedamaian dunia melalui kerja sama perdagangan.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang ditulis oleh Reza Maulana Berlian pada tahun 2016 yang berjudul *Multi-track Diplomacy Indonesia dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi ke Amerika Tahun 2011-2015*.³ Pada penelitian ini disimpulkan bahwa Indonesia Multi Track Diplomacy memiliki tujuan untuk mendongkrak ekspor kopi, kemudian mendongkrak devisa negara oleh pemerintah dan pelaku usaha kopi Indonesia. Selaku pihak formal, pemerintah berkemampuan untuk melakukan kegiatan formal dan pelaku bisnis sebagai pihak yang dimanfaatkan untuk keuntungan ekonomi berkemampuan untuk menjalin relasi dengan peminum kopi di Amerika sehingga berminat untuk melakukan impor kopi Indonesia. Dengan dukungan kedua belah pihak, kepentingan negara mampu terwujud, seperti menjaga relasi diplomatik antar negara, menjaga kegiatan ekspor-impor untuk peningkatan devisa negara. Melalui diplomasi kopi antara Indonesia dan Amerika, hubungan kedua negara akan semakin erat, seiring dengan semakin intensnya kerjasama baik dari pemerintah maupun non-pemerintah.

Penelitian keempat yaitu penelitian yang ditulis oleh Rima Kartika Fatha pada tahun 2017 yang berjudul *Analisis Permintaan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat*.⁴ Dari temuan yang ada, bisa disimpulkan bahwa biaya ekspor kopi

³ Reza Maulana Berlian, "Multi-track Diplomacy Indonesia dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi ke Amerika Tahun 2011-2015", *Transformasi* No. 30 Tahun 2016 Volume I Hal 1

⁴ Rima Kartika, "Analisis Permintaan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat", *Economics Development Analysis Journal* 6 (1) (2017)

Indonesia ke AS dan PDB perkapita AS berpengaruh positif terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Sementara perwujudan FDI di Indonesia berpengaruh signifikan dengan nilai negatif. Ketiganya bersamaan diketahui berdampak signifikan dalam membentuk volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang ditulis oleh H. Hervinaldy pada tahun 2017 yang berjudul Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat.⁵ Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa persoalan yang dimiliki Indonesia untuk mengembangkan industri pengelolaan kopinya adalah persaingan yang ketat di pasar produk olahan dan citra bahwa negara produsen tidak sanggup membuat produk olahan untuk memenuhi permintaan pasar. Itulah yang telah dilakukan untuk mengatasi hambatan ekspor kopi dalam maupun luar negeri Indonesia, mencakup gangguan ekspor dari Amerika Serikat, yakni kebijakan pengendalian impor dan standarisasi kualitas kopi impor, pemerintah telah mengimplementasikan prosedur ekspor berwujud IS Coffee. Saya akan melaksanakannya. Kebijakan teknologi pasca panen diatur pada Peraturan Menteri Pertanian RI No. 52/Permentan/OT.140/9/2012 tentang Teknologi Pasca Panen.

Penelitian keenam yaitu penelitian yang ditulis oleh Desi Ratna Sari pada tahun 2016 dengan judul Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Dunia.⁶

⁵ H. Hervinaldy, "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat", JOM FISIP Vol. 4 No. 2 Oktober 2017

⁶ Desi Ratna Sari, "Analisis Posisi Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Dunia", Jom Faperta Vol 3 No. 1 Februari 2016

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa permintaan dan penawaran pasar dunia pada kopi dalam kurun waktu 2001-2012 setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dalam kurun waktu 2001-2012, produksi, perkembangan luas, volume dan nilai kopi Indonesia setiap tahun meningkat, meskipun condong fluktuatif. Meningkatkan signifikan pada harga FOB Indonesia juga, juga pada harga domestik Indonesia. Tetapi Indonesia sampai sekarang belum mampu menjadi price leader dan justru adalah price taker. Price leader saat ini ialah Brazil; ia bisa memengaruhi harga kopi dunia dengan angka yang paling kompetitif di Indonesia.

