

SKRIPSI

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2019



ATIKA

1810521043

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2019



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

ATIKA

1810521043

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2019

disusun dan diajukan oleh

ATIKA
1810521043

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, 16 Februari 2023

Pembimbing,



Kardina, S.IP., M.A
NIDN: 0922068103

**Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar**




Andi Meganingratna, S.IP., M.Si.
NIDN: 0931108002

SKRIPSI

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2019

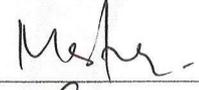
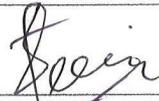
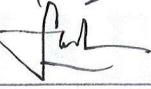
disusun dan diajukan oleh

ATIKA

1810521043

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 2 maret 2023, dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

**Menyetujui,
TIM PENGUJI**

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Andi Meganingratna, S.IP., M.Si. NIDN: 0931108002	Ketua	1. 
2.	Kardina, S.IP., M.A. NIDN: 0922068103	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Syamsul Asri, S.IP., M.Fil.I. NIDN: 0926028502	Anggota	3. 
4.	Dede Rohman, S.IP., M.Si. NIDN: 0919057501	Anggota	4. 

Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar




Andi Meganingratna, S.IP., M.Si.
NIDN: 0931108002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atika
NIM : 1810521043
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2018”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiaris, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU. No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 27 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Atika

ABSTRAK

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN KOMODITAS EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017- 2019

**ATIKA
KARDINA**

Strategi ekspor kopi merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan daya saing di pasar global pada komoditas kopi di Provinsi Bali. Dimana Provinsi Bali sendiri sebagai salah satu wilayah penghasil kopi yang ada di Indonesia. Jenis kopi unggulan Provinsi Bali adalah jenis kopi Arabika yang dikenal dunia terutama Amerika Serikat. Amerika Serikat merupakan negara pengonsumsi kopi terbesar dunia, maka dari itu Provinsi Bali memiliki peluang untuk bisa meningkatkan ekspor kopinya kepada Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan metode riset campur yang menggabungkan penelitian kualitatif dan kuantitatif guna menjelaskan bagaimana strategi pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat. Lebih lanjut penelitian ini menggunakan konsep diplomasi ekonomi, keunggulan kompetitif, nation branding untuk bisa menjelaskan apa saja strategi yang telah dilakukan pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopinya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dengan adanya upaya pemerintah Provinsi Bali dikatakan cukup efektif dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat melalui strategi internal dan eksternal yang mencakup perbaikan mutu di taraf petani dan juga melakukan promosi dagang. Provinsi Bali dapat mendorong ekspor kopinya ke Amerika Serikat dengan berbagai upaya agar kopi Provinsi Bali bisa mendapatkan nilai tambah agar bisa memperluas pasar di Amerika Serikat.

Kata kunci: Amerika Serikat, Diplomasi ekonomi, Ekspor Kopi, Provinsi Bali, Strategi Peningkatan Ekspor

ABSTRACT

STRATEGY OF BALI PROVINCE GOVERNMENT ON INCREASING COFFEE EXPORT COMMODITIES TO UNITED STATES OF AMERICA IN 2017-2019

**ATIKA
KARDINA**

Export strategy is one of the efforts to increase competitiveness in global market at coffee commodity in Bali province where in Bali province is one of coffee producer in Indonesia. One of Bali superior coffee type is Arabika which is known globally especially in United States. United States is the largest coffee consuming country in the world hence Bali has a chance to increase coffee export to United States. This research used a mix-method research that combines qualitative and quantitative research to explain the strategy of the provincial government of Bali in increasing coffee exports to the United States. Furthermore, this research used the concepts of economic diplomacy, competitive advantage, nation branding to be able to explain what strategies have been implemented by the provincial government of Bali in increasing its coffee exports. The results of this research indicated that the efforts of the provincial government of Bali are said to be quite effective in increasing coffee exports to the United States through internal and external strategies that include improving quality at the farmer level and also conducting trade promotions. The Bali province can boost its coffee exports to the United States with various efforts so that the Bali's coffee can gain added value in order to expand the market in the United States.

Keywords: USA, Bali, Economic Diplomacy, Coffee Export, Export Increasing Strategy

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENINGKATKAN EKSPOR KOMODITAS KOPI KE AMERIKA SERIKAT TAHUN 2017-2019**. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Hubungan Internasional (S.H.Int) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar Makassar.
2. Dr. Yusmanizar, S.sos., M.I.Kom selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu sosial.
3. Ibu Andi Meganingratna, S.IP., M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Fajar yang tak hentinya memberikan arahan, doa serta nasehat kepada penulis sehingga menjadi sosok yang selalu bisa dijadikan teladan.
4. Ibu Kardina S.IP., M.A., selaku pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas bantuannya dalam penyelesaian skripsi saya.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Fajar, Bapak Achmad, S.IP., Bapak Dede Rohman, S.IP., M.Si., Bapak

Dr. Syamsul Asri, S.IP.,M.FIL.i, dan seluruh dosen yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang terus membuat penulis kagum atas kedalaman ilmu yang telah diberikan selama ini yang membuat penulis selalu bersemangat untuk terus belajar.

6. Kedua orang tua penulis (Bapak Bustan dan Ibu Subu) yang selalu menjadi kekuatan dan dorongan bagi penulis untuk terus maju menyelesaikan skripsi ini serta senantiasa tulus memberikan doa, restu, kasih sayang, dan pengorbanan demi kelancaran buah hatinya. Karya ini mungkin tidak dapat membalas semua perjuangan Bapak dan Ibu, tetapi semoga menjadi salah satu wujud bakti penulis untuk sedikit membahagiakan Bapak dan Ibu.
7. Kepada kedua saudara dan saudari penulis, Rendi dan Pantri S.Kom, terimakasih atas semua pengorbanannya untuk penulis selama penulis masuk kuliah hingga penulis telah selesai, terimakasih bimbingan dan supportnya selama ini, terimakasih telah membantu penulis dalam bentuk materi dan dalam segala hal dan tak henti terus memberikan semangat disaat penulis berada pada titik terendah dalam penyusunan skripsi ini. Kalianlah yang menjadi alasan saya mampu menyelesaikan pendidikan. Terima kasih telah mengingatkan penulis akan tugas dan kewajiban dalam membahagiakan kedua orang tua.
8. Kepada Almarhuma Tante cinnongku terimakasih atas segala bantuannya semasa hidup, tidak luput saya ucapkan banyak terimakasih kepada beliau.
9. Untuk Semua Keluarga yang terlibat selama masa perkuliahan saya, Tante, Om, Kakek, Nenek, Sepupu, dan semua yang tidak bisa penulis

sebut satu persatu namanya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua bantuanya.

10. Serta tak luput saya mengucpkan banyak terimakasih kepada teman-teman dan sahabat penulis yang telah banyak terlibat selama perkuliahan penulis yaitu: Ade Tita Sari Jame, Santika, Sutiani Kurapa, Fitriani S.H.Int, Wahyuni S.H.Int, Priscilia Yolanda Arina S.E, Nurfadillah, Tipa, Natalia, Appy, Elfin, Maria Jesica, Arrang Tangdibali, Alex, Dona, Arafa, Wilson, Egin, Ketty, Chelsi, El, Inul Aulia Rahman, Gebiy Putri Sakila, Puspita Sari, Ana dan untuk semua sahabat teman yang terlibat dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Saya sangat bersyukur karena bisa kenal dengan kalian, terimakasih sekali lagi atas semua bantuan baik berupa materi ataupun sekedar memberikan semangat, kerjasama. intinya bersyukur bisa berteman dengan kalian yang betul-betul memahami baik dan buruknya sifat penulis. Semoga kita sama-sama sukses di masa depan.
11. Kepada teman-teman angkatan 2018 di Hubungan Internasional saya sangat berterima kasih kepada kalian karena telah banyak membantu penulis selama melaksanakan perkuliahan.
12. Kepada teman-teman di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, Bapak I Gusti Nyoman Gde Satria Wibawa, SH, kak Nana, kak Ayu, Kak Made, kak Feri, Ibu Mull, Ibu lisma, kak Bayu dan masi banyak lagi teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Terimakasih telah membimbing penulis, memberikan materi, dan menyemangati penulis, Sampai jumpa kembali.

Dan untuk semua yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu namanya, yang menjadi tempat penulis meminta bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Konsep dan Teori	15
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2 Kehadiran Peneliti.....	34
3.3 Lokasi Penelitian.....	35
3.4 Sumber Data.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Analisis Data.....	36
3.7 Tahap-tahap penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	38
4.1. Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi ke Amerika Serikat.	38
4.2. Upaya Internal.....	44
4.3. Upaya Eksternal.....	50

4.4. Pencapaian Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat.....	59
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah produksi kopi di masing-masing kabupaten Provinsi Bali Tahun 2016-2019.	8
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Branding Kopi Asal Bali.....	53
Gambar 4.2 Trade Expo Indonesia 2019	56
Gambar 4.3. <i>Partisipasi Event/Trade Expo di Amerika Serikat</i>	58

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan internasional menjadi salah satu aspek terpenting bagi suatu perekonomian negara. Negara didalam berbagai situasi global melakukan hubungan dengan berbagai negara, atau dari pihak luar negeri. Perdagangan luar negeri yang bisa diharapkan negara agar bisa menutupi berbagai kekurangan yang terdapat dalam tabungan domestic yang juga diperlukan untuk pembentukan modal dan juga meningkatkan suatu perekonomian negara. Negara tidak bisa memenuhi kebutuhan dalam negeri tanpa terjadi perdagangan dengan negara lain. Maka dari itu terjalin kerja sama atau hubungan yang saling ketergantungan atau interdependensi dengan negara maju, maupun dengan negara berkembang.

Para pelaku hubungan internasional telah meluas dan tidak hanya itu negara juga terlibat bahkan terjadi pula penambahan signifikan pada jumlah aktor non negara seperti MNCs, NGOs, tidak hanya itu individu saat ini telah menguatkan perannya dalam ikut serta mewarnai aktifitas hubungan internasional. Adapun salah satu aktor yang semakin aktif kehadirannya didalam arena internasional adalah pemerintah daerah. Tidak hanya itu banyak yang terkait termasuk lokal dan juga negara-negara diseluruh permukaan bumi, dan menjalin hubungan satu sama dengan yang lain. Dikarenakan melemahnya berbagai pihak yang terkait, membuat bergesernya para aktor negara dan juga non negara. Dari otonomi daerah menempatkan pemerintah daerah sebagai aktor internasional. Disisi itu terjadi perluasan spektrum hubungan internasional yang tidak hanya dimonopoli

oleh isu keamanan akan tetapi meluas kemasalah ekonomi, sosial, budaya dan lain-lain

Didalam berbagai era globalisasi ini membuat pelaksanaan otonomi daerah tidak bisa untuk dipisahkan dari berbagai konteks yang ada dalam hubungan Indonesia dengan aktor-aktor internasional. baik negara maupun non-negara¹. Hubungan kerjasama tersebut tidak hanya hubungan kerjasama antar daerah, melainkan juga bisa dilakukan hubungan kerjasama internasional, hal ini tercantum dalam undang-undang Nomor 32 tahun 2004 pada pasal 1 angka 5 yang menyebutkan : otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan².

Untuk mendukung adanya penyelenggaraan hubungan serta kerjasama yang ada diluar negeri yang akan lebih terarah, terpadu dan juga berlandaskan hukum negara yang ada dalam lembaga pemerintah dengan departemen maupun non departemen, ditingkat pusat dan daerah yang mempunyai rencana untuk membuat perjanjian internasional terlebih dahulu melakukan konsultasi dan kordinasi mengenai rencana tersebut dengan menteri UU Nomor 37 Tahun 1999, khususnya yang menyangkut aspek regional dan internasional yang dilakukan oleh pemerintah di tingkat pusat dan daerah, atau lembaga-lembaganya, lembaga negara, badan usaha, organisasi politik, organisasi masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, atau warga negara Indonesia. Kedua perangkat

¹ Ramaino, Almen S., Aksilas Dashfordate, and Meity Najooan. "Implications of Indonesian Economic Globalization and Economic Development in 1945–2014." *Unima International Conference on Social Sciences and Humanities (UNICSSH 2022)*. Atlantis Press, 2023.

² Soetjipto, Ani Widyani, et al. *Transnasionalisme: peran aktor non negara dalam hubungan internasional*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019.

hukum ini, memberi kesempatan kepada aktor non negara untuk berperan dalam hubungan internasional³.

Adanya kebijakan otonomi daerah UU NO. 32 tahun 2004 tentang pemerintah yang memberikan peluang bagi setiap daerah (Kabupaten/Kota) untuk mengembangkan potensi sesuai dengan karakteristik daerah masing-masing dengan melakukan kerjasama dengan pihak asing untuk memajukan daerahnya. Dalam konteks ini, daerah harus menghadapi persaingan internasional dalam bidang perdagangan dan investasi serta pemanfaatan sumber daya manusia. Dalam hal ini daerah harus meningkatkan daya saingnya sehingga tidak dirugikan.⁴

Saat ini ekspor menjadi hal yang berupa kegiatan yang bisa meningkatkan perekonomian negara melalui devisa yang juga dihasilkan dari berbagai kegiatan tersebut. Ekspor juga menjadi peluang pemasaran produk keluar negeri, menambah pendapatan, dan juga memberikan surplus neraca perdagangan. Saat ini Indonesia sangat mengupayakan berbagai peningkatan ekspor baik dari segi jumlah maupun barang atau juga jasa dengan berbagai macam strategi dalam pengemabangan ekspor.

Kopi merupakan salah satu sektor non-migas yang turut berperan serta untuk memberikan kontribusi bagi devisa negara melalui ekspor produk-produk pertanian. Komoditas kopi telah menjadi salah satu komoditas ekspor yang sangat penting dan menjadi sumber penghidupan untuk berjuta-juta petani kopi dan para pengusaha, karyawan perkebunan kopi dimana berhubungan dengan

³ Oktarina, Evi, and Putri Sari Nilam Cayo. "MEKANISME KERJA SAMA LUAR NEGERI OLEH PEMERINTAH DAERAH." *Justici* 11.2 (2019): 1-13.

⁴ Harmantyo, Djoko. "Pemekaran Daerah dan Konflik keruangan Kebijakan otonomi daerah dan Implementasinya di Indonesia." *Makara Journal of Science* (2010).

tata niaga kopi dengan masyarakat eksportir kopi. Komoditas kopi juga telah menjadi bidang penting untuk perekonomian beberapa Provinsi di Indonesia. Salah satu Provinsi penghasil kopi yang terkenal adalah Provinsi Bali. Produk andalan migas Indonesia adalah ekspor, dimana Bali sebagai bagian dari negara kesatuan Republik Indonesia, dengan wilayah yang tidak begitu luas secara geografis, tetapi mampu menghasilkan produk ekspor kopi yang sangat bermutu tinggi dan mampu menarik perhatian luar negeri⁵.

Karakteristik Provinsi Bali dengan luas wilayah yang sempit, dan terbagi menjadi 8 kabupaten dan 1 kota madya, membuat Bali memiliki arah pengembangan yang sangat khas dibandingkan dengan daerah lain. Berbagai kebutuhan dalam skala industri juga menjadikan Bali hampir tak luput dari pemetaan dalam berbagai pembangunan kawasan industri. Namun demikian, Bali mempunyai potensi yang sangat besar dalam pemasaran berbagai hasil-hasil industri baik itu lokal, regional maupun internasional. Tingginya kunjungan kedatangan wisatawan lokal maupun mancanegara menjadi potensi pasar yang banyak di garap oleh daerah-daerah lain di sekitaran Provinsi Bali bahkan perusahaan multinasional, namun tidak demikian oleh perusahaan lokal. Inilah yang mengakibatkan arah kebijakan di berbagai sektor industri yang lebih mendorong pengembangan industri skala kecil dan menengah yang pada dasarnya juga membutuhkan persyaratan yang jauh lebih lunak dibandingkan dengan industri skala besar.⁶

⁵ Sumia Krisna Devi Dasi, I Made Sudarma, Ida Ayu Listia Dewi, Analisis Nilai Ekspor Kopi Provinsi Bali dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, (29 April, 2018).

⁶ I Gusti Ngurah, Seramasara, et al. "Buku: EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR." (2019).

Kopi Bali juga menjadi salah satu kopi yang dihasilkan di Indonesia yaitu Provinsi Bali dimana kopi tersebut sangat diminati Amerika Serikat. Kopi Bali yang paling diminati salah satunya adalah kopi dari Kintamani karena memiliki iklim, cuaca tropis, dimana kondisi yang paling mendukung tanaman pertanian maupun perkebunan juga tumbuh dengan sangat baik. Meskipun Bali lebih dikenal sebagai tempat pariwisata namun tidak bisa dipungkiri untuk perkebunan juga ikut andil dalam berbagai peningkatan perekonomian pada sektor perkebunan terutama pada komoditas kopi. Potensi yang sangat tinggi bagi peluang pemasaran kopi juga sangat menjanjikan di dalam negeri maupun permintaan di luar negeri yang sangat potensial sehingga dapat menggairakan petani kopi untuk meningkatkan produksi⁷.

Bali memiliki beberapa daerah penghasil kopi arabika, salah satunya adalah Desa Biyan. Daerah tersebut juga merupakan tempat yang sangat cocok untuk kegiatan usaha tani kopi, diakarenakan sesuai dengan keadaan iklim dan kondisi tanah dari komoditi tersebut.⁸ Produksi kopi dunia yang paling terkenal adalah jenis kopi arabika dan sisanya berasal dari kopi robusta kopi yang dihasilkan dari Kintamani memiliki ciri khas yang berbeda dengan kopi dari daerah lain yaitu kopi Provinsi Bali terutama yang berasal dari Kintamani memiliki ciri khas rasa yang unik yaitu beraroma jeruk. Kopi arabika Kintamani Bali merupakan produk Indonesia yang mendapatkan sertifikat indikasi Geografis untuk pertama kali, tepatnya pada tanggal 5 Desember 2008. Komoditas kopi di Provinsi Bali juga

⁷ Cahyanto, Ginanjar Dwi, Agung Wibowo, and Putri Permatasari. "Kemitraan antara petani kopi dengan perusahaan (Studi Kasus Kintamani)." *Salam* 8 (2021): 173-90.

⁸ Nuriasih, Ni Nyoman, Ni Nyoman Utari Viprianti, and Dian Tariningsih. "Analisis pendapatan kopi kintamani kopi kintamani." *AGRIMETA: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem* 8.16 (2018).

merupakan salah satu komoditas perkebunan yang di perdagangan baik itu secara nasional maupun secara internasional.⁹

Ekspor kopi terbesar Provinsi Bali adalah tujuan utamanya adalah Amerika Serikat dengan jumlah total ekspor selama empat tahun terakhir total mencapai 43,46 ton dengan nilai 4,8 miliar, jika mengingat Amerika Serikat juga merupakan pengonsumsi kopi tertinggi jika di bandingkan dengan negara yang lain seperti Jerman, Italia dan Inggris yang jumlah ekspor kopinya masih sangat dibawah sekitar 70 ribu ton. Kualitas kopi Indonesia yang sangat baik terutama di Provinsi Bali menjadikan Indonesia sebagai salah satu pengeksport kopi terbesar dunia. Kopi Indonesia mempunyai pangsa yang sangat tinggi di Amerika Serikat. Bahkan, sebuah wadah warlabah penjual kopi yang sangat terkenal di Amerika Serikat, Starbuck, juga menggunakan kopi yang di impor dari Indonesia. Amerika Serikat mengimpor kopi dari Indonesia yang berskala besar. Berdasarkan banyak data yang dilansir impor kopi Amerika Serikat saat ini mencapai 5,88 miliar dolar AS atau setara 18,9 persen dari beberapa total impor dunia.¹⁰

Perdagangan luar negeri yang turut andil terutama ekspor, peranannya begitu penting di dalam perekonomian Provinsi Bali dikarenakan mampu menghasilkan devisa yang diperoleh dari kegiatan ekspor. Perkembangan kegiatan ekspor juga turut mewarnai strategi bagi perekonomian nasional. Dari keberhasilan meningkatkan ekspor non migas mencerminkan peningkatan daya saing nasional sekaligus merupakan salah satu indikasi timbulnya dinamika positif dalam kewirausahaan di Provinsi Bali. Demi berbagai kepentingan pembangunan

⁹ Sarjana, I. D. G. R., Dwi Putra Darmawan, and Ni Wayan Sri Astiti. "Merunut Potensi Kopi Arabika Sebagai Pengusung Utama Komoditas Ekpor Provinsi Bali." *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)* 5.1 (2017): 103-110.

¹⁰ Sanjaya, Adwitya, and Putu Krisna. "Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Volume Ekspor Kopi Provinsi Bali Periode 2012-2019." *INPUT: Jurnal Ekonomi dan Sosial* 1.2 (20012): 43808.

ekspor berperan sangat penting dan harus ditingkatkan terutama melalui ekspor non migas.

Salah satu sektor andalan perkebunan Provinsi Bali adalah kopi. Kopi menjadi salah satu ekspor unggulan hasil perkebunan Provinsi Bali. komoditas kopi menjadi salah satu pendapatan utama petani dari kurang lebih 1,97 juta KK yang juga tersebar di berbagai wilayah di Provinsi Bali. Menurut data sebelum tahun 2017 ekspor mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Produksi kopi Provinsi Bali tertinggi terjadi di tahun 2012 yaitu sebesar 18.880,430 ton. Produksi terendah terjadi di tahun 2014 yaitu sebesar 15.920,680 ton, namun kembali meningkat di tahun 2015 menjadi 17.340,820 ton. Tahun 2016 menjadi tahun dimana Bali mengantongi devisa sebesar US\$60.131,42 dari kegiatan ekspor kopi tersebut. Di tahun 2017 mengutip dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan total ekspor selama 9 bulan terakhir di tahun 2017 mencapai 25,6 ton, naik 38,42% dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya yaitu 18,5 ton. Dengan total nilai ekspornya mencapai US\$27.370,32 dan melonjak hingga 131,14% jika dibandingkan dengan dengan periode tahun sebelumnya yaitu US\$98.367,32.¹¹

Sebagai sumber penghasilan devisa kedudukan komoditi pertanian menjadi semakin penting dan strategis dalam ekspor non migas Indonesia. Komoditas hasil pertanian menunjukkan hasil yang sangat signifikan. Hal ini dicapai dengan makin meningkatnya kualitas produksi sesuai ketentuan dan persyaratan pasar internasional. Sistem perdagangan dunia menuntut persyaratan produk yang makin ketat antara lain dalam hal kualitas, desain, harga dan pelayanan sesuai

¹¹ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali, Melalui Data Tabel yang Diberikan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali.

dengan keinginan konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut maka diperlukan suatu upaya persyaratan SPS (*sanitary dan phitosanitary*)- WTO (*World Trade Organization*) yang bermakna yang memenuhi persyaratan perdagangan dunia. Tujuan yang ingin dicapai adalah pemenuhan persyaratan SPS mendukung penyediaan produk yang bermutu sesuai dengan persyaratan SPS mendukung penyediaan produk yang bermutu sesuai dengan persyaratan negara tujuan ekspor¹².

Tabel 1.1 jumlah produksi kopi di masing-masing kabupaten Provinsi Bali Tahun 2016-2019.

Kabupaten/Kota	2016	2017	2018	2019
Kab.	289.17	285.99	213.27	227.80
Jembarana				
Kab. Tabanan	6,123.58	6,119.87	5,341.46	5,432.89
Kab. Badung	884.72	832.11	827.91	780.44
Kab. Gianyar	145.67	1423.41	88.94	76.87
Kab. Klungkung	2,481.01	2,370.00	2,215.20	2,347.89
Kab. Bangli	101.65	136.48	20.10	21.64
Kab.	411.78	394.46	385.82	294.42
Karangasem				
Kab. Buleleng	8,408.82	6,911.83	4,812.07	6,058.34
Kota Denpasar	-	-	-	-
Provinsi Bali	18,846.42	17,194.15	15,904.76	15,240.94

Sumber : Dinas Pertanian Provinsi Bali, 2018¹³.

¹² Prabowo Lestari, Prabidea, dalam <http://prabidea.blogspot.com> diakses tanggal 25 November 2022.

¹³ Ibid.

Adanya peningkatan jumlah ekspor kopi Provinsi Bali sangat jauh dan berbanding terbalik dengan produksi kopinya. Tabel di atas menunjukkan jumlah produksi kopi Provinsi Bali yang dimana jumlah tersebut mengalami penurunan yaitu sebesar 19% diakibatkan oleh iklim yang tidak menentu, kurangnya berbagai pemeliharaan yang diakibatkan kurangnya tenaga kerja dan lahan yang semakin sempit atau yang dialih fungsikan sehingga membuat produksi menjadi berkurang. Produksi kopi yang dihasilkan Provinsi Bali setiap tahunnya rata-rata mencapai 15 ton dengan total luas lahan perkebunan 30 hektar di daerah yang juga memiliki produksi yang cukup¹⁴.

Meningkatkan produksi kopi Provinsi Bali akan meningkatkan volume ekspor dan tentunya berakibat pada meningkatnya pendapatan daerah Provinsi Bali. Kopi harus dapat menguntungkan demi kesejahteraan rakyat. Melalui semua sektor pemerintahan yang ada di Provinsi Bali Perkebunan menjadi hal yang harus diupayakan agar volume ekspor ini ditingkatkan. Pembangunan perdagangan sebagai upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pemerataan, memberikan sumbangan yang besar terhadap peningkatan pendapatan daerah dan perluasan kesempatan kerja. Disamping itu pembangunan perdagangan memberikan kontribusi dan menyatakan untuk mempertahankan stabilitasi ekonomi¹⁵.

Nilai ekspor kopi Provinsi Bali dalam beberapa tahun sebelumnya menunjukkan adanya fluktuasi terhadap volume maupun nilai ekspor yang juga dihasilkan dari ekspor kopi Bali dimana pada tahun 2014 total volume ekspor mencapai 240 ton dengan nilai ekspor US\$1,2 juta. Volume ekspor tersebut juga

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Arifin, Bustanul. *Analisis ekonomi pertanian Indonesia*. Kompas, 2004.

meningkat dari tahun 2013 dimana tercatat sebesar 36 ton dengan nilai ekspor US\$205 ribu 36 ton dengan nilai ekaspornya US\$205 ribu, tetapi pada tahun 2015 volume dan juga nilai ekspor kopi Provinsi Bali mengalami penurunan drastis menjadi 5 ton dengan nilai ekspor US\$143 ribu. Namun pada tahun 2016 semester pertama, Bali mengantongi devisa sebesar US\$60.131,42 dari berbagai kegiatan ekspor kopi. Penjualan tersebut menjadi merosot 57,34% jika dibandingkan dengan semester pertama dimana tahun sebelumnya yaitu US\$ 140,940,48. Pengapalan komoditas kopi ini juga nyatanya meningkat sebesar 146,22% dari 5,15 ton pada semester pertama di tahun 2015 menjadi 12,68 ton pada semester pertama di tahun 2016.¹⁶

Tahun 2017 menjadi tahun yang baik untuk ekspor kopi ekspor tersebut mencapai 385 ton dan setiap tahunnya semakin meningkat. Jumlah biji kopi yang telah di ekspor ke berbagai besar di dunia, salah satunya adalah Amerika. Komoditas kopi yang diproduksi Provinsi Bali mempunyai potensi cukup besar untuk bersaing dipasar luar negeri terutama di Amerika Serikat. Potensi ini yang mendatangkan devisa bagi Indonesia. Perkembangan non-migas Indonesia tidak lepas dengan adanya usaha penganekaragaman produk atau diverifikasi¹⁷.

Dalam berbagai hubungan diplomatik sendiri Amerika Serikat dengan Indonesia sudah menjalin hubungan bilateral yang sangat baik selama beberapa dekade, pada 28 Desember 1949 disahkan kedutaan besar Republik Indonesia telah resmi dibuka. Amerika Serikat yang menjadi adidaya melancarkan politik luar negerinya dengan berusaha melebarkan sayap kerjasama luar negerinya

¹⁶ Data Diambil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi bali, data yang Diambil Berupa Data Tabel Volume Ekspor Kopi Provinsi Bali.

¹⁷ Dinas Perindustrian dan Perdagangan Melalui Wawancara di Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

dengan berkembang untuk bisa mengamankan kepentingannya, dengan beberapa cara mengadakan kerjasama di berbagai bidang. Di dalam perkembangan hubungan Amerika Serikat dengan Indonesia mencakup berbagai sektor seperti kerjasama ekonomi dan perdagangan. Alasan kerjasama Amerika Serikat dengan Indonesia yaitu Indonesia memiliki beberapa komoditas yang dibutuhkan oleh Amerika Serikat seperti komoditas kopi dan Indonesia membutuhkan devisa dari perdagangan komoditas kopi.¹⁸

Tercatat ekspor kopi Provinsi Bali dari tahun 2017 sampai dengan 2020 mengalami kenaikan ekspor yang sangat pesat dimana di tahun 2019 komoditas kopi naik sebanyak 60 ton dengan jumlah nilai ekspor Rp4,4 miliar dan pada tahun 2020 lebih mengalami kenaikan hampir 100 persen menjadi 95 ton dengan nilai total ekspor sebanyak Rp7,68 miliar¹⁹.

Melalui ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat diharapkan agar dapat semakin meningkatkan perekonomian Provinsi Bali. Maka dari itu peneliti mengambil judul "Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat Tahun 2017-2019", dimana judul tersebut akan mengkaji lebih dalam bagaimana strategi pemerintah Provinsi Bali untuk meningkatkan jumlah ekspor kopinya ke Amerika Serikat dan dapat membantu perekonomian berbagai pihak seperti petani kopi, perusahaan, dan juga pihak yang terlibat.

Ekspor kopi Provinsi Bali menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekspor kopi itu sendiri. Nilai jual kopi di dunia dan juga

¹⁸ Adriansyah, Muhammad Ivan. "PROMOSI EKSPOR INDONESIA DALAM UPAYA PENINGKATAN EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT PERIODE 2017-2020." *Sriwijaya Journal of International Relations* 2.1 (Juni) (2022): 51-69.

¹⁹ Wawancara Jumlah Peningkatan Ekspor Kopi Provinsi Bali Oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali.

internasional sangat tinggi serta banyak berkontribusi terhadap devisa daerah bali yang mencerminkan bahwa komoditas kopi masih menunjukkan kemajuan yang sangat menjanjikan untuk ditekuni dan juga dijalankan baik dalam dunia usaha (eksportir kopi) maupun petani kopi yang berorientasi ekspor di Provinsi Bali. kondisi ekspor komoditas kopi Provinsi Bali dapat dimanfaatkan sebagai pemenuhan kebutuhan kegiatan ekonomi.

1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Menurunya harga kopi dari beberapa tahun terakhir terutama tahun 2016 yang sempat meningkat disemester pertama namun menurun disemester kedua membuat peneliti tertarik ingin mengambil tahun 2017-2019 sebagai fokus penelitian, dimana peneliti ingin mengetahui berapa kenaikan jumlah total ekspor kopi di tahun 2017 apakah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Peneliti ingin mengetahui strategi pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi Provinsi Bali dari tahun 2017-2019.