Penelitian ketujuh yaitu penelitian yang ditulis oleh Dewi Anggraini pada tahun 2006 yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia dari Amerika Serikat.⁷ Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki pengaruh signifikan bagi volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat adalah harga kopi dunia, teh dunia, jumlah penduduk AS, serta variabel konsumsi kopi di Amerika Serikat satu tahun sebelumnya. Variabel yang tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat adalah variabel pendapatan per kapita penduduk Amerika Serikat dan variabel nilai tukar dolar terhadap rupiah.

Penelitian kedelapan yaitu penelitian yang ditulis oleh Burhani Maulana Suprayogi pada tahun 2017 yang berjudul Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia, Brazil, Kolombia, dan Vietnam.⁸ Dalam penelitian ini dapat disimpulkan

⁷ Dewi Anggraini, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ekspor Kopi Indonesia dari Amerika Serikat", Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2006.

⁸ Burhani Maulana Suprayogi, "Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia, Brazil, Kolombia, dan Vietnam", Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 50 No. 2 September 2017

bahwa pada analisis keunggulan komparatif, posisi Indonesia di pasar internasional, dan keunggulan kompetitif, Indonesia menempati level terendah dan terlebih Indonesia masih kekurangan peran pemerintah untuk meningkatkan produksi kopi di Indonesia.

Penelitian kesembilan yaitu penelitian yang ditulis oleh Nadia Handika Putri pada tahun 2019 yang berjudul Analisis Determinan Nilai Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan ECNM.⁹ Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Dengan bertambahnya luas areal kopi Indonesia, maka tidak akan mempengaruhi aktivitas ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dalam jangka pendek maupun panjang. Kemudian, produksi kopi lokal dalam jangka pendek akan meningkat yang akan mempengaruhi aktivitas nilai ekspor kopi ke AS. Sementara itu, dalam jangka panjang, peningkatan produksi kopi Indonesia setiap tahun tidak berpengaruh bagi aktivitas nilai ekspor kopi ke AS. Demikian pula, peningkatan konsumsi kopi Amerika dalam jangka pendek tidak mempengaruhi kegiatan ekspor kopi ke AS. Kenaikan atau penurunan harga kopi dunia dapat mempengaruhi volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Penelitian kesepuluh yaitu penelitian yang ditulis oleh Rea Efraim Purba dan Banatul Hayati, SE, M.Si pada tahun 2011 yang berjudul Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya.¹⁰ Dalam

⁹ Nadia Handika Putri, "Analisis Determinan Nilai Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan ECNM", *Directory Journal of Economic* Volume 2 Nomer 4

¹⁰ Purba, R.E. and Hayati, B., 2011. *Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa ekspor kopi Indonesia ke Amerika berfluktuasi dari tahun 1980-2009, ekspor tertinggi di tahun 2006, yaitu 85.503 ton, namun terjadi penurunan sampai tahun 2008 lalu kembali naik di tahun 2009. Temuan ini sama dengan produksi kopi Indonesia, dimana pada tahun 2007 terdapat kemerosotan pembuatan kopi di Indonesia. Selanjutnya, ditemukan bahwa harga kopi domestik berpengaruh negatif terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika dan konsumsi kopi AS juga berpengaruh signifikan dan elastis terhadap ekspor kopi Indonesia ke Amerika.