Sesuai dengan judul “Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi ke Amerika Serikat Tahun 2017-2019” maka pembahasan dalam penulisan ini yaitu untuk mengetahui strategi pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi Provinsi Bali agar bisa bersaing di pasarnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang masalah diatas, penulis dapat menarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : bagaimana strategi yang dilakukan

pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan maksud tujuan untuk mengetahui peran pemerintah Provinsi Bali dalam upaya meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Amerika Serikat dan juga untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi ke Amerika Serikat tahun 2017-2019.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi seputar peran serta strategi pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan mutu dan produktivitas kopi Provinsi Bali dengan tujuan untuk meningkatkan ekspor komoditas kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat pada tahun 2017-2019. Adapun hasil teoritis diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran mengenai konsep diplomasi ekonomi, keunggulan kompetitif dan nation branding sebagai salah satu sarana aktor hubungan internasional untuk bisa mencapai kepentingan nasional. Adapun dari konsep-konsep tersebut dapat menjadi masukan sebagai dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi siapa saja yang ingin mendalami penelitian topik ini.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai bahan untuk pembelajaran bagi setiap orang yang ingin mengetahui atau ingin mempelajari lebih lanjut tentang ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat yang berpengaruh terhadap

perekonomian Provinsi Bali, petani, perusahaan, serta masyarakat yang terlibat langsung dalam lingkup tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Konsep dan Teori

2.1.1 Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi menurut Peter Van Bergeijk, diplomasi ekonomi adalah serangkaian aktivitas (baik menyangkut metode maupun proses yang ada dalam pengambilan sebuah keputusan internasional) yang sangat terkait dengan kegiatan ekonomi lintas batas (ekspor, impor, investasi, pinjaman, bantuan dan migrasi), yang juga dilakukan oleh aktor non di dunia nyata. Diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam upaya meningkatkan komoditas ekspor kopi ke Amerika Serikat yang dilakukan aktor secara akademis²⁰.

Meningkat dibandingkan dengan masa lalu. Hubungan yang dilakukan antar negara tidak hanya didominasi dengan berbagai kerjasama pertahanan dan juga keamanan, kerjasama ekonomi yang menjadi salah satu bidang yang bekerjasama dan mendapatkan perhatian yang khusus dalam diplomasi ekonomi juga mendapat perhatian lebih jika dibandingkan dengan diplomasi konvensional yaitu diplomasi yang juga berfokus pada isu-isu politik dan militer. Jika melihat dari perubahan paradigma ini juga dapat disebabkan karena isu-isu ekonomi, yang juga dianggap sebagai politik tingkat rendah *low politics* telah menjadi sebuah bahasa dalam agenda politik internasional tingkat tinggi atau *high politics*. Diplomasi ekonomi juga disebut *shop keeper diplomacy* adalah *formulating and advancing policies relating to production, movement or exchange*

²⁰ Sabaruddin, Sulthon Sjahril. "Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 12.1 (2016): 69-90.

of goods, services, labors, and investment in other countries. Menurut G.R Berridge dan Alan James. Diplomasi ekonomi pada intinya juga menekankan pentingnya upaya-upaya memformulasikan juga untuk mengatur berbagai kebijakan yang terkait dengan beberapa hal seperti produksi, pergerakan dan pertukaran barang dan jasa, tenaga kerja, dan sumber daya produksi lainnya yang ada dalam konteks hubungan internasional.

Defenisi diplomasi ekonomi merupakan suatu proses, yang dimana dapat menyelesaikan masalahnya sendiri dengan yang lain. Agar bisa memaksimalkan pendapatan dan perolehan melalui suatu kegiatan ekonomi serta pertukaran ekonomi, baik yang dilaksanakan secara bilateral, regional. Maupun secara multilateral. Diplomasi yang juga dikeluarkan suatu negara untuk dirinya sendiri dalam berbagai hubungan eksternalnya. Jika dilihat bentuk pemerintahan lainnya, berakar pada visi, kemajuan, organisasi, dan motivasi orang-orang dan lembaganya, termasuk para pemimpin, pejabat, dan masyarakat sipil pada umumnya. Diplomasi ekonomi juga adalah sebuah proses dimana negara-negara menangani dunia diluar batas negaranya, untuk meningkatkan keuntungan nasional negara terkait dalam berbagai aspek, seperti investasi, perdagangan, dan bentuk lain dari pertukaran yang juga memberikan profit secara ekonomi, dimana keunggulan kompetitif yang memiliki dimensi bilateral, regional serta multilateral, yang dimana masing-masing penting. Tidak lagi monopoli entitas negara, agen resmi ditambah dengan agen promosi mereka sekarang yang juga terlibat dalam kemitraan, ditambah agen promosi mereka sekarang terlibat dalam kemitraan dinamis dengan berbagai aktor non-negara.²¹ Memang, domestik

²¹ Woolcock, Stephen, and Nicholas Bayne, eds. *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in international economic relations*. Ashgate Publishing, Ltd., 2013.

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

Timoty J. Richards and Paul M. Patterson dalam Woolcock juga menjelaskan bahwa program yang menjadi promosi ekspor juga mencakup secara luas dengan berbagai aktivitas seperti media periklanan, pemasaran dan juga dalam toko, promosi perdagangan, hingga jaminan kredit dan juga bantuan teknis, yang ditargetkan secara besar dimana pasar yang berbeda-beda. Dalam penelitiannya juga melihat bahwa program promosi ekspor juga sukses dirancang untuk mencapai konsumen melalui cara yang juga efisien seperti melalui komunikasi media massa, agar menciptakan kesadaran semua konsumen dengan semua produk yang mereka promosikan dan juga mengembangkan kedekatan hubungan antara penjual dengan distributor. Indonesia sebagai salah satu negara pengekspor komoditas kopi dimana melalui program-program promosi ekspor yang diselenggarakan melalui kolaborasi antara Lembaga-lembaga yang juga terlibat, berusaha agar bisa meningkatkan kinerja ekspor ke negara tujuan ekspor tradisional yaitu Amerika Serikat.²²

Christian Volpe Martincus dan Jeronimo Carballo menjelaskan Lembaga promosi ekspor membantu dalam berbagai peningkatan dari angka barang dan juga terderivensiasi yang di ekspor, sedangkan kehadiran representasi diplomatis di negara tujuan ekspor sangat berkontribusi dalam peningkatan ekspor dari komoditi yang juga di ekspor seperti biji kopi. Merekapun juga

²² Ibid.

menjelaskan bahwa kegiatan ini merupakan promosi ekspor yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan informasi yang juga dapat terjadi bila ingin memasuki pasar non-tradisional.²³

Penelitian pertama adalah artikel penelitian karya Anak Agung Mia Intentilia pada tahun 2020 yang berjudul "*coffee diplomacy of Jokowi's Era: The Strategi of Cultural and economic Diplomacy of Indonesia's Foreign Policy*"²⁴. Pada penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana pelaksanaan diplomasi kopi yang digunakan sebagai bagian dari diplomasi budaya dan juga diplomasi ekonomi yang dimana pada masa pemerintahan presiden Jokowi menjadi salah satu prioritas dalam melaksanakan politik luar negeri Indonesia. Kopi dalam hal ini menjadi agen yang paling mempromosikan budaya Indonesia sekaligus menjadi komoditas yang paling menunjang berbagai perekonomian bangsa. Dalam berbagai upaya melakukan promosi kopi presiden Jokowi turun secara langsung ke beberapa negara seperti Selandia Baru. Diplomasi ekonomi yang saling terkait menjadi salah satu agenda yang dapat membuka peluang untuk peningkatan ekspor kopi Indonesia. Persamaan dalam penelitian ini yaitu, pada penelitian sebelumnya fokus penelitiannya yaitu diplomasi kopi yang dimana dijalankan dengan tujuan untuk mencapai berbagai aspek ekonomi dan budaya. Sedangkan dalam penelitian ini lebih kepada bagaimana strategi pemerintah untuk meningkatkan ekspor kopi. Kemudian untuk cakupannya, penelitian

²³ Ibid.

²⁴ Intentilia, Anak Agung Mia. "Coffee diplomacy in Jokowi's era: the strategy of cultural and economic diplomacy of Indonesia's foreign policy." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 4.1 (2020): 63-81.

sebelumnya tidak terkait pada satu Sehingga penelitian ini berfokus pada tujuan penelitiannya yaitu Amerika Serikat.²⁵

Penelitian kedua adalah artikel penelitian karya Rara Shertina pada tahun 2019 yang berjudul "*Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia Dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi Ke Amerika Serikat*". Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana tingginya ekspor kopi ke Amerika Serikat secara tidak langsung juga membantu Indonesia untuk memenuhi kepentingan nasionalnya. Kepentingan nasional juga sangat mendorong Indonesia untuk melakukan berbagai upaya diplomasi kopi ke Amerika Serikat. Diplomasi kopi yang diterapkan Indonesia menggunakan teori diplomasi *multi-track*, yang mana melibatkan berbagai bidang seperti pemerintahan sebagai aktor utama yang membantu untuk menembus pasar dunia di acara *Global Coffee Specialty Expo*, Boston, Amerika Serikat. Pemerintah juga terlibat dan membantu terselenggaranya pameran *Specialty Coffee Association of America (SCAA)* 2016. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah memanfaatkan kopi sebagai alat diplomasi untuk mencapai berbagai kepentingan nasional. Adapun perbedaan antara penelitian ini yaitu pada penelitian sebelumnya memaparkan instrumen hukum yang mendukung dan mengatur diplomasi kopi di dalamnya sedangkan penelitian ini sangat merujuk pada strategi yang digunakan pemerintah²⁶.

²⁵ Intenilia, Anak Agung Mia. "Coffee diplomacy in Jokowi's era: the strategy of cultural and economic diplomacy of Indonesia's foreign policy." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 4.1 (2020): 63-81.

²⁶ Rara Shertina, "Diplomasi Kopi: kebijakan Luar Negeri Indonesia Dalam Meningkatkan Kerjasama Komoditas kopi ke Amerika Serikat," *Global and Policy Journal of Internasional Relations* 7, no. 02 (January 12, 2019).

Penelitian ketiga yang berjudul “Analisis Daya saing Ekspor Kopi Indonesia di pasar dunia”, berbagai tujuan yang dimaksud dengan penelitian ini adalah meskipun Indonesia masuk dalam 4 pengekspor kopi terbesar dunia namun indoneisa masih mengalami kekalahan dalam bersaing dengan Jepang, Jerman dan Amerika Serikat. Yang menjadi salah satu penyebab rendahnya nilai ekspor kopi Indonesia tidak terlepas rendahnya kualitas kopi itu sendiri. Penyebab utamanya adalah sebagian besar kopi ekspor Indonesia berupa bahan mentah serta penanganan pasca panen yang begitu cenderung kurang jika dibandingkan oleh lahan kopi yang dimiliki oleh Indonesia. Sehingga saran yang dihasilkan adalah Indonesia juga harus melakukan berbagai peninjauan pada peningkatan kualitas dan produktifitas kopi yang ada sehingga mampu meningkatkan ekspor komoditas kopi dan membuat keuntungan Indonesia²⁷.

2.1.2. Keunggulan Kompetitif (*competitif advantage*)

Teori keunggulan kompetitif pertama kali diperkenalkan oleh Michael E. Porter, dimana Porter menjelaskan bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komperatif tidak mencukupi, atau juga tidak tepat. Keunggulan kompetitif merupakan sebuah kemampuan yang juga diperoleh melalui karakteristik dari sumber daya suatu negara, serta berbagai industri di dalamnya yang juga memiliki kemampuan di dalam melakukan berbagai inovasi dan meningkatkan kemampuannya yang disebabkan karena berbagai tekanan dan tantangan yang ada. Dalam beberapa perbedaan nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya banyak memberikan kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Suatu industri menjadi sangat kompetitif melalui berbagai inovasi yang dapat meliputi berbagai peningkatan

²⁷ Ibid.

teknis dan juga proses produksi. Selanjutnya, porter mengajukan banyak ide berlian yang terdiri dari empat determinan faktor-faktor yang juga menjadi keunggulan daya saing nasional. Adapun empat atribut dari sumber daya alam suatu, permintaan domestik, keberadaan industri terkait, dan beberapa strategi, struktur, dan tingkat persaingan perusahaan.²⁸

- 1. Faktor Kondisi**, jika mengacu pada seberapa besar kekuatan suatu yang juga dilihat dari beberapa faktor produksi yang dimiliki tersebut. Faktor yang juga berperan penting dalam produksi sumber daya alam, sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi dan sumber daya infrastruktur. Jika semakin baik kondisi faktor produksi yang dimiliki suatu industri di dalam suatu, maka akan semakin kompetitif tersebut.
- 2. Faktor Permintaan**, jika mengacu pada berbagai permintaan akan barang dan jasa dari konsumen, dimana jumlah permintaan tersebut juga dipengaruhi oleh komposisi keinginan (selera) dan juga kebutuhan konsumen, jangkauan pasar dan juga tingkat pertumbuhan pasar. Karena faktor permintaan mengacu pada berbagai ketersediaan pasar domestik yang sangat berperan menjadi elemen dalam menghasilkan berbagai daya saing. Hal tersebut juga ditandai dengan kemampuan untuk menjual produk-produk unggulan yang didorong dengan adanya permintaan serta adanya pendekatan hubungan antara produsen dengan konsumen.
- 3. Faktor Industri Terkait & Pendukung**, jika mengacu pada berbagai industri-industri yang sangat berhubungan langsung dengan industri yang terkait dan juga mampu berpengaruh dan mendukung peningkatan daya saing. Dengan adanya industri pendukung terkait akan menumbuhkan

²⁸ Porter, Michael E. "Competitive strategy." *Measuring business excellence* 1.2 (1997): 12-17.

perindustrian yang kompetitif serta menawarkan berbagai informasi dan teknologi baru.

4. **Faktor Strategi dan Persaingan**, jika mengacu pada persaingan yang menjadi indikator dasar dalam penyusunan struktur dan juga strategi suatu industri. Sangat berpengaruh terhadap berbagai proses inovasi dan pada akhirnya juga akan meningkatkan daya saing di pasar internasional.
5. **Faktor Peran Pemerintah**, pemerintah juga sangat berperan penting dalam menciptakan keunggulan daya saing nasional. Peran dimaksud, bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang juga dimiliki, hal tersebut dapat dilakukan pemerintah melalui kewenangan yang dimiliki, hal tersebut dilakukan pemerintah agar kebijakan-kebijakan dan peraturan yang berfokus pada penciptaan dan penguatan, serta juga menegakan standar industri. Kelima faktor diatas inilah yang digunakan penulis dalam melihat apa saja langkah-langkah yang dilakukan dalam meningkatkan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat pada tahun 2017-2020²⁹.

Menurut Kotler & Keller teori keunggulan kompetitif adalah sebuah strategi dan cara untuk menempatkan perusahaan secara tepat dan juga menjadi sebuah peasing yang dapat memberikan perusahaan keunggulan dalam daya saing yang begitumkuat pula. Demikian, dengan berbagai keunggulan kompetitif tersebut dihasilkan dengan cara menenangkan tempat atau posisi yang unggul melalui beberapa kebijakan dan kelebihan-kelebihan yang disebutkan atau juga tidak dimiliki oleh pesaing. Adanya poin-poin yang sangat jelas seperti memiliki keunggulan saja, teori keunggulan kompetitif juga mempengaruhi perusahaan

²⁹ Ibid.

untuk terus mempertahankan berbagai nilai-nilai lebih yang akan membuat hal tersebut bisa menjadi pendapatan unggulan dalam bersaing tersebut.³⁰

Menurut Hill dan Jones dalam bunga Aditi dan sopi petana mengatakan dengan adanya keunggulan yang juga bisa bersaing mesebuah kekuatan besar bagi perusahaan yang juga dapat menjadikan perusahaan dapat mampu membuat produk yang berbeda-beda dari produk yang ditawarkan oleh para pesaing pesaing agar mempunyai harga relative rendah jika dibandingkan oleh pesaing lainnya. Dimana para konsumen cukup selektif dalam berbagai produk yang bisa menarik lebih banyak lagi konsumen akan cenderung memeiliki produk yang juga mampu menarik lebih banyak konsumen dan sudah tentu akan juga lebih unggul jika dibandingkan oleh para pesaingnya. Keunggulan kompetitif tersebut merupakan suatu keadaan dimana pera perusahaan dapat menciptakan posisi yang bisa mempertahankan dan menjadi terbaik atas pesaing-pesaingnya.³¹

Banyaknya tingkat komsumsi kopi di Amerika dapat mendorong adanya jumlah permintaan ekspor kopi ke Amerika Serikat. Adanya peluang ekspor kopi Provinsi Bali juga sangat menjanjikan oleh karena itu meningkatkan produksi untuk mencukupi permintaan kopi dari Amerika Serikat akan sangat dibutuhkan kerja sama antara pemerintah dan juga petani penghasil kopi. Adapun upaya yang dilakukan Pemerintah yaitu menerapkan penyuluhan kepada petani-petani kopi untuk mendisiplinkan ekspor kopi yang akan keluar negeri. Moderensiasi alat produksi, memberikan pelatihan-pelatihan, serta berrorientasi pada pasar bebas.

³⁰ Kotler, Philip, and K. L. Keller. *Philip Kotler*. Astromax Entertainment, 2014.

³¹ Hill, Charles WL, Gareth R. Jones, and Melissa A. Schilling. *Strategic management: Theory & cases: An integrated approach*. Cengage Learning, 2014.

Rahmadani menganalisis tentang pengaruh ekspor kopi Indonesia. Adapun penelitian ini bertujuan agar Indonesia bisa mengetahui bahwa ada beberapa faktor yang berpengaruh kepada volume ekspor kopi itu sendiri yang berasal dari Indonesia. Adapun variabel Independen penelitian ini adalah GDP rill, kurs, harga kopi internasional, dan harga kopi domestik. Sedangkan dependen dalam penelitian ini yaitu volume ekspor kopi Provinsi Bali. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa GDP rill, harga kopi internasional, dan harga kopi domestik berpengaruh terhadap volume ekspor kopi Indonesia. Perbedaan yang terletak pada skripsi ini adalah tujuan pada metode analisis yang digunakan.³²

Purnamasari juga menganalisis adanya Daya Saing yang terdapat pada ekspor Kopi Indonesia untuk pasar dunia. Adapun maksud dari hasil penelitiannya adalah agar bisa mengevaluasi daya saing ekspor dari kopi Indonesia di pasar dunia. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Revealed Comparativ Advantage (RCA)*, *Comparative Export Performance (CEP)* dan *Market Share Indeks (MSI)*. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa Colombia diikuti oleh Brazil dan Vietnam juga memiliki keunggulan Kompetitif pada semua periode, namun Indonesia masih berada pada peringkat keempat. Indonesia juga harus menghadapi kompetisi yang sangat kuat antara Brazil dan Colombia di dalam pasar *United State of America (USA)*,

Penelitian terdahulu dari Tri Edo Syaputra, mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Riau, yang berjudul "Kerjasama Ekspor Kopi Mandailing Ke Korea Selatan", yang membahas mengenai kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam hal salah jenis kopi Indonesia yaitu kopi Mandailing. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Permintaan, konsumsi, dan banyaknya

³² Ramadhani, Riska. "Analisis Ekspor Kopi Indonesia." (2018).

kedai kopi di Korea Selatan menjadi acuan bagi Korea Selatan untuk mengimpor kopi dari berbagai negara penghasil kopi utama di dunia seperti Brazil, Kolombia, Vietnam dan Indonesia. Tren konsumsi minum kopi di Korea Selatan yang membuat kopi dikagumi terutama kopi mandailing sehingga Korea Selatan dan Indonesia menjalin kerjasama untuk mengekspor kopi Mandailing ke Korea Selatan.³³

Teori keunggulan kompetitif diangkat sebagai teori dalam penelitian ini karena unit analisis dalam penelitian ini berusaha untuk terus melakukan strategi dalam menghasilkan produk yang lebih unggul dari yang lainnya. Provinsi Bali sebagai unit analisis dalam penelitian ini terus melakukan berbagai strategi dalam menghasilkan biji kopi yang lebih unggul dari perusahaan lainnya. Provinsi Bali terus melakukan pembinaan kepada petani kopi supaya dapat menghasilkan biji kopi terbaik dan dalam hal produksinya juga Provinsi Bali juga menggunakan cara tersendiri supaya menghasilkan biji kopi kualitas ekspor.

Baroh *et al* juga menganalisis tentang "*Indonesian coffee Competitiveness in the international market: Armington model application*". Tujuannya adalah untuk menganalisis bagaimana daya saing kopi Indonesia di pasar domestic dan juga bagaimana daya saing kopi Indonesia di berbagai pasar dunia di antara negara pengekspor kopi lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Advantage Revealed comperative* (ARC) yang dimana digunakan untuk memeriksa bagaimana daya saing kopi Indonesia diantara yang lain komoditas di pasar domestic dan juga menggunakan model Armington agar bisa menentukan daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

³³ Syaputra, Tri Edo, and Tri Joko Waluyo. "Kerjasama Ekspor Kopi Mandailing ke Korea Selatan Tahun 2016." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4.2 (2017): 1-14.

Hasil dari analisis metode RCA juga menunjukkan bahwa diantara 10 macam tanaman perkebunan, ada 8 komoditas yang juga dianggap kompetitif di berbagai pasar domestic. Adapun daya saing komoditas kopi Indonesia juga berada pada peringkat 7. Kedelapan komoditas adalah pinang, palem, karet, kelapa, lada, biji coklat, kopi. Sementara itu tembakau dan tebu dianggap menjadi komoditas yang tidak kompetitif. Hasil dari analisis metode Armington menunjukkan daya saing terhadap komoditas kopi Indonesia di pasar internasional di antara 4 negara pengekspor lainnya (Brasil, Colombia, Meksiko, Vietnam) dalam mengimpor negara (jepang, belanda, Amerika Serikat, Jerman, Australia). Menjadi perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada metode analisis data, sedangkan persamaan pada tujuan dari penelitian.

Anindita *et al* juga menganalisis tentang analisis berbagai daya saing kopi Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan agar bisa digunakan untuk menganalisis keunggulan komperatif dan juga kmpetitif kopi Indonesia. Metode analisis yang juga digunakan yaitu RCA (*Revealed Comparative Advantage*). Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kopi dari keempat negara juga memiliki keunggulan komperatif di atas rata-rata di pasar dunia. Dari 4 atribut Teori Berlian Porter dalam upaya Menyusun keunggulan kompetitif kopi Indonesia juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada faktor kondisi yang terkait berbagai sumber daya alam dan juga memiliki kelemahan pada faktor kondisi terkait sumberdaya alam dan juga memiliki kelemahan pada beberapa faktor kondisi yang juga terkait untuk sumber daya manusia, IPTEK, serta ketersediaan infastruktur. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu

dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada tujuan, sedangkan persamaan pada metode analisis RCA (*Revealed Comparative Advantage*).

2.1.3. Nation Branding

Konsep *Nation branding* mungkin dianggap sebagai bahasa baru dalam berbagai fenomena untuk menganalisis fenomena dalam hubungan internasional. Namun, ada beberapa praktisi menyatakan bahwa *nation branding* merupakan konsep yang baru melainkan istilah yang juga baru dalam hal manajemen citra (*image*) suatu negara. Hal ini juga karena fakta sejarah memperlihatkan bahwa negara-negara selalu berupaya untuk memberikan *brand* dan melakukan *re-brand* terhadap diri mereka sendiri.³⁴ *Nation branding* juga muncul dari gabungan kajian-kajian berdasarkan negara (*country-of-origin*) dan dari berbagai literatur-literatur lintas disiplin ilmu tentang berbagai identitas nasional (*national Identity*), seperti penggabungan aspek politik, budaya, sosiologi, dan juga pendekatan historis mengenai identitas tersebut.

Menurut Joseph Nye, konsep *nation branding* dianggap lebih menandai untuk *meng-cover* makna dari *soft power* itu sendiri, maka konsep tersebut bisa menciptakan sesuatu yang disukai oleh banyak masyarakat dan negara. Oleh sebab itu *nation branding* menjadi pilihan untuk melakukan upaya membangun citra positif bagi suatu negara. Secara umum, istilah *nation branding* mengacu pada beberapa usaha *branding* yang dilakukan oleh suatu negara dan didalamnya terlibat masyarakat dan negara itu sendiri yang juga berupaya untuk mengembangkan dan atau membangun brand negara tersebut. *Branding* merupakan tindakan yang juga dilakukan agar membuat orang sadar akan brand

³⁴ Gyogy Szondi, *Diplomasi Publik dan Nation Branding: Persamaan dan Perbedaan Konseptual*, (Januari 2008).

(*brand avarenes*) dari sebuah produk, sementara *brend* merupakan nama, istilah simbol, desain. Atau juga gabungan dari elemen-elemen tersebut sebagai identitas barang dan juga jasa sekaligus untuk menjadi pembeda dengan kompetitor. Brand inilah yang juga membuat inti dari *nation branding* itu sendiri. Menurut Dannie dalam tulisanya *nation branding : concept, issu, partices*. Konsep *nation branding* didefenisikan sebagai sebuah keunikan yang di dalamnya juga tercampur elemen-elemen yang multidimensi yang melengkapi negara dengan perbedaan yang ada baik itu budaya, yang mendasar dan relevansi dari semua itu adalah menargetkannya kepada masyarakat (*audience*).³⁵

Brand image Indonesia melalui kopi, penulis akan menggunakan landasan konsep *brand image* terjadi ketika suatu negara maupun non negara menggunakan kekuatan sebagai strategi untuk bisa mempengaruhi individu dalam membangun identitas dan citra positif suatu negara. Selain itu, defenisi *brand image* merupakan salah satu strategi pentingnya peran pemerintah terhadap *branding* suatu negara. Selain itu, *brand image* juga bisa didefenisikan sebagai suatu strategi yang dijadikan pemerintah memiliki peran yang penting terhadap *branding* menurut Dinnie, *brand image* bisa E juga di defenisikan sebagai “*the unique, multi-dimensional blend of elements that provide the nation with culturally grounded differentiation and relavance for all of its of target audiences*”. Negara juga memiliki sebuah keistimewaan jika dibandingkan dengan beberapa negara lain. Konsep *brand image* itu sendiri relatif baru. Seiring waktu, negara-negara akan menjadi semakin agresif dalam persaingan baik di pasar domestik maupun luar negeri. Tujuan utama bagi masing-masing

³⁵ Loftsdóttir, Kristín. "The exotic north: Gender, nation branding and post-colonialism in Iceland." *NORA-Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 23.4 (2015): 246-260.

negara yang berfokus pada perhatian pada komponen komunikator identitas agar bisa mencapai *nation-bran image*.

Simon Anholt dalam Ostapenko menyebutkan suatu tempat atau negara yang menjadi sebuah merek. Strategi *nation branding* ini menjadi upaya dalam menaikan angka ekspor dengan cara promosi citra bangsa yang positif, juga membangun identitas merek bagi negara, Adapun manfaatnya bisa memberikan peluang agar dpat meningkatkan ekspor produk, serta investasi asing yang langsung. 3 strategi yang ada dalam meningkatkan *nation branding* yaitu kompetensi, kontribusi, dan juga komunikasi. Kompetrensi berkaitan dengan berbagai kualitas yang juga dimiliki suatu negara agar bisa bersaing. Berikutnya, kontribusi juga merupakan hal-hal yang akan berhubungan langsung dengan partisipasi, sumbangan, dan juga karya Indonesia pada konsumen global yang juga memiliki kaitan dengan kebudayaan masyarakat, pengembangan ilmu pengetahuan, dan juga tindakan perlindungan terhadap lingkungan dan juga upaya agar bisa mewujudkan kesejahteraan. Poin ketiga, komunikasi yaitu cara yang ditujukan untuk menyampaikan pesan serta khyalak mengenai kompetensi dan juga kontribusi suatu negara agar bisa lebih baik dan dapat meningkatkan produk melalui *nation branding* kopi.³⁶

Menurut Diennie, *nation branding* juga didefenisikan sebagai ‘sekumpulan teori dan juga penerapannya yang dimana bertujuan agar bisa mengukur, mambangun, dan juga mengatur reputasai dari suatu negara (masih berhubungan dengan *place branding*)’. Dimana sesuai dengan defenisinya, *nation branding* juga berfungsi sebagai pembantu untuk pembangunan, mengembangkan, dan juga sebagai media mempertahankan pencitraan

³⁶ Ibid.

(reputasi) yang baik tentang suatu negara. Teori ini juga didasarkan pada hasil observasi dan juga penelitian yang juga menyertakan bahwa kesuksesan suatu negara dalam berkompetisi di dalam pasar global yang sangat dipengaruhi oleh *brand image* negara tersebut. Bahkan, dikatakan juga branding dan image dari suatu negara ditambah dengan transfer yang juga sepadan antara image tersebut dari terhadap produk-produk yang juga dihasilkan sama pentingnya dengan produk yang juga dihasilkan oleh negara itu sendiri.³⁷

Penelitian dari Teodora Ioana Hertanu tahun 2016 yang dimana berjudul *Cultural Branding and Millennials: An Analysis of Starbucks and How A Brand Remains IConic in the Eyes of Generations Y*. Didalam penelitian ini penulis juga menguraikan bagaimana Starbucks menjadi sebuah brand yang juga sangat digandrungi dan juga memiliki prestise tersendiri yang dimana generasi Y. penulis menguraikan Starbucks bisa menjadi sesuatu yang juga sangat ikonik dengan menggunakan pendekatan budaya karena dengan budaya juga pendekatan tersebut menjadi sebuah brand yang ikonik. Dengan hanya sekedar duduk di Starbucks maka akan menimbulkan prestise tersendiri bagi generasi Y. Starbucks mempunyai efek yang sangat luar biasa dimana akan dianggap sebagai seseorang yang trendy dan juga mengikuti zaman. Agar tidak ketinggalan zaman maka ini salah satu keinginan dari generasi Y³⁸.

Penelitian ini juga menggunakan teori *brand image*, *Cultural Approach to Branding* dan teori milenial. Teori brand image sendiri adalah teori yang juga memanfaatkan persepsi khalayak untuk membuat berbagai pencitraan dari

³⁷ Prasetia, Arus Reka. "Nation branding: komunikasi (kenegaraan) atau komunikasi pemasaran." *Retrieved September 17 (2015): 2018.*

³⁸ Teodora Ioana Hertanu, 2016, *Cultural Branding and Millennials: An Analysis of and How A Brand Remains IConic in The Eyes of Generations Y*, *Departemen of Business Communication, Asrhus University, Schol of Business and Social Sciences.*

sebuah brand tersebut yang juga terlihat menarik dan juga sesuai dengan tujuan yang juga menjadi pembuat brand. Teori ini juga sering digunakan untuk meningkatkan berbagai pencitraan pada suatu perusahaan untuk mendapatkan konsumen mereka. Teori Cultural Approach to Branding yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini mencoba menguraikan fenomena mengapa Starbucks sangat ikonik oleh berbagai generasi Y dengan tiga tahap yaitu. *Whats Is Culotural Branding*, pada bagaian ini juga merupakan sebuah pengantar kepada pembaca secara singkat tentang teori itu merupakan sebuah brand mendapatkan konsumen yang dimana mereka melalui segi cultural branding model, *consumer culture*, *populist authenticity*, dan *charismatic aeshetics*³⁹.

Penelitian berikutnya berjudul *Quality and Inequity: Taste, Value, and Power in the Third Wave Coffe Market* oleh Edwar F. Fischer. Penelitian ini menggunakan prespektif *World system dan capitalist Accumulation* menggunakan teori *Sociological and economic*. Dimana dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa *Thirdwave coffee culture* meningkatkan harga jual kopi berkat peranan *roaster* dan barista dalam upaya menambahkan nilai dalam kopi dan juga dampaknya kepada negara penghasil kopi Arabika di dunia yang menjadi salah satu negara yang mendapatkan dampak dari *third wave coffee culture*⁴⁰.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pesatnya pertumbuhan kopi karena adanya *third wave coffee culture* menyebabkan naiknya harga kopi yang juga ada di Eropa dan Amerika sebagai wilayah yang juga inti dari dari semua perdagangan kopi di dunia. *Third wave coffee culture* membuat masyarakat lebih

³⁹ Ibid

⁴⁰ Fischer, Edward F. *Quality and inequality: Taste, value, and power in the third wave coffee market*. No. 17/4. MPIfG Discussion Paper, 2017.

mengerti tentang kopi yang berkualitas berkat SCAA dan juga beberapa perusahaan kopi yang enak dan juga berkualitas. Label *specialty coffee* yang saat ini menjadi highlight *dari third wave coffee culture* juga menyebabkan bertambahnya nilai yang ada pada produk kopi itu sendiri. Hal ini terjadi karena para pelaku usaha kopi yang saat ini sedang sibuk untuk memberikan edukasi kepada pasar dan juga nilai tambah dari produk kopi sehingga akan membuat hal tersebut akan menyebabkan para pelanggan kopi akan menjadi lebih tahu dan juga mengenai kopi yang mereka minum⁴¹.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *third wave coffee culture* membuat kopi pada era ini juga menjadi sangat objektif dimana tentang kualitas karena adanya Q garder dan juga berubah, ubah, maka jika petani tidak mempertahankan kualitas, maka mereka akan merugi. Namun, adapun dampak dari *third wave coffee culture* cukup signifikan dimana jika mengingat maupun membantu pertumbuhan ekonomi. Pada penelitian ini juga menemukan bahwa akumulasi yang kapital juga merupakan sebuah lanjutan dari berbagai pola sistem dunia dalam konsentrasi terhadap pengembangan dan postindustrial sebagai intinya⁴².