2.2 Konsep dan Teori

2.2.1 Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah perdagangan ekonomi antar negara. Produk yang biasanya dibeli meliputi barang konsumsi seperti televisi dan pakaian; Peralatan seperti mesin; dan makanan. Bisnis lainnya adalah jasa, seperti jasa perjalanan dan pembayaran paten luar negeri. Transaksi perdagangan internasional didukung oleh pembayaran internasional. Di sini, sistem perbankan swasta serta bank sentral negara konsumen memiliki peran krusial.¹¹Fokus utama dari analisis perdagangan internasional yaitu terdapat pada transaksi riil dalam ekonomi

¹¹ Bela Balassa, "International Trade", diakses pada 15 maret 2022 melalui <https://www.britannica.com/topic/international-trade>

internasional, yaitu transaksi yang melibatkan komitmen nyata atau pergerakan fisik barang dari sumber daya ekonomi.¹²

Perdagangan internasional mempunyai prinsip dasar yang sama seperti semua jenis perdagangan. Perdagangan merupakan konsekuensi dari kecenderungan manusia untuk barter atau bertukar satu hal dengan hal lain. Itu tidak berarti bahwa perdagangan tidak memiliki motif egois. Sebaliknya, setiap kali orang berdagang satu sama lain, mereka mengejar kepentingan mereka sendiri, bukan kepentingan altruistik. Mereka harus mendapatkan keuntungan dari perdagangan jika tidak mereka tidak akan mengejanya. Dengan demikian, pedagang melakukan perdagangan secara internasional karena mereka memperoleh keuntungan darinya. Namun, Adam Smith berusaha untuk menunjukkan bahwa tidak hanya pedagang tunggal tetapi masyarakat secara keseluruhan mendapat manfaat dari perdagangan internasional.¹³

Perdagangan internasional dan transaksi keuangan terkait bertujuan memasok komoditas kecil bagi negara-negara dengan imbalan barang yang diproduksi dalam jumlah besar; Bisnis semacam itu, bekerja sama dengan kebijakan ekonomi lainnya, meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sejumlah besar rekam historis modern hubungan internasional melibatkan usaha dalam melakukan promosi perdagangan bebas antar negara. Penulis menggunakan teori ini sebab diplomasi kopi Indonesia dengan Amerika Serikat ditujukan untuk menaikkan

¹² Paul R. K, "International Trade Theory and Policy", (Inggris, Pearson Education Limited, 2018), hlm. 31

¹³ Reinhard Schumacher. "Adam Smith's theory of absolute advantage and the use of doxography in the history of economics", Erasmus Journal for Philosophy and Economics, Volume 5, Issue 2, Autumn 2012, pp. 54-80.

kerjasama Indonesia dengan Amerika Serikat dalam hal ini dilihat dari peningkatan ekspor produk kopi Indonesia ke Amerika Serikat

2.2.2 Diplomasi Ekonomi

Diplomasi adalah ekspresi tata kelola yang dikeluarkan suatu negara untuk dirinya sendiri dalam hubungan eksternalnya. Seperti halnya bentuk pemerintahan lainnya, ia berakar pada visi, kemanjuran, organisasi, dan motivasi orang-orang dan lembaganya, termasuk para pemimpin, pejabat, dan masyarakat sipil pada umumnya. Diplomasi ekonomi adalah proses yang di mana negara-negara menangani dunia diluar batas negaranya, dalam rangka mengoptimalkan keuntungan nasional negara terkait dalam segala bidang, meliputi investasi, perdagangan, dan bentuk lainnya dari pertukaran yang memberikan profit secara ekonomi, di mana mereka menerima keunggulan komparatif; ia memiliki dimensi bilateral, regional serta multilateral, yang masing-masing penting. Tidak lagi monopoli entitas negara, agen resmi - kementerian luar negeri dan ekonomi, layanan diplomatik dan komersial, ditambah agen promosi mereka - sekarang terlibat dalam kemitraan dinamis dengan berbagai aktor non-negara.¹⁴ Mengembangkan kolaborasi domestik semacam itu merupakan sine qua non untuk penjangkauan eksternal yang efektif; di luar negeri, dengan cara yang sama, tindakan-tindakan tersebut juga menangani berbagai pemangku kepentingan asing. Peneliti

¹⁴ Kishan S. Rana (2004). "Economic Diplomacy: The Experience of Developing Countries" dalam Nicholas Bayne and Stephen Woolcock (eds.) *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations*. Burlington: Ashgate Publishing Company.

menggunakan pendekatan ini karena diplomasi kopi yang dilakukan oleh Indonesia merupakan kegiatan yang termasuk dalam berdiplomasi.

2.2.3 Kepentingan Nasional

Kepentingan nasional itu sendiri merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam hubungannya dengan kebutuhan rakyat atau negara atau dalam hubungannya dengan apa yang dicari. Dengan kata lain, kepentingan nasional diartikan sebagai kebutuhan dan keinginan suatu negara untuk berinteraksi dengan negara lain yang memiliki pemerintahan di sekitarnya.

Dalam membahas kepentingan nasional, muncul sebuah perspektif dalam kepentingan nasional yang disebut sebagai perspektif realis. Perspektif realis menyimpulkan bahwa negara merupakan aktor utama dalam politik internasional. Hal ini disebabkan karena kebijakan luar negeri diambil atas nama negara berdasarkan kepentingan dan tujuan nasional.¹⁵

2.2.4 Teori Comparative Advantage

Argumen Ricardo adalah bahwa jika perlindungan dihilangkan, sumber daya diharapkan beralih dari produk berbiaya tinggi ke produk berbiaya rendah dan sebagai hasilnya produktivitas akan meningkat. Teori keunggulan komparatifnya yang mendukung model perdagangan bebas adalah bagian dari argumen yang secara umum tersirat untuk mempertahankan *laissez-faire*. Perlindungan dipandang sebagai campur tangan dalam permainan bebas kekuatan pasar. Teori keunggulan

¹⁵ Paul R. Viotti dan Mark V. Kauppi, *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond (3rd Edition)* (Inggris: Prentice Hall, 1998), Hal. 55.

komparatif Ricardo tidak membandingkan antara biaya produksi dalam bentuk uang, seperti yang dipahami secara umum, di pasar domestik dan luar negeri, melainkan antara biaya riil (dalam hal waktu kerja dan sumber daya lainnya) dari komoditas yang berbeda di dalam negeri. Berbeda dengan ekonom neoklasik, David Ricardo mendasarkan argumennya pada teori nilai kerja.¹⁶

Prinsip keunggulan komparatif David Ricardo tidak mensyaratkan produktivitas absolut yang lebih tinggi tetapi hanya produktivitas relatif yang lebih tinggi (asumsi yang lebih lemah) dalam memproduksi suatu komoditas. Produktivitas/biaya relatif sebelum perdagangan menentukan harga relatif sebelum perdagangan. Harga relatif pra-perdagangan di setiap negara menentukan kisaran kemungkinan persyaratan perdagangan untuk mitra dagang.¹⁷

Dengan kata lain keunggulan komparatif yaitu jika suatu negara atau individu relatif lebih efisien dalam produksi suatu barang daripada negara atau individu lain, maka kita mengatakan bahwa dia memiliki keunggulan komparatif dalam produksi barang tersebut. Keunggulan komparatif mengukur efisiensi dalam hal besaran relatif. Karena negara memiliki sumber daya dan tingkat teknologi yang terbatas, mereka cenderung memproduksi barang atau jasa yang memiliki keunggulan komparatif. Peneliti menggunakan pendekatan ini karena keunggulan komparatif menyiratkan biaya peluang yang terkait dengan produksi satu barang dibandingkan dengan yang lain. Itulah sebabnya negara-negara cenderung

¹⁶ Kalim Siddiqui, *David Ricardo's Comparative Advantage and Developing Countries: Myth and Reality*, 2018, VOL. 8, NO. 3, 426–452

¹⁷ Satya Dev Gupta, *Comparative Advantage and Competitive Advantage: An Economics Perspective and a Synthesis*, Athens Journal of Business and Economics Vol. X, No. Y

berspesialisasi dalam produksi produk-produk tertentu. Gagasan ini disebut pembagian kerja internasional.