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid.

BAB III

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis menggunakan metode observasi data-data berupa dokumen yang telah dibuat sebelumnya. Dokumen bisa berupa tulisan, makalah, gambar, maupun karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu semua tulisan maupun makalah yang berisi data-data maupun informasi yang menjelaskan tentang kebijakan-kebijakan serta upaya-upaya yang dilakukan pemerintah

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Mixed methods* yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yang digunakan adalah data ekspor Provisni Bali untuk produk kopi, data tabel, angka dan juga jumlah volume ekspor kopi Provinsi Bali. Dalam rancangan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian *mix methods* yang berarti suatu langkah penelitian yang menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Menurut Johnson dan Cristensen, penelitian kombinasi (*mixed research*) adalah pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif⁴³.

⁴³ Ishtiaq, Muhammad. "Book Review Creswell, JW (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage." *English Language Teaching* 12.5 (2019): 40.

Data yang ditulis dalam bentuk angka berupa tabel merupakan data kuantitatif, dan data yang berupa hasil wawancara yang berbentuk kalimat verbal merupakan data kualitatif. Data kualitatif yang ada kemudian dideskripsikan menjadi pernyataan berdasarkan analisis agar dapat menjadi kesimpulan yang sesuai.⁴⁴

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka) yang dikaitkan dengan data primer berupa wawancara serta dokumentasi yang dilakukan peneliti kemudian diolah dengan menggunakan metode penelitian ini, sehingga menghasilkan hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Ditinjau dari jenisnya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa teks, gambar, penjelasan umum mengenai daerah atau lokasi penelitian. Sedangkan data kuantitatif merupakan data berupa angka-angka diantaranya data PDRB sektor pertanian, nilai ekspor kopi, volume ekspor kopi, produksi kopi, harga kopi dunia, harga kopi domestik dan kurs dollar Amerika Serikat. Menurut sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh beberapa orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagai penelitian.

3.2 Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen dan menjadi pengumpul data. Data yang digunakan peneliti merupakan data yang dikumpulkan dari sumber wawancara, peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti kerjakan, melalui literatur, buku dan jurnal. Kehadiran peneliti hanya pada

⁴⁴ Ibd.

proses pengumpulan data dari awal sampai pada tahap pengolahan data. Alasan peneliti mengumpulkan data agar memenuhi data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah;

1. Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Bali yang menangani ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat. Data yang akan diambil di lokasi ini adalah data mengenai berapa total ekspor kopi, bagaimana strategi pemerintah Provinsi Bali untuk meningkatkan ekspor kopi ke Amerika serta langkah-langkah apa saja yang telah terlaksana sehingga ekspor kopi Provinsi Bali semakin meningkat.
2. Perpustakaan Universitas Fajar.
3. E-library.

3.4 Sumber Data

Dalam bentuk penelitian kualitatif secara studi kasus mengacu pada beberapa bentuk, akan tetapi penulis memilih untuk menggunakan data berbentuk dokumen yang kemudian diobservasi⁴⁵. Penulis mengumpulkan data melalui data-data primer dan sekunder. Tidak hanya melalui data-data primer, data-data sekunder peneliti gunakan berupa jurnal, artikel, dan dokumen-dokumen pendukung lainnya serta disertai dengan terkait secara resmi. Dan akan dapat menjadi kontras dengan teori yang penulis telah tentukan.

⁴⁵ Mohamad Rosyidin, Metodologi Penelitian Hubungan Internasional (Yogyakarta: Calipulis,2019).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, dan juga melalui dokumentasi seperti buku, jurnal, artikel, arsip-arsip, dan data dari situs resmi yang juga berkaitan dengan judul dan data penelitian skripsi penulis yaitu Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat Tahun 2017-2018.

3.6 Analisis Data

Setelah mengumpulkan data-data yang relevan dengan Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Ekspor kopi Ke Amerika Serikat maka peneliti kemudian menganalisis data tersebut dengan menggunakan teknik deskriptif eksplanatif. Menurut Sugiyono, analisis deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang juga berlaku untuk umum atau sampai ke generasi. Teknik ini digunakan untuk bisa menjelaskan serta menggunakan data yang diperoleh dari penelitian⁴⁶.

3.7 Tahap-tahap penelitian

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini membahas tentang latar belakang Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat Tahun 2017-2020. Selain itu juga membahas mengenai fokus penelitian dan perumusan masalah peneliti, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian.

⁴⁶ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung Afabeta, 2013).

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab ini membahas konsep untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yaitu pertama teori diplomasi ekonomi dan konsep keunggulan kompetitif.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini peneliti menjelaskan prosedur yang akan digunakan untuk mengumpulkan data semuanya dijabarkan pada bab ini mulai dari rancangan penelitian, tahap penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan validitas hingga tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan rumusan masalah dan judul yang diteliti. Dari rumusan masalah tersebut akan dikembangkan dengan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP, pada bab ini peneliti akan memaparkan penutup sebagai bagian akhir dari skripsi. Dalam penutup ini penulis akan memberikan simpulan dan saran dari penulis

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Strategi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Komoditas Ekspor Kopi ke Amerika Serikat.

Bab ini bertujuan menjelaskan mengenai strategi pendukung terhadap promosi kopi Provinsi Bali di Amerika Serikat, serta aturan yang ditetapkan oleh pemerintah Provinsi Bali dalam menentukan syarat dan aturan kualitas kopi yang dapat di ekspor.

Menjadi salah satu induk produsen kopi dunia merupakan fakta bahwa Indonesia adalah satu negara yang tidak bisa dianggap dengan sebelah mata di dunia internasional, klasifikasi untuk kopi Indonesia terutama Provinsi Bali sangat memperlihatkan Indonesia memiliki beragam jenis kopi yang berkualitas salah satu kopi yang diproduksi Provinsi Bali adalah kopi robusta. Dikarenakan banyaknya perusahaan kopi dunia yang menggunakan kopi Indonesia sebagai bahan baku untuk dijadikan olahan, perusahaan-perusahaan tersebut menyuplai green bean coffee atau berupa kopi mentah.

Sektor pertanian merupakan salah satu potensi utama yang juga dimiliki oleh Provinsi Bali terutama adalah kopi Arabika Provinsi Bali. Sumber daya dan keadaan alam yang cocok untuk pertanian menjadi pertimbangan dalam pengembangan sektor pertanian dan menjadi ekspor andalan bagi pemerintah daerah setempat. Ekspor merupakan sarana utama penerimaan devisa dan salah satu pendukung utama pertumbuhan ekonomi. Dalam pelaksanaannya, sudah menjadi tujuan dalam rangka mendorong peningkatan ekspor sebagai salah satu harapan untuk menggambarkan dan meningkatkan kegiatan pembangunan yang berkesinambungan, dalam kaitanya, strategi pengembangan

dan peningkatan ekspor dilakukan untuk mendukung upaya peningkatan dan daya saing global, meningkatkan peranan ekspor dalam memacu pertumbuhan ekonomi serta menciptakan ekspor yang kuat dan tangguh.

Bali mempunyai berbagai varian pertanian yang sangat beragam dan juga mempunyai kualitas yang baik, tanaman pangan, perkebunan, perikanan dan juga peternakan. Indikasi geografis komoditi perkebunan (IG) yaitu kopi arabika Bangli, Buleleng dan Badung. Adopsi teknologi industri di sektor pertanian masih rendah. Berbagai komoditi yang dihasilkan dan juga di unggulkan belum memperoleh sentuhan teknologi yang signifikan. Tahun 2014 luas areal tanaman kopi di daerah Bali adalah 36.244 ha, yang dimana dari kopi arabika 12.881 ha (35,53%) dan kopi robusta 23,363 ha (64,46%). Setara dengan produksi kopi arabika berada di wilayah kab. Bangli, Buleleng dan Badung, sedangkan kopi robusta di Kab. Tabanan dan Buleleng. Total produksinya sebesar 16.690,63 kg terdiri dari kopi arabika 3.803,63 kg dan kopi robusta 12.887 kg terdiri dari kopi arabika 3,803,63 kg dan kopi robusta 12.887 kg dengan produktivitas sebesar 571 kg/ha/th (kopi arabika) dan 640 kg/ha/th (kopi robusta)⁴⁷.

Kopi arabika di beberapa subak abian di Bali juga mendapatkan sertifikat (sesuai dengan SNI No.01-6729-2002 tentang pangan organik) dari lembaga sertifikat organik seloliman (LeSOS) dan *sertifikat dari control union certifications*. Kopi arabika yang berasal dari Kintamani kabupaten Bangli, Buleleng dan Badung telah mendapatkan perlindungan hukum atas indiksi geografis (IG) kopi Kintamani Bali. Industri pengolahan kopi di Bali terus mengalami perkembangan

⁴⁷ ADIYASA, I. KETUT AGUS, I. KETUT RANTAU WIDHIANTHINI, and I. KETUT RANTAU. "Pengaruh Kurs Dollar Amerika Serikat, Inflasi, dan Harga terhadap Ekspor Kopi Provinsi Bali." *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)* (2019): 1-10.

baik itu dengan jumlah industrinya maupun jenis produk yang akan dihasilkan. Industri kopi di hilir tidak bisa berdiri dan sangat tergantung juga pada kesiapan teknologi di hulu, baik dalam penyediaan bahan baku dari segi kuantitas, kualitas dan keberlanjutan penyediaan bahan baku yang berkualitas. Kopi dengan berbagai varian industri kopi akan dapat memberikan nilai tambah produk kopi. Disamping itu hirisasi dapat yang dapat mendorong berkembangnya teknologi di hulu serta penyediaan bahan baku dari segi kuantitas, kualitas dan kuantitas dapat tersedia bagi industri secara berkelanjutan. Industri yang dibangun juga diharapkan mampu memproduksi produk secara maksimal dan tidak menyisakan limbah yang mencemari lingkungan.

Era globalisasi yang didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang melanda dunia sekarang ini menuntut setiap daerah di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia untuk memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang dapat digunakan untuk menunjang keberdayaan sebagai sebuah entitas dan selanjutnya dapat sukses dalam meraih peluang ditingkat persaingan pasar internasional yang sangat ketat saat ini. Situasi perkembangan perdagangan internasional sekarang ini tampak semakin kompetitif. Bagi pemerintah Provinsi Bali, dalam menghadapi era globalisasi perdagangan ini merupakan momen dalam penyusunan strategi pengembangan ekspor, peningkatan ekspor bukanlah perkara yang mudah. Keadaan ini akan semakin memperketat persaingan dalam perdagangan internasional dan oleh karena itu pemerintah Provinsi Bali harus mempunyai strategi yang harus dicapai agar kopi Provinsi Bali mampu bersaing di pasar internasional.

Salah satu kerjasama yang telah dilakukan oleh pemerintah Provinsi Bali dan Amerika Serikat adalah dalam bidang perdagangan. Berbicara mengenai

kopi, Amerika Serikat adalah salah satu negara tujuan ekspor kopi Provinsi Bali karena Amerika Serikat merupakan salah satu negara tujuan ekspor kopi Provinsi Bali Amerika Serikat merupakan salah satu negara pengkonsumsi kopi terbesar di dunia. Provinsi Bali selalu mengekspor kopi ke Amerika Serikat dalam jumlah besar, namun volume ekspornya juga terkadang mengalami fluktuasi.⁴⁸

Amerika Serikat Menjadi negara pengkonsumsi kopi terbesar di dunia, inilah yang membuat Amerika menjadi pasar potensial untuk ekspor kopi Indonesia. Sampai tahun ini Amerika Serikat tidak bisa lepas dan masih bergantung pada Indonesia. Dalam konteks politik, Indonesia masih memiliki kepentingan-kepentingan nasional dan didalam kepentingan nasional terdapat berbagai instrumen hukum dalam negeri.

Secara umum, kepentingan tersebut dipertunjukkan untuk masyarakat. Oleh karena itu, agar bisa mewujudkan tujuan tersebut harus dilakukan perluasan perdagangan agar memperoleh hasil dan pendapatan nasional yang lebih besar. Keinginan Indonesia untuk ikut serta dalam mewujudkan perdamaian dunia juga sangat mempengaruhi kebijakan Indonesia yang berfokus pada kerjasama perdagangan untuk merealisasikan kepentingnya. Agar bisa mewujudkan kepentingan nasionalnya, Indonesia melakukan kebijakan nasional yang dapat mempengaruhi kebijakan luar negerinya. Kebijakan perluasan perkebunan kopi Indonesia agar meningkatkan produksi kopi merupakan kebijakan dalam negeri yang akan mendorong peningkatan ekspor. Namun persaingan kopi yang berkualitas dunia hanya meningkatkan produksi saja dan tidak cukup untuk bertahan di pasar Amerika Serikat yang sangat kompetitif, oleh

⁴⁸ Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada and Anak Agung Ayu Intan Perameswari, Strategi Nation Branding Pemerintah Indonesia dalam Optiomalisasi Pasar Global Produk Kopi Arabika Kintamani Dari Desa Catur, Kintamani, Bangli. (20 Juli 2020).

karena itu, Indonesia menerapkan politik luar negeri melalui diplomasi ekonomi kopi sebagai upaya untuk mendorong dan mempromosikan kopi Indonesia terutama Provinsi Bali ke Amerika Serikat dan juga memberikan nilai tambah pada produknya.

Melihat dari pendekatan diplomasi ekonomi, Provinsi Bali dapat memberikan berbagai dukungan atau pendampingan kepada setiap aktor-aktor ekonomi negara maupun non-negara dalam berbagai upaya untuk membangun dan juga memperluas pengaruhnya di pasar internasional, dalam rangka untuk bisa memperoleh atau mengamankan kepentingan nasional, di beberapa lingkup internasional. Selain itu agar bisa mencapai kesuksesan yang akan lebih baik dalam industri kopi Provinsi Bali perlu melakukan pengembangan dalam upaya meningkatkan produktivitas perkebunan kopi, dan juga harus mengembangkan Kerjasama-kerjasama antara semua *stakeholders* yang juga terlibat dalam kegiatan industri kopi, agar bisa meningkatkan ekspor kopinya.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan Amerika Serikat akan kopi dan juga tingginya minat warga Amerika pada kopi Nusantara terutama kopi dari Provinsi Bali dikarenakan aroma dan juga citarasa kopi Bali yang khas, membuat permintaan terhadap produk kopi Indonesia di Amerika Serikat meningkat. Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia yang juga memiliki beragam jenis kopi membuat pemerintah menggunakan kopi sebagai instrument diplomasi ekonomi untuk mencapai tujuan-tujuan politik luar negeri Indonesia utamanya di Amerika Serikat.

Diplomasi ekonomi merupakan praktek pengelolaan kegiatan yang dilakukan negara melalui komunikasi maupun negosiasi untuk bisa mencapai

politik luar negerinya. Untuk bisa melakukan diplomasi ekonomi tentunya harus ada landasan rasa saling percaya antara negara-negara, terutama apabila diplomasi dilakukan dalam konteks bilateral. Dilakukannya diplomasi ekonomi, negara dapat memengaruhi tindakan atau juga perilaku negara lain, agar bisa menciptakan kerja sama di berbagai bidang, yang mempromosikan kepentingan strateginya, dan memelihara hubungan dengan negara lain. Tingginya minat Amerika Serikat terhadap produk kopi yang dihasilkan Indonesia membuat Indonesia mengambil peluang pasar dan terus melakukan upaya diplomasi ekonomi melalui komoditas kopi. Kopi sebagai sarana diplomasi sangat berpotensi besar untuk mempengaruhi faktor-faktor yang berkaitan dengan sosial dan budaya sebuah negara dalam mengambil keputusan atau juga kebijakan. Dalam hal Indonesia memanfaatkan kapasitasnya sebagai negara dengan tingkat produksi kopi yang cukup tinggi dan juga beragam.

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pertanian kopi ada dua faktor faktor mendasar yang begitu penting untuk dijaga dan dikembangkan yaitu internal dan eksternal, karena kopi merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan yang juga dimiliki oleh Provinsi Bali. Demikian pula secara tidak langsung kopi merupakan salah satu poros kekuatan dalam menopang perekonomian Indonesia.

Pada saat ini kopi menjadi kebutuhan dan gaya hidup. Beberapa jenis kopi yang ada di Provinsi Bali tentunya mendapatkan keuntungan bagi Indonesia dengan berbagai karakteristiknya masing-masing. Jika membahas tentang pertanian akan pasti masuk ke sektor perdagangan, dan kopi tentu saja akan menjadi peluang penghasil dengan pergerakan ekspor kopi. Kualitas kopi Provinsi Bali tentunya sudah diakui oleh pasar internasional, karena perbedaan

karakteristik, tekstur rasa, aroma dan ciri khas yang dimiliki kopi-kopi Indonesia, dengan keunggulan tersebut kopi Provinsi Bali mempunyai peminat yang sangat tinggi. Selama kerja ekspor kopi Indonesia dan Amerika, Indonesia sudah mengekspor kopi senilai US\$ 5,88 Miliar, jumlah tersebut hampir menyentuh sepertiga dari total impor kopi di dunia⁴⁹.

4.2. Upaya Internal

Adapun upaya internal yang dilakukan Indonesia terutama Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi ke Amerika Serikat adalah Salah satu konsekuensi diberlakukannya otonomi daerah seluas-luasnya adalah keinginan supaya daerah juga diberi keluasaan untuk melakukan hubungan luar negeri seperti dalam hal-hal yang berkenaan dengan perdagangan dan investasi. Daerah dapat melakukan transaksi secara langsung tanpa harus berkonsultasi kepada pemerintah pusat. Selain itu muncul keinginan supaya Indonesia yang daerahnya memiliki keragaman potensi alam, dapat mengembangkan dirinya dan memproduksi serta menjual hasil-hasilnya secara mandiri kepada pasar internasional.

Hasil dari usaha tani yang dilakukan masyarakat tentunya tidak bisa terlepas dari berbagai kebijakan-kebijakan yang diterapkan pemerintah pada sektor pertanian seperti kebijakan pemerintah disektor pertanian seperti kebijakan harga, kebijakan investasi public, dan juga kebijakan makro ekonomi. Dalam upaya meningkatkan ekspor pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan daya saing kopi dalam negeri adalah dengan menetapkan system

⁴⁹ Darmansyah, Dedy, et al. "ANALYSIS OF BUSINESS INCOME FROM STRONGWINE, CASCARA AND GREEN COFFE PROCESSING BUSINESSSES IN CENTRAL ACEH (CASE STUDY OF UMKM ASSISTED BY KBQ BABURRAYAN)." *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)* 3.1 (2023): 158-176.

standarisasi nasional yang ada sejak tahun 1975 melalui SK Menteri perdagangan No 266/KP/X/76. Dimana berdasarkan standar tersebut, mutu biji kopi dibagi menjadi beberapa bagian seperti mutu 1,2,3, dan 4, hal ini juga berlaku untuk pengolahan kering dan juga basah. Dari adanya perdagangan bebas telah mengakibatkan banyaknya persaingan bagi dunia perdagangan diman semakin ketat baik secara domestic maupun internasional.

Kondisi tersebut membuat negara terdesak agar bisa memiliki keunggulan kompetitif agar mampu memperbaiki setiap produk kopi yang akan diekspor. Negara-negara dunia dalam perekonomian terbuka dan sangat mengandalkan ekspor dalam hal peningkatan perekonomian. Kemampuan suatu komoditi yang bisa memasuki pasar luar negeri dan juga bisa bertahan dalam pasar dapat dilihat dari keunggulan kompetitif komoditas tersebut. Namun, hal ini yang dapat menimbulkan masalah jika komoditas tersebut tidak bisa mampu untuk bersaing. Keunggulan kompetitif menjadi komoditas tergantung dari keadaan pasar, selain itu juga keikutsertaan pemerintah dalam pengambilan kebijakan akan sangat berpengaruh kepada pengambilan keputusan serta kebijakan yang akan sangat berpengaruh kepada pasar. Adapun hasil keunggulan kompetitif kopi arabika Provinsi Bali terdapat 4 faktor yaitu daya saing industri suatu wilayah yaitu kondisi faktor sumberdaya, kondisi permintaan, kondisi industri terkait dan juga industry pendukung, serta kondisi struktur, persaingan dan strategi perusahaan.⁵⁰

Bali memiliki misi dan sasarannya berfokus pada pengembangan UMKM sebagai alat untuk mewujudkan ekonomi kerakyatan yang tangguh.

⁵⁰ Ginting, Aisyah Amira, Satia Negara Lubis, and Sinar Indra Kesuma. "Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Kopi Arabika di Provinsi Bali, Indonesia." *Agro Bali: Agricultural Journal* 5.3 (2022): 592-600.

Mengembangkan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia dan juga sumber daya alam Bali secara profesional dan berkelanjutan. Kebijakan yang lain yang juga dilakukan pemerintah Provinsi Bali untuk mewujudkan perekonomian kerakyatan yang lebih baik. Pertanian masih mendominasi sektor ekonomi rakyat meskipun mempunyai kontribusi yang belum terlalu besar ke pendapatan domestik bruto Provinsi Bali sampai saat ini. Oleh sebab itu, pembangunan pertanian merupakan pembangunan ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi kebijakan. Perkembangan produksi kopi Provinsi Bali mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, dapat dilihat produksi kopi Provinsi Bali secara rata-rata mengalami kenaikan tiap tahunnya, produksi kopi tertinggi Provinsi Bali pada tahun 2017 sebesar 469,4 juta dollar Amerika Serikat. Jumlah ekspor kopi tersebut menunjukkan peningkatan 10 persen dari tahun 2016. Sumber kenaikan produksi kopi Provinsi Bali berasal dari perkebunan rakyat. Produksi kopi rakyat mengalami kecenderungan yang meningkat selama periode 2017-2019, sementara produksi perkebunan kopi besar menunjukkan kecenderungan yang menurun selama periode tersebut.⁵¹ Dalam berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pertanian kopi ada berbagai hal dan faktor yang harus mendasar dan sangat penting untuk dijaga dan dikembangkan, karena komoditi kopi merupakan salah satu ekspor unggulan yang dimiliki Provinsi Bali. Dengan demikian secara tidak langsung kopi merupakan salah satu poros kekuatan dalam menopang perekonomian Provinsi Bali⁵².

Provinsi Bali merupakan salah satu daerah penghasil kopi dari Indonesia.

Hal ini yang membuat Provinsi Bali juga harus mempunyai kemampuan didalam

⁵¹ Nuril, 2003, www.situs.hijau.co.id, (diakses pada tanggal 17 maret 2022).

⁵² Ibid.

bersaing dipasarnya. Perdagangan saat ini jauh lebih ketat persaingnya, oleh karena itu, setiap negara juga harus memiliki suatu daya saing berupa komoditas unggulan yang paling baik. Keunggulan kompetitif tersebut tidak bisa dicapai jika hanya melalui peningkatan produktivitas usahatani kopi saja. Pengelolaan tersebut dapat dikatakan efektif dilakukan dengan strategi yang baik dan melihat faktor-faktor produksi secara efisien agar bisa menghasilkan produksi kopi yang optimum. Kemampuan suatu daerah juga sangat berpengaruh kepada peningkatan daya saing perekonomiannya akan sangat bergantung kepada kemampuan daerah dalam menentukan faktor-faktor yang akan digunakan sebagai ukuran daya saing daerah dan juga kemampuan daerah dalam menetapkan kebijakan. Adapun kebijakan yang dilakukan pemerintah bisa dilihat dari berbagai upaya internal dalam meningkatkan produktivitas keunggulan kompetitif seperti beberapa strategi yang akan dibahas di bawah :

1. Teknologi Pasca Panen

Dalam berbagai peraturan dalam perdagangan kopi dunia terutama Amerika Serikat, produksi kopi yang mutunya tinggi tidaklah cukup. Namun demikian produksi kopi perlu juga diikuti dengan adanya mutu yang memenuhi standar seperti yang telah ditetapkan Organisasi kopi internasional (ICO). Tantangan ini yang membuat pemerintah harus memenuhi standarisasi mutu kopi, hal lain dari standar mutu adalah soal kandungan jamur. Dalam upaya meningkatkan mutu kopi yang dimana didalamnya mencakup proses produksi

dan juga perawatan hasil yang memadai, dari permasalahan tersebut maka cara yang tepat untuk pengelolaan kopi diterapkan dengan cara pascapanen.⁵³

Pemerintah menerapkan kebijakan teknologi pasca panen yang berbasis pada teknologi padat karya untuk menyerap sumber daya manusia (SDM) yang lebih besar dalam industri pengolahan kopi. Penyerapan tenaga kerja dibidang usaha perkopian sebagian besar juga masih pada sub sektor perkebunan. Dalam upaya menjalankan kebijakan ini pemerintah harus berusaha untuk bisa memberikan penyuluhan kepada petani kopi. Dengan begitu para petani kopi dalam hal pengolahan kopi akan secara otomatis meningkatkan kemampuan yang berkualitas sangat baik.

2. Meningkatkan Kapasitas Petani Kopi

Kecilnya perolehan negara Indonesia dari beberapa negara penghasil kopi lainnya bukanlah tanpa alasan. Selama ini negara Indonesia hanya berhasil mengolah hasil panen menjadi biji kopi. Adapun Tindakan pemerintah adalah memberikan pelatihan dalam hal ini seperti memberikan edukasi mengenai kopi dan pupuk yang digunakan serta juga memberikan pelatihan penggunaan teknologi untuk memudahkan panen kopi. Hal ini dimaksud agar produksi lebih banyak dan lebih mudah bagi petani kopi sebab semakin banyaknya permintaan secara otomatis pemerintah juga memperbanyak produksi dan membutuhkan kerjasama dari petani kopi di Provinsi Bali. Selain itu, pemerintah juga memberi peringatan agar para petani kopi tidak mudah menjual lahanya sebab dengan menjual ladang maka akan beresiko memberikan kontribusi dalam penurunan jumlah produksi kopi oleh sebab itu, pemerintah melarang petani kopi untuk

⁵³ Mayrowani, Henny. "Kebijakan penyediaan teknologi pascapanen kopi dan masalah pengembangannya." (2013).

menjual lahanya. Dan juga telah diberlakukan hukum yang akan mengenakan denda terhadap tindak ekspor yang dilakukan secara ilegal. Sehingga, dari peningkatan kesejahteraan petani kopi diharapkan akan meningkatkan ekonomi rakyat di Indonesia. Dengan adanya strategi yang diterapkan pertumbuhan produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan sebesar 6,3 persen.

3. Modernisasi Alat Produksi

Semakin berkembangnya zaman maka proses modernisasi juga akan terus berkembang dalam artian berbagai alat-alat dan juga barang serta teknologi juga akan semakin berkembang dan maju, semakin canggih dan mudah. Oleh sebab itu Indonesia mengikuti proses modernisasi ini dengan menggunakan teknologi yang baru dan lebih canggih untuk mempermudah produksi kopi lebih banyak, proses modernisasi didorong oleh revolusi intelektual kaum liberal yang memiliki keyakinan besar terhadap akal pikiran manusia dan mereka yakin prinsip-prinsip rasional dapat dipakai pada masalah-masalah internasional.

4. Berorientasi Pada Perdagangan Bebas

Berorientasi yaitu memenuhi standar yang diterapkan dalam aturan perdagangan internasional, sehingga mampu menangani masalah kebijakan regulasi standar ekspor kopi yang diterapkan Amerika Serikat pada perdagangan bebas sehingga selalu mengikuti standar dan juga peraturan yang berlaku dipasar dunia. Adanya kebijakan mengenai regulasi impor yang diterapkan oleh AS bagi ekspor kopi yang masuk ke negaranya berusaha diatasi oleh pemerintah Indonesia.

Adapun strategi yang bisa dilakukan Provinsi Bali untuk ekspor kopi ke luar negeri adalah kebijakan relasi impor serta standarisasi mutu terhadap produk impor kopinya. Langkah-langkah yang dilakukan pemerintah Provinsi Bali adalah menerapkan kebijakan ekspor berupa ISCOffee dan juga menerapkan kebijakan mengenai teknologi pasca panen yang tertulis dalam peraturan Menteri Pertanian RI nomor 52/Pemerataan/OT.140/9/2012 dimana mengenai teknologi pasca panen. Pada ISCOffee ada terdapat peraturan yang juga mengenai legalitas dan juga sertifikasi kopi dan itu juga termasuk dalam standar dan mutu *Labelling* serta sebagai pedoman teknis teknologi pasca panen. Penerapan strategi IOE (*Intren Of Everyting*) juga memiliki beberapa karakteristik yang sangat berkaitan dengan kebijakan dan juga startegi ekspor kopi yang diterapkan Pemerintah Provinsi Bali.⁵⁴

4.3. Upaya Eksternal

Upaya branding kopi harus gencar dilakukan oleh pemerintah Provinsi Bali karena ini menjadai serius mengingat persaingan pemasaran kopi kepasar global. Tantangan bagi Indonesia dalam upaya pemasaran brand kopi agar bisa mempertahankan rasa kopi yang berkualitas menjadi hal yang sangat wajib dilakukan petani kopi, namaun juga upaya branding perlu menjadi hal yang sangat penting memperluas area pemasaran hingga ke kancah global. Peran negara menjadi signifikan dalam upaya branding produk kopi. Negara memiliki power untuk memasuki jaringan pasar yang lebih luas. Negara juga memiliki kekuatan untuk melakukan tawar menawar, kegiatan diplomasi dan negosiasi dengan negara-negara tujuan ekspor. Dalam pusat pengelolaan perdagangan kopi internasional., peran negara sangat besar.

⁵⁴ Kementrian Perdagangan Republik Indonesia – Kebijakan Impor: Regulasi dan Ketentuan Produk Kopi di Amerika Serikat. (18 Oktober 2018).

Negara bisa menjadi sebuah merek apabila strategi nation branding menjadi upaya dalam mempromosikan citra bangsa yang positif, membangun identitas merek bagi negara, memberi peluang dalam meningkatkan ekspor produk, serta investasi asing langsung. Ada 3 strategi yang dapat meningkatkan nation branding yaitu kompetensi, kontribusi, dan komunikasi. Kompetensi berkaitan dengan kualitas yang dimiliki suatu negara untuk bersaing. Berikutnya, kontribusi merupakan hal-hal yang berhubungan dengan partisipasi, sumbangan, dan karya Indonesia pada konsumen global yang memiliki kaitan dengan kebudayaan masyarakat, pengembangan ilmu pengetahuan, tindakan perlindungan terhadap lingkungan dan upaya untuk mewujudkan kesejahteraan. Yang ketiga, komunikasi yaitu cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak mengenai kompetensi dan kontribusi suatu negara baik di tingkat lokal maupun internasional. Ketiga strategi ini akan dibahas terkait nation branding kopi.

Salah satu elemen yang menjadi strategi perbaikan perekonomian nasional Provinsi Bali, khususnya di sektor perdagangan dan juga perindustrian, dengan cara melakukan perubahan pada strategi diplomasi ekonomi. Dalam hal ini, diplomasi ekonomi ditujukan untuk menopang kinerja ekspor dan impor. Dengan fakta tersebut Provinsi Bali selaku Produsen kopi dunia harus menerapkan strategi dan langkah untuk dapat terus menginvasi pasar internasional, khususnya pasar Amerika Serikat. Strategi dan langkah yang perlu diterapkan ini agar komoditi kopi terus dikembangkan. Pergerakan yang harus dilakukan pemerintah, produsen dan eksportirs yang berinteraksi dengan komoditi kopi untuk meningkatkan ekspor dan pemasaran kopi Provinsi Bali di dunia Internasional, adalah sebagai berikut :

1. *Branding* Kopi Asal Bali

Branding merupakan bagian dari marketing yang juga ditujukan untuk memberi persepsi atau juga menambah nilai yang kuat pada suatu bisnis atau produk. Dengan kata lain, pengertian *branding* adalah bagaimana suatu perusahaan berkomunikasi kepada setiap pelanggan supaya terbangun citra baik dan juga melekatkan pada benak pelangganya. Tujuan yang lain dari *branding* adalah sebagai identitas yang akan membuat perbedaan pada suatu produk, jasa, atau hal lainnya. Adapun manfaat yang penting dalam *branding* adalah mempunyai berbagai manfaat yang juga sangat menguntungkan, yaitu sebagai berikut:

- Memiliki daya tarik tersendiri
- Memberikan posisi bisnis yang kuat
- Meningkatkan loyalitas
- Memudahkan pemasaran
- Sebagai pembeda
- Membangun citra baik
- Promosi dan daya tarik
- Mempengaruhi psikologi konsumen
- Pengendali pasar

Fakta lainnya *era the third wave coffee* tentunya akan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam dunia perkopian, mulai dikenalnya *specialty coffee* dengan rincian kopi tersebut akan memiliki kualitas terbaik, pilihan *specialty coffee* juga akan memungkinkan konsumen kopi internasional, khususnya Amerika Serikat mendapatkan informasi yang cukup detail mengenai kopi yang mereka konsumsi. Fakta ini juga membuka peluang bagi perkembangan kopi

Provinsi Bali sebagai komoditi ekspor dan tentu saja kopi Provinsi Bali dapat membantu menaikkan *branding country* bagi Provinsi Bali.

Gambar 4.1 Branding Kopi Asal Bali



Sumber : <https://saripertiwi.com/wp-content/uploads/2019/08/arabika-kintamani-washed.jpg>

- **Indonesia Labeling**

Perlu adanya informasi bagi setiap kopi yang diikat dengan nama daerah, seperti kopi Bali *re-branding* sebagai kopi Bali Indonesia. Hal inilah yang membuat informasi untuk menyempurnakan informasi dan memberikan konsumen kepercayaan lebih apabila ingin menyuplai kopi *specialty* yang ada di Indonesia Terutama yang ada di Provinsi Bali. *Re-branding* ini juga akan sangat berpengaruh kepada produk ekspor lainnya dikarenakan apabila *branding country* melalui kopi Indonesia berhasil bukan tidak mungkin akan meningkatkan minat konsumen Amerika Serikat untuk produk Kopi Indonesia terutama Provinsi Bali.

- ***Nation Branding Kopi Arabika Kintamani***

Upaya *branding* kopi arabika dari Kintamani harus sangat gencar dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Karena hal ini menjadi serius mengingat persaingan pemasaran kopi arabika sangat ketat di berbagai pasar global. Berbagai negara yang terkenal dengan kopi arabikanya seperti negara Brazil, Vietnam, Jamaica, Ethiopia mengembangkan teknik pembudidayaan serta pengolahan kopi sesuai dengan standar internasional.⁵⁵ Hal ini yang membuat Indonesia dalam upaya untuk memasarkan brand arabika Kintamani kopi.

Mempertahankan rasa kopi yang sangat berkualitas perlu untuk menjadi hal yang harus dilakukan petani kopi, tetapi upaya *branding* juga menjadi hal yang paling penting karena *branding* menjadi jalan bagi produk kopi arabika Kintamani. Negara memiliki *power* untuk memasuki jaringan pasar yang lebih luas di berbagai belahan dunia. Didalam organisasi kopi dunia atau internasional coffee (ICO) yang menjadi pusat pengolahan perdagangan kopi. Sehingga mampu untuk menjadi signifikan untuk melihat keputusan dan strategi negara dalam *nation Branding* kopi arabika dari Indonesia⁵⁶.

Adanya *Branding country of Origin* (COO) yang juga berhubungan dengan merek suatu produk yang didalamnya terdapat letak geografis, dengan kondisi ekonomi, politik, sosial dan juga budaya masyarakat. Akan menghubungkan dengan COO dan konsumen yang mencari kopi arabika Gunung Catur akan mengaitkan produk tersebut dengan cara tempat asal (daerah maupun negara) dan segala atribut yang juga melekat pada produk tersebut. Sertifikat IG menjadi

⁵⁵ Wawancara Pak Bayu, Dilakukan Via Telfon, Pada tanggal 23 Februari 2023.

⁵⁶ Ibid.

bran kopi arabika gunung catur yang juga mampu meningkatkan daya tawar yang juga lebih tinggi untuk produk ini.

Sertifikat IG sangat berdampak pada peningkatan harga kopi arabika Kintamani yang saat ini telah bersertifikat IG untuk *green bean* harga mencapai Rp. 100.000 perkilogram, sedangkan jika dalam bentuk sangrai harganya mencapai Rp.200.000 perkilogram. Jika dibandingkan dengan kopi yang belum memiliki brand harganya rata-rata hanya Rp27.000 perkilogram sedangkan dalam bentuk sangrai harganya Rp.60.000 perkilogram. Adanya perbandingan harga tersebut menunjukkan bahwa kopi yang memiliki sertifikasi IG harganya jauh lebih tinggi sehingga membuat petani kopi bisa termotivasi agar membudidayakannya.⁵⁷

2. Mengadakan Event/trade Expo Di Indonesia dengan Taraf Internasional

Trade Expo Indonesia 2019 telah resmi dimulai pada 16-20 oktober 2019 di Indonesia Convention Exhibition (ICE), Tangerang Banten. Pameran dagang internasional yang juga diselenggarakan oleh kementrian perdagangan menjadi salah satu ajang untuk pertemuan bisnis tujuannya untuk meningkatkan ekspor dalam negeri. Hal ini menjadi bukti bahwa kualitas daya tarik kopi yang dihasilkan di berbagai daerah yang ada di Indonesia bukan hal yang main-main terutama Provinsi Bali. Selain mampu menjual produk hasil yang ada dalam negeri, bertemunya para eskportir dan juga buyer bisa meningkatkan kualitas produk tersebut. Estimasi yang tercatat selama order yang dapat dibukukan yaitu senilai 2,172 juta dollar AS atau lebih dari Rp 31 miliar untuk jenis kopi arabika. Konsultan Jendral RI di Houston Andre Omer Siregar juga menyatakan bahwa

⁵⁷ Yunita, Primadiana. "POLITIK EKONOMI KOPI INDONESIA: DIBALIK BRANDING DAN PENTINGNYA HAK INDIKASI GEOGRAFIS." *Negara, Pasar dan Masyarakat: Dinamika Global dan Konteks Lokal* (2021): 109.

dengan adanya kegiatan tersebut membuat pemasaran produk Indonesia khususnya kopi ke pasar Amerika Serikat. Jika dilihat kegiatan tersebut menjadi upaya startegis bagi segmen pasar kopi Indonesia karena ajang expo tersebut diikuti dari 200 lebih negara serta pelaku usaha produsen kopi dan juga peralatan pengelolah kopi dari 30 negara.⁵⁸

Gambar 4.2 Trade Expo Indonesia 2019



Sumber : Ekonomi Bisnis.Com

2. IoE (*Intrenet of Everything*)

Berorientasi pada perdagangan bebas, sehingga dapat selalu mengikuti standar dan peraturan yang masih berlaku di pasar dunia. Adanya berbagai kebijakan tentang regulasi ekspor kopi yang masuk ke negaranya berusaha diatasi pemerintah dengan menerapkan *ISCOffee (indonesian sustainable coffee)*. *ISCOffee* adalah sebuah upaya dan tindakan untuk melakukan sertifikasi terhadap produk-produk ekspor kopi dari Indonesia dengan menerapkan *ISCOffe*. Tindakan untuk melakukan sertiifikasi terhadap produk-

⁵⁸ SANTOSA, MOCHAMAD IQBAL, Andy Alfatih, and Muchammad Yustian Yusa. *EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO INDONESIA DALAM EKSPOR PRODUK NON-MIGAS TAHUN 2016-2019*. Diss. Sriwijaya University, 2021.

produk ekspor kopi dari Indonesia agar bisa memenuhi berbagai standar ekspor kopi yang diterapkan Amerika Serikat.

Dalam ISCOffee terdapat standarisasi keamanan pangan dan juga *Labeling* serta pelestarian terhadap lingkungan untuk produk kopi dari Indonesia. Begitupun dengan pemerintah masih berusaha untuk mendorong jumlah peningkatan ekspor produk kopi olahan dari Indonesia diharapkan agar pemerintah bisa melakukan inovasi terhadap berbagai produk olahan kopi agar bisa menjadi komoditas yang paling diunggulkan dan juga mempunyai daya saing yang besar untuk pasar internasional dan juga dapat menjadi produk olahan kopi yang sangat beragam dan bisa memiliki daya untuk menarik minat para konsumen kopi dunia agar lebih mampu meningkatkan jumlah ekspor produk kopi olahan.

Pengembangan promosi melalui pemasangan iklan pada berbagai macam media seperti televisi, majalah, dan internet di Amerika Serikat juga harus dilakukan. Pemerintah juga harus melakukan kerjasama dengan asosiasi kopi Internasional di AS yaitu *Specialty Coffe of Assosiation America (SCCA)*, kemudian mengikuti pameran-pameran kopi bertaraf internasional ini pemerintah berupaya untuk dapat memperkenalkan produk-produk kopi ke pasar AS⁵⁹.

3. Partisipasi *Event/Trade Expo* di Amerika Serikat

Jika *Trade Expo* Indonesia yang dilakukan didalam negeri agar dapat membuka peluang bagi para pelaku usaha dalam negeri untuk bisa mengembangkan jaringannya ke pasar nasional serta internasional, maka Indonesia juga mengikuti even atau berbagai pameran dagang yang ada di

⁵⁹ H. Herivinaldy, Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat.

Amerika Serikat agar dapat lebih memperkenalkan kopi Indonesia terutama kopi Provinsi Bali di Amerika Serikat.

Gambar 4.3. Partisipasi Event/Trade Expo di Amerika Serikat



Sumber : detik.com

Dikutip dari Gaeki.or.id, Nus Nuzul Ishak selaku Dirjen pengembangan ekspor nasional kementerian perdagangan Republik Indonesia dan Amerika Serikat telah menyetujui dan menandatangani *Memordam of Undersanding* (MoU) senilai US\$ 18 juta (Rp.240 miliar) untuk ekspor kopi ke Amerika Serikat.

4. Global Specialty Coffee Expo (GSCE)

Dalam langkah agar bisa mempromosikan kopi yang berasal dari Provinsi Bali Indonesia juga ikut serta berpartisipasi dalam acara GSCE pada tahun 2017, dimana acara tersebut merupakan acara yang cukup bergengsi bagi industri kopi yang ada di berbagai wilayah yang ada di Indonesia terutama Provinsi Bali. Bentuk dari pameran yang diselenggarakan oleh *Specialty Coffee Association of America* atau SCAA. Dengan ikut berpartisipasinya Indonesia

dalam kegiatan tersebut mengusung tema “*Remarkable Indonesia Coffee*” Paviliun Indonesia menampilkan 16 *specialty coffee* pilihan yang juga bisa digunakan dalam *coffee cupping sessions* yang akan dilakukan setiap hari selama even itu berlangsung sebelum, selama dan juga sesudah pameran melalui platform media digital, diperkirakan Indonesia meraup potensi transaksi 7,15 juta dolar AS pada pameran kopi terbesar di Amerika Serikat.⁶⁰

4.4. Pencapaian Strategi Pemerintah Dalam meningkatkan Ekspor Kopi ke Amerika Serikat.

Berdasarkan faktor pencapaian yang didapatkan dari dua strategi yaitu internal dan eksternal peningkatan harga jual kopi ditingkatkan petani yaitu peningkatan harga jual kopi di tingkat petani sekitar Rp 2.500/kg dibandingkan tahun 2015 hanya Rp 800-1000/kg, Tahun panen 2017 nilai penerimaan petani dan usaha pengolahan kopi secara basah ini sebesar Rp.4.680 M yang meliputi, biaya bahan baku 2.999M, biaya tenaga kerja 252 juta, biaya operasional 164 juta, biaya bunga bank 60.5 juta Keuntungan 1.172 M. Pendapatan daerah meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan peningkatan kuantitas ekspor, Dampak dari kegiatan pengolahan kopi secara basah, Dampak kegiatan yang terukur, Membuat lapangan kerja di pedesaan selama musim panen kopi senilai Rp. 252 juta serta dengan 38 orang tenaga bekerja terus menerus selama setahun. Karena UPH berada di desa maka setiap musim mengolah kopi dikerjakan 10-15 di setiap UPH, *Success fee* sebesar Rp. 17.1 juta diperuntukan bagi pembinaan kelembagaan petani.

⁶⁰ Muhammad Ivan Adriansyah, Promosi Ekspor Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat Periode 2017-2020. Hubungan Internasional, FISIP Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Indonesia, (Juni 2022).

Adapun dampak kegiatan yang tidak teruk Meningkatkan reputasi produk kopi Provinsi Bali di tingkat nasional maupun internasional, Sebagian besar petani telah menguasai teknologi pengolahan basah kopi Provinsi Bali dan menghasilkan mutu yang baik, wawasan bisnis petani mulai tumbuh, sehingga dalam jangka panjang dapat mewujudkan pembangunan kebersamaan ekonomi masyarakat dengan pola kemitraan yang menguntungkan, Posisi tawar petani mulai meningkat, Terjadi kompetensi harga ditingkat petani⁶¹. Kendala-kendala yang dihadapi Pemerintah Provinsi Bali dalam meningkatkan ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat dalam usaha meningkatkan ekspor kopi Provinsi Bali ke Amerika Serikat pemerintah juga mengalami kendala-kendala yaitu :

- Masih banyak terdapat produksi kopi gelondong merah yang keluar tanpa memperhatikan perlakuan pasca panen dan pengolahan yang baik (60-70% dari total produksi rill).
- Terbatasnya modal usaha UPH (teknologi dan uang
- Pemanfaatan lahan potensial belum optimal (\pm 60% dari luas lahan potensial.
- Reputasi kopi Provinsi Bali makin berkibar dipasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu pemerintah Provinsi Bali bersama masyarakat perlu mengsuseskan realisasi perlindungan hukum (paten) yaitu perlindungan Indikasi Geografis (IG).
- Pola usaha masi berciri tradisional.

⁶¹ Pertiwi, Ni Kadek Diana Arta, and Ketut Sutrisna. "PENGARUH JUMLAH TENAGA KERJA DAN LUAS LAHAN TERHADAP EKSPOR KOPI DAN PRODUKTIVITAS KOPI PROVINSI BALI."

- Pengelolaan pasca panen masih secara tradisional atau belum memenuhi standar kebutuhan pasar nasional/internasional.
- Sistem pasar tidak optimal.
- Orientasi usaha produksi petani masih cenderung pada produksi gelondong.

Berdasarkan kajian yang dilakukan pusat penelitian kopi dan kakao Indonesia kopi Provinsi Arabika asal Provinsi Bali mempunyai potensi dan kualitas ekspor dengan cita rasa yang khas (*specialty*). Oleh karena itu untuk memacu perkembangan tersebut dalam hal ini, Dinas pertanian dan perkebunan menjalin kerjasama dengan pusat upaya penanggulangan yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah adalah

- Petani dalam bentuk kelompok UPH berusaha mendapatkan modal secara swadaya untuk melakukan pengolahan awal.
- Bermitra dengan bank BRI agar bisa mendapatkan pinjaman lunak (belum ada kesepakatan).
- Pengelolaan metode basah.

Kerjasama Indonesia dengan Amerika Serikat dalam hal ekspor-impor kopi ini setidaknya memberikan 3 dampak yang sangat positif bagi kedua negara, yakni:

1. Indonesia yang juga merupakan negara pengekspor dapat mendapatkan pemasukan anggaran dan peningkatan devisa negara yang didapatkan dalam ekspor kopi ke Amerika Serikat.
2. Amerika Serikat yang juga salah satu negara super *power* dunia merupakan negara dengan berbagai kebutuhan kopi

yang sangat besar, dengan mengimpor kopi dari Indonesia, Amerika Serikat dapat memenuhi berbagai kebutuhan kopi dalam negaranya.

3. Indonesia dan Amerika Serikat dapat membangun kerjasama yang lebih besar dalam berbagai perekonomian, dan membangun hubungan bilateral yang sangat kuat⁶².

Kopi bagi Provinsi Bali merupakan salah satu hasil pertanian yang menjadi komoditi unggulan untuk berbagai kegiatan ekspor, masih adanya hambatan merupakan tugas bagi segenap komponen yang mengupayakan kopi, petani dan pemerintah harus mengupayakan perbaikan mutu kopi Indonesia terutama Provinsi Bali. Namun demikian keunggulan yang dimiliki kopi Provinsi Bali merupakan suatu hal yang sangat penting dan menjadi nilai tambah dalam meningkatkan pangsa pasar ekspor kopi ke Amerika Serikat, sejalan dengan itu hambatan yang menjadi kekauatan tersendiri bagi Indonesia, hal yang harus ditingkatkan berupa promosi atau *brand image* agar konsumen di Amerika Serikat lebih tertarik dan menjadikan kopi dari Indonesia Terutama kopi dari Provinsi Bali sebagai pilihan untuk konsumen kopi. Pengemabangan inovasi dalam promosi dan terlibat aktif dalam berbagai *even* kuliner internasional khususnya kopi.

Perencanaan strategis pada hakekatnya mencari kesesuaian antara kondisi internal dan eksternal. Hal ini dimaknai sebagai upaya untuk mempertahankan dan atau mengembangkan potensi ekonomi komoditas potensial, dan pangsa pasar produk serta mencari peluang bisnis yang baru. Terkait dengan pencapaian tujuan tersebut, strategi pembangunan ekonomi

⁶² Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Bali, Rodmap pengembangan Industri Agro Unggulan Kopi Provinsi Bali.

daerah yang progresif, inklusif dan bereliansi serta berkelanjutan dipandang perlu pemetaan potensi sumberdaya yang dapat digunakan sebagai sumber pertumbuhan ekonomi yang baru. Konsekuensi logis dari sebuah perencanaan adalah menuntut sejumlah informasi yang terkait dengan potensi komoditas potensial sebagai pengusung ekspor dari suatu wilayah atau daerah. Oleh karena itu pengkajian ini dimaksudkan sebagai langkah awal yang penting dalam pengembangan kawasan perkebunan khususnya sebagai pengurai simpul kritis guna menyokong perekonomian Bali dan Nasional.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Amerika Serikat sebagai pasar ekspor produk kopi yang sangat strategis menjadi salah satu peluang besar bagi Pemerintah Provinsi Bali untuk bisa mendapatkan devisa dari perdagangan komoditas kopi. Produksi kopi yang melimpah yang dihasilkan Provinsi Bali tidak bisa diserap semuanya oleh pasar domestic, pemanfaatan hasil produksi kopi untuk ekspor membawa keuntungan berupa devisa untuk negara Indonesia. Diketahui juga bahwa terdapat kecenderungan penurunan dalam angka ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat sebelum periode 2017-2019. Penelitian ini melihat lebih lanjut upaya-upaya yang dilakukan Indonesia dalam mendorong ekspor komoditas kopi ke Amerika Serikat, Adapun upaya yang dilakukan pemerintah dalam melakukan strategi internal dan eksternal. Dari adanya strategi yang dilakukan pemerintah Provinsi Bali dapat dikatakan cukup efektif dari strategi pemerintah langsung kepetani maupun dari segi promosi pemasaran. Adanya promosi yang diterapkan pemerintah yang bisa disebut cukup berhasil menaikkan jumlah volume kopi yang di ekspor adalah promosi dagang seperti mengikuti pameran dagang yang berkaitan dengan komoditas kopi, dan juga melakukan perbaikan *brand* melalui nation branding kopi yang berasal dari Provinsi Bali. Dengan demikian usaha-usaha yang dilakukan pemerintah Provinsi Bali yang telah dilakukan dapat dikatakan berhasil walaupun mungkin pencapaiannya masih dalam status jangka pendek. Namun memang perlu disadari bahwa perkembangan yang memiliki pengaruh pada peningkatan ekspor kopi Provinsi Bali melibatkan variabel yang lebih dari sekedar strategi yang di terapkan pemerintah melalui promosi ekspor.

Provinsi Bali secara diplomatis sudah melakukan upaya-upaya dalam bentuk usaha promosi ekspor, namun belum berpengaruh secara positif terhadap angka ekspor kopi ke Amerika Serikat secara keseluruhan dalam periode 2017- 2029, hasil strategi pemerintah Provinsi Bali ke Amerika Serikat bersifat pragmatis yang mana hanya menghasilkan keberhasilan dalam jangka pendek namun upaya Pemerintah Provinsi Bali juga tidak bisa dikatakan mengalami kegagalan. Indonesia sebagai produsen dan eksportir kopi masih dapat berkembang secara domestik dari segi industri, dan secara diplomatis dapat dikembangkan lebih jauh hubungan baik antara Indonesia dengan Amerika Serikat, sehingga dapat menciptakan momentum yang dapat mendorong peningkatan ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat sehingga dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya.

5.2 Saran

1. Untuk pemerintah diharapkan agar lebih meningkatkan dan mendukung petani dalam memberikan fasilitas dan juga dukungan yang lebih dari sebelumnya agar potensi produksi kopi lebih berkualitas dan bisa meningkatkan ekspor. Baik itu dari strategi eksternal maupun internal pemerintah harus lebih mendukung upaya-upaya tersebut agar ekspor kopi Provinsi Bali seterusnya mengalami peningkatan.

Dan untuk petani agar lebih memperbanyak produksi dan juga memperbaiki pupuk agar supaya kualitas kopi semakin baik. Tidak hanya itu petani juga harus terus ikut serta dalam berbagai aktifitas yang menyangkut komoditas kopi agar para petani bisa lebih terarah dalam bidang pertanian terutama pertanian kopi.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Ramaino, Almen S., Aksilas Dashfordate, and Meity Najooan. "Implications of Indonesian Economic Globalization and Economic Development in 1945–2014." *Unima International Conference on Social Sciences and Humanities (UNICSSH 2022)*. Atlantis Press, 2023.
- Soetjipto, Ani Widyani, et al. *Transnasionalisme: peran aktor non negara dalam hubungan internasional*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019.
- Oktarina, Evi, and Putri Sari Nilam Cayo. "MEKANISME KERJA SAMA LUAR NEGERI OLEH PEMERINTAH DAERAH." *Justici* 11.2 (2019): 1-13.
- Cahyanto, Ginanjar Dwi, Agung Wibowo, and Putri Permatasari. "Kemitraan antara petani kopi dengan perusahaan (Studi Kasus Kintamani)." *Salam* 8 (2021): 173-90.
- Nuriasih, Ni Nyoman, Ni Nyoman Utari Viprianti, and Dian Tariningsih. "Analisis pendapatan kopi kintamani kopi kintamani." *AGRIMETA: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem* 8.16 (2018).abowo Lestari, Prabidea, dalam diakses tanggal 25 November 2022.
- Harry Prasetyo, dalam <http://h-prasetyo.blogspot.com/2010/01/standar-mutu-kopi.html> diakses tanggal 25 November 2022.
- Arifin, Bustanul. *Analisis ekonomi pertanian Indonesia*. Kompas, 2004.
- Sabaruddin, Sulthon Sjahril. "Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 12.1 (2016): 69-90.
- Woolcock, Stephen, and Nicholas Bayne, eds. *The new economic diplomacy: decision-making and negotiation in international economic relations*. Ashgate Publishing, Ltd., 2013.
- Intentilia, Anak Agung Mia. "Coffee diplomacy in jokowi's era: the strategy of cultural and economic diplomacy of Indonesia's foreign policy." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 4.1 (2020): 63-81.
- Faikar, Harmonisasi Hubungan Pemerintah Pusat dengan Daerah Dalam Rangka Kerjasama Internasional. Analisis Kebijakan, Pemerintah Terhadap, and Peningkatan Volume, "Analisis kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Volume Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat.
- Bergejick, P.A.G,dan S.Moons. 2007. "Economic Diplomacy and Economic Security", *New Frontiers for Economic Diplomacy*. Lisbon: Portugal.

- Kishan S. rana (2004). "Economic Diplomacy. The Expcril'ncc of Developing Countries" dalam Nicholas Bayne and Stephen Woolcok *The Nell' Economic Diplomacy. Decision Making and Negotiation in Indonesia Economic Relations*. Burgligto: Publishing Company.
- Anak Agung Mia Intentilia, " COFFE DIPLOMACY IN JOKOWI'S ERA: THE STRATEGY OF CULUTURAL AND ECONOMIC DIPLOMACY OF INNONESIA'S FOREIGN POLICY," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 4, no. 1 (february 29, 2020): 63.
- Rara Shertina, "Diplomasi Kopi: kebijakan Luar Negeri Indonesia Dalam Meningkatkan Kerjasama Komoditas kopi ke Amerika Serikat," *Global and Policy Journal of Internasional Relations* 7,no. 02 (january 12, 2019).
- Gyogy szondi, *Diplomasi Publik dan Nation Branding: Persamaan dan Perbedaan Konseptual*, (Januari 2008).
- Loftsdóttir, Kristín. "The exotic north: Gender, nation branding and post-colonialism in Iceland." *NORA-Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 23.4 (2015): 246-260.
- Prasetia, Arus Reka. "Nation branding: komunikasi (kenegaraan) atau komunikasi pemasaran." *Retrieved September 17 (2015): 2018*.
- Teodara Ioana Hertanu, 2016, *Cultural Branding and Millennials: An Analysis of and How A Brand Remains ICONic in The Eyes of Generations Y, Depertemen of Business Commmunication, Asrhus University, Schol of Business and Social Sciences*.
- Edwar F. Fischer, "Quality and Inequality: Taste, Value, and power in the Third Wave Coffe Market," *MPIFG Discussion Paper* 17, no. 4 (2017).
- Mohamad Rosyidin, *Metodologi Penelitian Hubungan Internasional* (Yogyakarta: Calipulis,2016).
- ADIYASA, I. KETUT AGUS, I. KETUT RANTAU WIDHIANTHINI, and I. KETUT RANTAU. "Pengaruh Kurs Dollar Amerika Serikat, Inflasi, dan Harga terhadap Ekspor Kopi Provinsi Bali." *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)* (2019): 1-10.
- Mentri Perdagangan Republik Indonesia, *Peraturan Mentri Perdagangan Republik Indonesia Tentang ketentuan Ekspor kopi*.
- Darmansyah, Dedy, et al. "ANALYSIS OF BUSINESS INCOME FROM STRONGWINE, CASCARA AND GREEN COFFE PROCESSING BUSINESSES IN CENTRAL ACEH (CASE STUDY OF UMKM ASSISTED BY KBQ BABURRAYAN)." *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)* 3.1 (2023): 158-176.

Ginting, Aisyah Amira, Satia Negara Lubis, and Sinar Indra Kesuma. "Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Kopi Arabika di Provinsi Bali, Indonesia." *Agro Bali: Agricultural Journal* 5.3 (2022): 592-600.

H. Herivinaldy, Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat.

SANTOSA, MOCHAMAD IQBAL, Andy Alfatih, and Muchammad Yustian Yusa. *EFEKTIVITAS PERGELARAN TRADE EXPO INDONESIA DALAM EKSPOR PRODUK NON-MIGAS TAHUN 2016-2019*. Diss. Sriwijaya University, 2021.

Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi bali, Rodmap pengembangan Industri Agro Unggulan Kopi Provinsi Bali.

Analisi Kebijakan, Pemerintah Terhadap, and Peningkatan Volume, "Analisis kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Volume Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat".

Wicaksono, *FAKTOR - FAKTOR PENINGKATAN EKSPOR KOPI INDONESIA KE MESIR TAHUN 2015 – 2020 SKRIPSI* Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI FAKTOR-FAKTOR PENINGKATAN EKSPOR KOPI INDONESIA.

Sumia Krisna Devi Dasi, I Made Sudarma, Ida Ayu Listia Dewi, Analisis Nilai Ekspor Kopi Provnsi Bali dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, (2, April, 2018).

I Ketut Agus Adiyasa, widhianthini, I Ketut Rantau, Pengaruh Kurs Dollar Amerika Serikat, Inflasi, dan Harga Terhadap Ekspor Kopi Provisni Bali, (1, Januari, 2020).

Agung Suhabi Putra, Nurhasan Affandi, Sosains Jurnal Sosial dan Sains, Peran Paradipolmasi Pemerintah Dalam Promosi Ekspor Produk Pertanian.

Muhammad ivan Adriansyah, Promosi Ekspor Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat Periode 2017-2020. Hubungan Internasional, FISIP Universitas Pembangunan Nasional Vetran, Jakarta, Indonesia, (juni 2022).

Harmantyo, Djoko. "Pemekaran Daerah dan Konflik keruangan Kebijakan otonomi daerah dan Implementasinya di Indonesia." *Makara Journal of Science* (2010).

Sarjana, I. D. G. R., Dwi Putra Darmawan, and Ni Wayan Sri Astiti. "Merunut Potensi Kopi Arabika Sebagai Pengusung Utama Komoditas Ekpor Provinsi Bali." *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)* 5.1 (2017): 103-110.

- Sanjaya, Adwitya, and Putu Krisna. "Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Volume Ekspor Kopi Provinsi Bali Periode 2012-2019." *INPUT: Jurnal Ekonomi dan Sosial* 1.2 (2008): 43808.
- Adriansyah, Muhammad Ivan. "PROMOSI EKSPOR INDONESIA DALAM UPAYA PENINGKATAN EKSPOR KOPI KE AMERIKA SERIKAT PERIODE 2017-2020." *Sriwijaya Journal of International Relations* 2.1 (Juni) (2022): 51-69.
- Pertiwi, Ni Kadek Diana Arta, and Ketut Sutrisna. "PENGARUH JUMLAH TENAGA KERJA DAN LUAS LAHAN TERHADAP EKSPOR KOPI DAN PRODUKTIVITAS KOPI PROVINSI BALI."
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi bali, Rodmap pengembangan Industri Agro Unggulan Kopi Provinsi Bali.
- Yunita, Primadiana. "POLITIK EKONOMI KOPI INDONESIA: DIBALIK BRANDING DAN PENTINGNYA HAK INDIKASI GEOGRAFIS." *Negara, Pasar dan Masyarakat: Dinamika Global dan Konteks Lokal* (2021): 109.
- Kotler, Philip, and K. L. Keller. *Philip Kotler*. Astromax Entertainment, 2014.
- Hill, Charles WL, Gareth R. Jones, and Melissa A. Schilling. *Strategic management: Theory & cases: An integrated approach*. Cengage Learning, 2014.

Buku

- I Gusti Ngurah, Seramasara, et al. "Buku: EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANYAR." (2019).
- John W. Creswell, *Research Design: Qualiitative, Quantitative and mixed Mexed Methods Approaches* (California: sage Publication Inc, 2014), hlm 32.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung Afabeta, 2013).
- Ishtiaq, Muhammad. "Book Review Creswell, JW (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* . Thousand Oaks, CA: Sage." *English Language Teaching* 12.5 (2019): 40.